

ANNO 2022

Verso un'economia più sostenibile

IDEE, FATTURATI E PROSPETTIVE
DELLE AZIENDE
DELLA PROVINCIA DI **ALESSANDRIA**

IL PICCOLO inovese l'ovadese



l'uovo di colombo

Meglio scegliere la rapidità strategica "sempre un passo avanti" di un'agenzia di comunicazione milanese, o la "creatività meditativa" basata su idee originali, tecnica e talento, tipici di un'agenzia del territorio? VBGROUP è la soluzione insospettatamente semplice a un problema apparentemente impossibile.
La n'uova era della comunicazione d'azienda.



www.vb-group.it

- 7 COSTRUIRE OGGI IL DOMANI. NONOSTANTE TUTTO**
di ALBERTO MARELLO
- 9 FARE IMPRESA SENZA PERDERE LA VOGLIA DI INVESTIRE ACCETTANDO LE NUOVE SFIDE**
di ROBERTO GILARDENGO
- 11 L'ECONOMIA ITALIANA E PIEMONTESE, ALLA VIGILIA DELLA RECESSIONE CHE VERRÀ**
di CARLUCCIO BIANCHI
- 15 L'ATTENZIONE ALLA SOSTENIBILITÀ COME STRATEGIA D'IMPRESA**
di ELIANA BAICI
- 17 ESG: SEMPLICE MODA O TENDENZA STRUTTURALE?**
di CARLO FRATI
- 19 DALLA TEMPESTA PERFETTA AL FUTURO SOSTENIBILE**
di FRANCESCO TAMBURELLA
- 21 ECONOMIA CONTEMPORANEA: PERCHÈ NON AD ALESSANDRIA?**
di PIER DOMENICO GARRONE
- 23 QUANTO SONO SOSTENIBILI LE SCELTE FATTE DAL DIVANO?**
di ANDREA BOSCARO
- 27 IL CONTRATTO INTERNAZIONALE COME STRUMENTO DI LAVORO**
di LUCA DAVINI
- 29 IL NUOVO PARADIGMA DELLA COMUNICAZIONE PER UNA BUONA POLITICA TRA ECONOMIA, TERRITORIO E BISOGNI SOCIALI**
di MICHELANGELO TAGLIAFERRI
- 31 LE IMPRESE AFFRONTANO LE INCOGNITE DI FINE ANNO MA RESTA INVARIATA LA VOGLIA DI INVESTIRE**
di ROBERTO GILARDENGO
- 33 LA CLASSIFICA DEI FATTURATI 2021**
- 55 ALEXALA ALESSANDRIA LA RIPRESA DEL TURISMO CON AUMENTI DI RILIEVO**
di GIORDANO PANARO
- 58 ASCOM CONFCOMMERCIO ALESSANDRIA «LE DIFFICOLTÀ SONO ENORMI, ALLE IMPRESE SERVONO RISPOSTE»**
di LAURA TORTA
- 59 CAMERA DI COMMERCIO DI ALESSANDRIA E ASTI IL CARO BOLLETTE E I RISCHI PER LE AZIENDE "ENERGIVORE"**
di ROBERTO GILARDENGO
- 60 CONFINDUSTRIA ALESSANDRIA TIMORE PER I RINCARI DI FINE ANNO. LA PARTITA DELLA SOSTENIBILITÀ**
di ROBERTO GILARDENGO
- 61 CIA ALESSANDRIA IL BILANCIO: DISCRETA ANNATA PER POMODORI, RISO E UVA**
di MASSIMO BRUSASCO
- 63 COLDIRETTI ALESSANDRIA L'AGROALIMENTARE UNICO PARACADUTE PER EVITARE TENSIONI E SALVARE IL PAESE**
di MASSIMO BRUSASCO
- 65 CONFAGRICOLTURA ALESSANDRIA ANNO 2022: MANCA LA PIOGGIA MA C'È LA TEMPESTA PERFETTA...**
di MASSIMO BRUSASCO
- 66 CONFAPI ALESSANDRIA PICCOLE E MEDIE IMPRESE: MOMENTO DIFFICILE, MA SI RESISTE...**
di GIORDANO PANARO



Supplemento ai giornali del
24-25 novembre 2022

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

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

Progetto grafico:
Cristina Pignoni

Stampa:
Italgrafica
Via Verbano 146
Veveri (NO)

Direttore editoriale
gruppo So.G.Ed.
Alberto Marello

Hanno collaborato
Paolo Livraghi
Cecilia Ammazalorso
Nunzia Santomauro
Antonella Ravazzano
Mauro Risciglione
Anna Terracciano

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
il 28 ottobre 2022

REALIZZA I TUOI DESIDERI CON ERBAVOGLIO.

Richiedi il tuo
prestito personale
fino a 75.000 euro,
compri subito
ciò che vuoi
e inizi a pagare
tra sei mesi.



Ci trovi in queste regioni:

- Valle d'Aosta
- Piemonte
- Liguria
- Lombardia
- Veneto

 BANCA DI ASTI

GRUPPO

 BIVER BANCA

BANCA DI ASTI

Messaggio pubblicitario con finalità promozionali. Prestito concesso accertate le normali condizioni di credito e salvo approvazione della Banca. Per le condizioni contrattuali del prodotto illustrato e per quanto non espressamente indicato è necessario fare riferimento al modulo inp1006 - prestito ErbaVoglio - informazioni pubblicitarie sezione "ErbaVoglio Gold" a disposizione dei clienti su www.bancadiasti.it o presso tutte le Filiali e Agenzie di Banca di Asti.

- 67 CONFESERCENTI ALESSANDRIA**
PERDERE TEMPO NON È PIÙ POSSIBILE
di LAURA TORTA
- 70 FONDAZIONE CASSA DI RISPARMIO DI ALESSANDRIA**
QUEI 5 MILIONI A DISPOSIZIONE DEL TERRITORIO
PER LE FASCE DEBOLI
E A SOSTEGNO DEL RILANCIO
di ROBERTO GILARDENGO
- 71 SLALA ALESSANDRIA**
PERSEGUIRE LA CRESCITA ECONOMICA
RISPETTANDO GLI EQUILIBRI AMBIENTALI
di GIORDANO PANARO
- 73 ALESSANDRINO**
La grande capacità di rinnovarsi
e di affrontare le prossime sfide
di ROBERTO GILARDENGO
- 74 AMAG**
- 75 BORSALINO**
- 76 BIANCHI SRL ORTOFRUTTA**
- 77 PICO MACCARIO**
- 78 ENERGY WAVE**
- 79 PUCCIPLAST**
- 82 CENTRALE DEL LATTE**
- 83 CENTOGRIGIO**
- 86 GUALA CLOSURES**
- 87 IMA AUTOMATION**
- 88 PADEL 22**
- 89 GRISSITALIA**
- 90 PAGLIERI**
- 91 MINO**
- 92 GEFIT**
- 93 SOLVAY**
- 94 PLT**
- 95 VALENZANO**
Ma cos'è questa crisi?
E grazie all'e-commerce...
di ROBERTO GILARDENGO
- 97 GIOJ**
- 100 PASQUALE BRUNI**
- 101 BORSALINO DIAMANTI**
- 104 GIOIELLI DI VALENZA**
- 105 DAMIANI**
- 108 STUDIO CIRRI**
- 109 MYFAMILY**
- 111 CASALESE**
Coltivare, consolidare e diversificare
di ALBERTO MARELLO
- 113 ANTOS**
- 114 BOBST**
- 115 BUZZI UNICEM**
- 117 BCUBE**
- 119 ANTICA DISTILLERIA DI ALTAVILLA**
- 120 GRAFICA ELETTRONICA**
- 121 ZERBINATI**
- 124 HOLDIM**
- 125 KRUMIRI ROSSI**
- 126 ALLARA**
- 127 ENERGICA**
- 128 STAT**
- 129 MAZZETTI D'ALTAVILLA DISTILLATORI DAL 1846**
- 131 TORTONESE**
Il punto di forza della vivacità
e qualcuno adesso guarda al green
di ROBERTO GILARDENGO
- 132 ANADIAG ITALIA**
- 133 CICLI FINOTTI**
- 136 GESTIONE AMBIENTE**
- 137 RATTI CARBURANTE**
- 138 SOCOPET**
- 139 VALTER MASSA**
- 140 PASINI PIER MAURIZIO SRL**
- 141 SALUMIFICIO PERNIGOTTI**
- 142 MONDOBRICO**
- 143 ROLOIL**
- 145 GAVIO GRUPPO ASTM**
- 146 ENTSORGA**
- 147 NOVESE**
Novi, bene l'agroalimentare. E la logistica?
di IRENE NAVARO
- 148 EFFE.TI. - GUANTI DA PORTIERE**
- 149 LARN**
- 152 VINOVI DI MARCO SANTARELLI**
- 153 GRASSANO**
- 156 TRE COLLI**
- 157 PLASTIC BIKE**
- 158 CONSORZIO GAVI**
- 159 GRUPPO CAMPARI**
- 160 SUTTER**
- 161 GRUPPO ELAH DUFOUR NOVI**
- 164 ROQUETTE ITALIA**
- 165 MC ARTHUR GLEN DESIGNER OUTLET**
- 166 GRUPPO ACOS**
- 167 OVADESE**
La difficile transizione
fra passato "pesante" e futuro "light"
di EDOARDO SCHETTINO
- 168 ETIADESIV**
- 169 GAGGINO**
- 171 KEMIKA**
- 173 PIERRE TRATTORI**
- 174 POLA E MASSA**
- 175 TORO&MORO**
- 176 ORMIG**
- 177 PIANA**
- 178 TECNOMETAL**
- 179 TRE ROSSI**
- 180 MONDÉLEZ INTERNATIONAL**
- 181 ACQUESE**
Una terra ricca di virtù
ma ancora tutta da scoprire
di GIORDANO PANARO
- 183 STAR WORK SKY**
- 184 CONSORZIO BRACHETTO**
- 185 GRUPPO COLLINO**
- 186 CANTINA TRE SECOLI**
- 187 CANTINA DI ALICE BEL COLLE**
- 188 CANTINA CUVAGE**
- 189 PNEUS ACQUI COMMERCE**
- 190 BISER PORTE**
- 191 FRATELLI ERODIO**
- 193 BRUS SERVICE**

www.gruppoamag.it



**FACCIAMO BENE
LA RACCOLTA
DIFFERENZIATA**



GRUPPO
AMAG



AMAG
Ambiente

il futuro non ammette rifiuti
DIFFERENZIAMO

la collaborazione di tutti è importante: grazie!



Costruire oggi il domani. Nonostante tutto

Incrociando le previsioni per i primi due trimestri del 2023 - pubblicate dagli osservatori nazionali, internazionali e dagli economisti del nostro territorio [alcuni dei quali hanno contribuito alla realizzazione di questo magazine] - il risultato è infausto: abbiamo davanti a noi un periodo complicato. La recessione - che secondo il docente di Macroeconomia dell'Upo, Carluccio Bianchi, in Piemonte è già cominciata in autunno - dovrebbe segnare indelebilmente almeno i primi sei mesi del nuovo anno.

Un tratto distintivo del nostro Tempo è certamente la volubilità: le svolte si susseguono repentinamente e rendono ogni scenario potenzialmente possibile. In un contesto così articolato e allo stesso tempo fragile - con il pensiero di un'ecatombe nucleare che incombe - non resta che affidarsi alla resilienza, e cioè a quella capacità di affrontare e superare con fermezza, lucidità e proattività un evento traumatico. La resilienza è proprio quella 'funne' alla quale molti imprenditori si sono aggrappati e alla quale altrettante famiglie si sono strette per superare la traversata di un mare le cui acque sono state agitate prima dalla pandemia e poi dall'instabilità geopolitica.

Resistenza, dunque. Perché se è vero che abbiamo imparato che la 'stabilità duratura' non è più una cifra di questo mondo, sappiamo anche che l'unica via per la creazione o l'ampliamento di una 'comfort zone' è vivere e operare al di fuori della 'comfort zone' stessa. Costruire oggi il domani.

Gli imprenditori dell'Alessandrino che abbiamo incontrato per realizzare questo magazine, sono ben consapevoli di ciò che c'è all'orizzonte. Sono preoccupati dai costi delle materie prime, atterriti dalla cagionevolezza dei rap-

porti internazionali tra gli Stati, sfibrati dalla pressione fiscale, ma altrettanto consci che la resa non è un'opzione. Per questa ragione, soprattutto, continuano a progettare il futuro, adattandosi alle condizioni e senza perdere di vista i macro-temi che dovrebbero definire un'epoca moderna e contemporanea; come il chiedersi, ad esempio, quanto impatti una certa produzione sull'ambiente.

La sostenibilità, che molti di loro hanno citato e che per tanti anni è stata solo un mero oggetto di marketing, si sta facendo largo tra i 'temi d'azienda' trasformandosi in voce di bilancio e in forma mentis: una nuova visione di fare impresa che si declina in buona reputazione, in qualità e dunque in profitto.

C'è una dissonanza evidente nella narrazione messa in campo dagli imprenditori alessandrini: da una parte la paura di un disastro, dall'altra la volontà di applicare una buona pratica nell'ottica di uno sviluppo consapevole. È una contraddizione che definisce la resilienza e gli imprenditori in quanto tali: fare fronte, sempre.

Alle volontà, però, vanno fatti seguire i fatti. Uno studio condotto dall'osservatorio Future Respect - presentato sulle pagine de Il Piccolo e al congresso nazionale che lo stesso think tank, coordinato da Francesco Tamburella, ha organizzato ad aprile allo stadio Domiziano di piazza Navona a Roma - posiziona la provincia di Alessandria tra le ultime d'Italia per le buone pratiche in ambito di sostenibilità aziendale. Un problema locale che si somma al difficile contesto globale. I buoni esempi in questo ambito [Buzzi Unicem su tutte], non mancano. La strada è segnata. Costruire oggi il domani. Nonostante tutto.



Alberto Marelo
Direttore responsabile
de Il Piccolo
e del Gruppo Soged

pianeta amc

7.000

lampadine mettono
la città in "buona luce"

8.000

metri di impianto
per il teleriscaldamento

80.000

persone hanno
a disposizione
acqua buona, pura
e costantemente
controllata

10.000

metri quadri tra laboratori,
capannoni e uffici, all'insegna
del risparmio energetico
e del rispetto ambientale

20.000

famiglie a cui dare
ogni giorno luce e gas

15

mezzi pubblici e auto
aziendali a ridotto
inquinamento


315.354

metri di rete
di distribuzione gas
già a disposizione
di famiglie e aziende

7

aree cimiteriali gestite
con il dovuto rispetto

Un Gruppo che lavora nel rispetto del territorio,
che ogni giorno serve e protegge.



Fare impresa senza perdere la voglia di investire accettando le nuove sfide

Il magazine di quest'anno presenta, ancora una volta, il volto di una provincia in cui le imprese non soltanto continuano a percorrere la strada della ripresa già avviata quando le restrizioni della pandemia si sono allentate, ma ora sono pronte ad affrontare un'altra emergenza.

Il 2022 è stato indubbiamente l'anno della svolta e le aziende non possono che segnalare fatturati in crescita, che confermano la tendenza dei dodici mesi precedenti, mettono a posto i bilanci e portano una ventata di ottimismo. La nuova incognita, adesso, è quella che conoscono tutti. È rappresentata dall'aumento dei costi energetici, delle materie prime e della logistica, che negli ultimi mesi si prevede vertiginoso. Un allarme che spinge Confindustria a segnalare il rischio della temuta crescita zero per il 2023. Una ipotesi assolutamente realistica visto che il prezzo del gas in dodici mesi è passato da 47 euro ai 150 odierni ai 204 previsti per quelli successivi. Partendo, peraltro, dai 13 euro del 2019. Basterà il recente accordo raggiunto dall'Unione europea per frenare l'esplosione del caro bollette?

È possibile, anzi auspicabile, anche se c'è chi sottolinea che per limitare i danni il price cap non basta: servirebbe un meccanismo taglia-consumi che incentivi i comportamenti virtuosi. Vedremo. Il fatto è che lo shock energetico non

soltanto abbatte le prospettive di crescita di chi produce, ma riduce il potere di acquisto delle famiglie.

Ebbene, in uno scenario di allarme generale, che riguarda anche l'Eurozona, gli imprenditori alessandrini hanno, ancora di recente, manifestato la loro intenzione di investire. Lo faranno pur senza nascondere le preoccupazioni per il clima economico per nulla favorevole. L'associazione degli industriali della provincia lo ha sottolineato presentando le aspettative delle nostre aziende raccolte nell'indagine congiunturale dell'ultimo trimestre, dove un altro segnale positivo, e confortante, è stato la tenuta dell'export.

Coraggio e lungimiranza sono le doti che fanno la differenza tra un buon imprenditore e uno di successo. Quello che sa raccogliere le sfide che propone l'economia del terzo millennio, dalla capacità di rinnovarsi alla sostenibilità. Quella 'green' è una sfida accettata, come si renderanno conto i lettori sfogliando le pagine successive, da un numero sempre più alto di imprese, dalle grandi alle medie alle piccole. Una scelta etica, indubbiamente, ma che nei prossimi anni – lo dicono gli analisti – potrebbe rivelarsi imprenditorialmente vincente. E la capacità di leggere in anticipo i cambiamenti del mercato e gli scenari futuri sono un requisito importante per chi vuole fare impresa. E farla bene.



Roberto Gilardengo
Giornalista
già direttore de Il Piccolo



il CED e la D3: il CED è la D3

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

ieri

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

oggi

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

domani

**Sempre
più servizi**

 **CED - Centro
Elaborazione Dati**

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

www.cedunioneartigiani.it _____ **uniartal@uniartal.al.it**

L'ANALISI | **CARLUCCIO BIANCHI**

L'economia italiana e piemontese, alla vigilia della recessione che verrà



In economia politica, e anche nelle scienze sociali, con il termine “cigno nero”, ideato dal saggista, matematico e filosofo libano-statunitense Nassim Taleb, si intende fare riferimento ad un evento raro, non previsto e quindi inatteso, che ha effetti rilevanti o persino disruptivi sul sistema economico e sulla società nel complesso. Nel secolo in corso abbiamo conosciuto almeno 3 «cigni neri», di cui addirittura due nell'ultimo triennio. Il primo cigno nero è stato la Grande Crisi Finanziaria Globale del 2008-2009, iniziata con il fallimento della banca d'investimenti americana Lehman Brothers e il crollo di un sistema di intermediazione finanziaria che era cresciuto a dismisura, senza regolamentazioni e senza una prudente valutazione dei rischi sistemici legati ad una espansione incontrollata di mutui non garantiti e strumenti finanziari di garanzia opachi. Nel 2009 il PIL italiano aveva registrato una caduta del 5,3%, che sino a quel momento non aveva alcun precedente storico di analogia entità, neppure a seguito delle crisi petrolifere degli anni '70. Il calo del PIL piemontese, in tale occasione, era stato molto più ampio, superiore di tre punti percentuali (-8,3%), come spesso accade durante le recessioni, a causa delle caratteristiche strutturali della nostra regione, molto più dipendente dall'industria in senso stretto dal lato dell'offerta (con un'incidenza sul PIL di oltre cinque punti percentuali superiore alla media nazionale, di cui poco meno di quattro attribuibili alla fabbricazione di mezzi di trasporto e circa uno a quella di macchinari e attrezzature) e dagli investimenti ed esportazioni dal lato della domanda (entrambe variabili particolarmente sensibili alle alterne fasi cicliche). Gli ultimi due cigni neri

sono quelli legati alla pandemia da coronavirus, iniziata nel 2020 e tuttora non conclusa, e la crisi geopolitica legata all'invasione dell'Ucraina nel febbraio di quest'anno, la quale ha acuito una gravissima crisi energetica, già iniziata nel 2021, ma successivamente aggravata in termini sia di aumento dei prezzi delle materie prime importate, che hanno raggiunto quotazioni elevatissime e spinto l'inflazione complessiva a livelli sconosciuti da oltre quarant'anni, sia di riduzioni nelle forniture di gas naturale, destinate ad avere profonde ripercussioni sui bilanci e sui comportamenti di famiglie e imprese.

Gli effetti degli ultimi due eventi sull'evoluzione del sistema economico italiano e di quello piemontese possono essere illustrati con l'aiuto del grafico allegato, il quale riporta la dinamica del PIL trimestrale destagionalizzato nell'ultimo quadriennio. Le linee spezzate descrivono le variazioni tendenziali del reddito, ossia le variazioni percentuali di ogni trimestre rispetto al corrispondente periodo dell'anno precedente, mentre gli istogrammi indicano le variazioni congiunturali della stessa grandezza, ossia le variazioni percentuali di ogni trimestre rispetto al precedente. È appena il caso di osservare che la variazione complessiva del reddito di ogni anno solare corrisponde alla media aritmetica dei valori dei quattro trimestri che lo compongono, e che mentre le variazioni tendenziali rendono conto di quanto accaduto in un intero anno di attività, per cui sono inevitabilmente caratterizzate da una certa inerzia, sono soprattutto le variazioni congiunturali a indicare quanto sta accadendo nei tempi più recenti, e quindi a fornire indicazioni più precise sulle tendenze prospettive dell'economia.

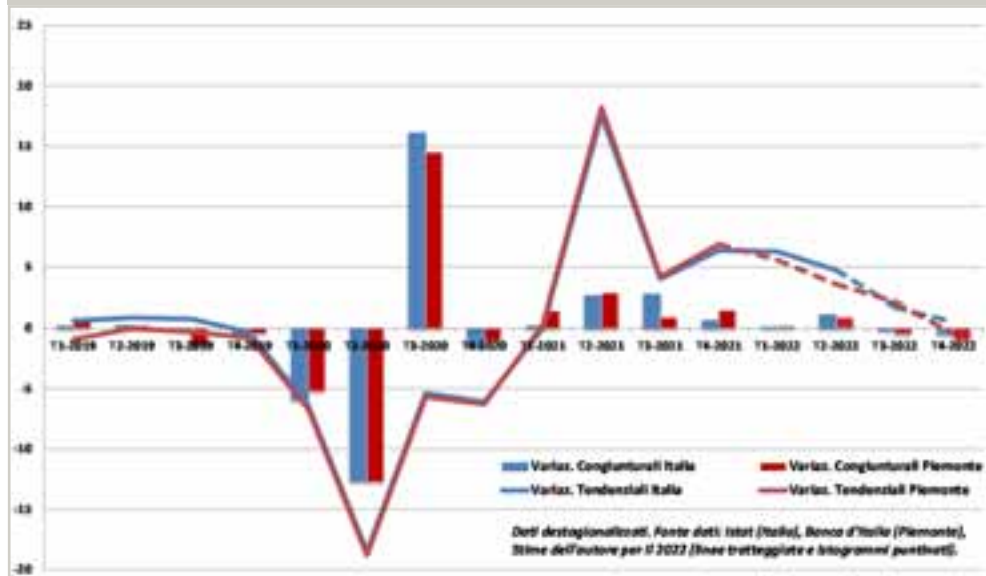


Carluccio Bianchi

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

L'economia italiana e piemontese, alla vigilia della recessione che verrà

VARIAZIONI TENDENZIALI E CONGIUNTURALI DEL PIL NELL'ULTIMO QUADRIENNIO: PIEMONTE VS ITALIA



Come si può osservare dal grafico, in seguito alla crisi pandemica, l'economia italiana ha registrato nel 2020 una caduta del PIL del 9%, che rappresenta ora la più grande riduzione di reddito mai sperimentata dal nostro Paese in tempi di pace. Tale risultato medio annuo si è prodotto in conseguenza della forte contrazione del livello di attività verificatasi nel primo e soprattutto nel secondo trimestre dell'anno, con variazioni congiunturali pari rispettivamente a -5,9% e -12,7%. Le motivazioni di tale evoluzione sono naturalmente da ricercare nelle misure di restrizione dell'attività produttiva e della mobilità personale adottate dal governo per combattere la diffusione dei contagi, nella riduzione del commercio internazionale e dei flussi turistici, nella caduta della domanda interna (consumi e investimenti) in seguito ai cambiamenti indotti nei comportamenti di famiglie e imprese, in presenza di fattori di rischio e di incertezza sul futuro. Nel terzo trimestre 2020 la notevole riduzione dell'incidenza dei contagi ha portato ad un allentamento delle misure restrittive adottate, che ha consentito un rimbalzo congiunturale del PIL di dimensioni considerevoli (+16,1%), ma nel quarto trimestre la ripresa della morbilità connessa alla seconda ondata pandemica e la reintroduzione di misure di lockdown (seppure di intensità minore rispetto alla prima ondata) hanno prodotto una nuova caduta congiunturale del PIL dell'1,6%. Con riferimento all'economia piemontese, la sua dinamica ha sostanzialmente riprodotto quella propria dell'economia nazionale, condividendone le deter-

minanti; tuttavia la caduta media annua del PIL regionale è stata maggiore di quella italiana di circa mezzo punto percentuale [-9,4%]. Vi hanno contribuito misure di lockdown che hanno interessato una quota più elevata di imprese e lavoratori, la maggiore apertura agli scambi internazionali della nostra regione e quindi la più consistente riduzione delle esportazioni, la già ricordata maggiore incidenza sul valore aggiunto complessivo dell'industria, e al suo interno dei settori produttivi più colpiti dalla crisi (come la meccanica, la produzione di beni capitali e di mezzi di trasporto), nonché infine il rallentamento più accentuato dell'attività produttiva già sperimentato in Piemonte negli ultimi mesi del 2019, che ha lasciato in eredità al 2020 un effetto di trascinamento più negativo. Nel corso del 2021 l'evoluzione dell'attività economica è stata ancora condizionata dall'andamento epidemico. In particolare nel primo trimestre dell'anno, a fronte di una nuova risalita di contagi (la terza ondata in ordine di tempo), ma di intensità minore rispetto alle precedenti, con conseguenti misure restrittive della mobilità personale più blande, il PIL italiano ha mostrato una lievissima espansione (+0,2%). Tuttavia l'ottimo andamento dei mesi successivi, anche dovuto al successo della campagna vaccinale, ha prodotto una ripresa notevole della produzione, aumentata rispettivamente del 2,6% e 2,7% nel secondo e terzo trimestre del 2021, ovvero a tassi annualizzati dell'ordine dell'11%, che rimandano a periodi irripetibili dello sviluppo economico italiano. La ripresa produttiva nella parte

L'economia italiana e piemontese, alla vigilia della recessione che verrà

centrale dell'anno ha potuto avvalersi della buona performance dell'industria e delle costruzioni, sullo stimolo degli incentivi concessi, ma soprattutto dei servizi privati, ed in particolare di quei servizi, legati a turismo, viaggi, accoglienza e ristorazione, intrattenimento e servizi alle persone, che più erano stati colpiti dalle restrizioni pandemiche nell'anno precedente. E in effetti, nell'ultimo trimestre dell'anno, a causa della forte ripresa dei contagi, legati alla comparsa della nuova variante Omicron, molto più trasmissibile delle precedenti, nonostante la buona tenuta dell'edilizia, sempre sostenuta dai vari bonus deliberati, la crescita dell'economia italiana ha frenato visibilmente, con una variazione congiunturale limitata allo 0,7%, principalmente a causa del calo del valore aggiunto di quegli stessi servizi che avevano stimolato il precedente rimbalzo produttivo. Nella media dell'anno, il PIL italiano ha fatto segnare un apprezzabile 6,7%, portandosi a fine anno a livelli appena inferiori a quelli raggiunti prima dello scoppio della pandemia (-1%). Con riferimento all'economia piemontese, la dinamica dell'attività produttiva ha seguito in linea di massima quella propria del Paese nel complesso, differenziandosene tuttavia in qualche maniera significativa, come risulta chiaro dal confronto degli istogrammi del grafico, riferiti alle variazioni congiunturali del PIL. In effetti in Piemonte la crescita è stata più consistente nel primo e nel secondo trimestre (+1,4% e +2,9%) rispettivamente, grazie al traino dell'industria e delle costruzioni, mentre si è ridotta nel terzo trimestre (+0,9%) in conseguenza sia della minore incidenza in regione dei servizi legati alla mobilità personale, che più hanno trainato il recupero produttivo italiano, sia delle crescenti difficoltà incontrate dall'industria piemontese nella seconda parte dell'anno, caratterizzata da un aumento dei prezzi degli input produttivi, soprattutto energetici, nonché da persistenti strozzature nell'offerta di beni intermedi, e soprattutto delle componenti elettroniche del comparto automotive, che in regione ha un peso relativo piuttosto elevato. Nel complesso, grazie soprattutto alla maggiore vivacità produttiva del primo semestre, la variazione media annua del PIL piemontese è risultata pari al 7% circa, e quindi superiore a quella propria del Paese nel complesso. Passando infine ad esaminare l'esperienza del 2022, l'impressione generale che se ne ricava è quella di una forte divaricazione dell'evoluzione produttiva nelle due parti dell'anno. Nel primo semestre l'attività economica si è avvantaggiata soprattutto dello stimolo dei principali Paesi avanzati, e soprattutto la Federal Reserve negli Stati Uniti, innalzano i tassi di interesse per cercare di ridurre l'inflazione, con conseguenze negative su investimenti delle imprese e conti pubblici; persistono problemi nelle forniture di input in-

e contrastando in tal modo la caduta di potere d'acquisto che l'inflazione crescente ha determinato. La seconda parte dell'anno è stata invece caratterizzata dalle crescenti difficoltà di imprese e famiglie alle prese con rincari senza precedenti delle fonti di energia, aumenti generali dei prezzi sempre più consistenti e crescente incertezza sul futuro riguardo alla disponibilità di energia e alle prospettive occupazionali. In effetti il prezzo del gas naturale, che era pari a 0,2 euro a metro cubo standard a gennaio 2021, era già salito a 1,2 euro a dicembre, soprattutto come conseguenza dell'aumento della domanda mondiale connessa alla ripresa produttiva post-covid. Il prezzo del gas è però poi esploso in seguito all'invasione dell'Ucraina e all'intensificarsi del conflitto: seguendo le quotazioni del mercato di riferimento, che è costituito dal TTF di Amsterdam, ad agosto 2022 il prezzo medio mensile ha toccato il massimo di 2,4 euro a metro cubo (con un picco di 3,6), per poi scendere a settembre a circa 2 e a fine ottobre a 1,4. Il prezzo dell'energia elettrica, che è strettamente legato a quello del gas naturale, ha subito una dinamica analoga: per i clienti nella fascia tutelata di ARERA, il costo di un kWh è aumentato del 50% circa tra il primo e il quarto trimestre 2021, di un altro 40% nel terzo trimestre 2022 e infine del 59% annunciato nel quarto trimestre di quest'anno. Il prezzo del petrolio, pari a 55 dollari a barile a gennaio 2021, è salito a 74 a dicembre, a 124 a giugno 2022, per poi scendere agli attuali 94 circa a ottobre. In seguito a questi straordinari aumenti dei costi delle fonti di energia, il tasso di inflazione medio italiano, che era pari allo 0,4% a gennaio 2021, a dicembre aveva raggiunto il 3,9%, per poi toccare l'8,9% a settembre 2022; nello stesso periodo i prezzi dei beni alimentari e di quelli per la cura della casa e della persona, inclusi nel cosiddetto "carrello della spesa", sono passati dallo 0,4% di gennaio 2021 all'11,1% di settembre 2022. Risulta del tutto evidente che, di fronte ad aumenti dei prezzi di tale dimensione, e in presenza di retribuzioni pressoché invariate, il potere d'acquisto delle famiglie, soprattutto di quelle a basso reddito, risulta in forte diminuzione, con inevitabili effetti sulla domanda di beni di consumo. A livello internazionale, peraltro, altri elementi indicano un peggioramento del quadro congiunturale e l'avvicinarsi di una inevitabile recessione: la Cina persiste nella sua politica di restrizioni ferree nei confronti dei focolai pandemici sperimentati, con evidenti effetti sulla sua crescita e sul commercio internazionale; le banche centrali dei principali Paesi avanzati, e soprattutto la Federal Reserve negli Stati Uniti, innalzano i tassi di interesse per cercare di ridurre l'inflazione, con conseguenze negative su investimenti delle imprese e conti pubblici; persistono problemi nelle forniture di input in-

L'economia italiana e piemontese, alla vigilia della recessione che verrà

termini e componenti fondamentali dell'industria, come i semiconduttori, che spezzano le catene internazionali del valore e ostacolano lo svolgimento delle attività produttive. In seguito a tali evoluzioni, i dati congiunturali ad oggi disponibili inducono a ritenere probabile che nel terzo trimestre di quest'anno il PIL italiano subirà una modesta contrazione, in quanto il buon andamento dei servizi non riuscirà a compensare pienamente il rallentamento dell'industria e la contrazione delle costruzioni, alle prese con problemi giuridici legati all'incasso dei crediti connessi ai vari bonus elargiti. Nel quarto trimestre, invece, in seguito agli ulteriori aumenti dell'energia e dell'inflazione, nonché del rallentamento di consumi, investimenti ed esportazioni, il PIL subirà un calo più pronunciato, dell'ordine dello 0,5% circa. In tal modo l'economia italiana registrerà, nella seconda parte dell'anno in corso, una recessione tecnica, che non impedirà tuttavia al reddito medio 2022 di registrare un incremento, valutabile intorno al 3,3% circa. Tale risultato, tuttavia, sarà principalmente la conseguenza del fatto che la dinamica favorevole del 2021 ha trasmesso all'anno in corso un effetto di trascinamento del 2,5%, per cui l'ulteriore crescita generata in corso d'anno sarà solo pari allo 0,8%, per di più pressoché interamente attribuibile all'evoluzione del secondo trimestre. Con riferimento all'economia piemontese, le previsioni per l'anno in corso sono ancora una volta, come sempre accade nelle fasi congiunturali sfavorevoli, peggiori di quelle proprie dell'economia italiana nel complesso. In particolare, di fronte a una dinamica del primo trimestre più o meno simile, la crescita del secondo trimestre in regione risulterebbe più bassa, come già lo scorso anno, a causa della minore incidenza locale dei servizi che hanno fatto da traino al recupero produttivo nazionale.

Nel terzo e quarto trimestre, infine, la recessione sarebbe più pronunciata di quella media italiana, a causa delle caratteristiche strutturali della regione, che vedono una maggiore incidenza dell'industria sul PIL, e una minore dinamica di investimenti ed esportazioni.

Nella media dell'anno il PIL piemontese potrebbe quindi crescere del 2,7%. Come si può osservare dal grafico, tuttavia, la variazione tendenziale del reddito a fine anno sarebbe già negativa, e lo stesso effetto di trascinamento del 2022 sull'anno successivo sarebbe negativo dello 0,8%, a fronte di un valore quasi nullo per l'economia italiana nel complesso.

Le prospettive per l'anno prossimo sono ovviamente molto incerte. Al momento attuale l'orientamento di consenso è quello di ipotizzare una recessione che si dovrebbe esaurire nel primo o secondo trimestre del 2023, seguita da una ripresa che dovrebbe consentire una variazione positiva, seppure limitata, del reddito nella media dell'intero anno. Il Governo, ad esempio, nell'ultima Nota di Aggiornamento al DEF ipotizza una crescita dello 0,3%, e sulla stessa linea si collocano la Banca d'Italia, l'OCSE e la Commissione Europea. Ma non tutti sono d'accordo su tali stime: Confindustria, ad esempio, ipotizza una crescita zero nel 2023, mentre il Fondo Monetario Internazionale prevede una diminuzione del PIL dello 0,2% e Fitch addirittura dello 0,7%. Risulta inoltre evidente che queste previsioni contengono un forte rischio di revisione al ribasso nel caso in cui lo scenario internazionale dovesse ulteriormente peggiorare, ad esempio con una interruzione completa delle forniture di energia. In tal caso la caduta del reddito potrebbe toccare il 2%.

Lo spazio di manovra disponibile per l'Italia per rendere meno gravi le conseguenze economiche del caro energia è purtroppo limitato dagli squilibri strutturali della finanza pubblica esistenti. Il governo uscente ha destinato circa 60 miliardi di euro (il 3,2% del PIL) a interventi contro i rincari energetici, mirando soprattutto a sostenere il reddito delle famiglie più povere e a ridurre il costo delle bollette per le imprese. È chiaro tuttavia che di fronte agli incrementi spropositati dei costi sperimentati, e di fronte alla colpevole inerzia delle istituzioni europee, che non riescono a superare gli egoismi nazionali per adottare una strategia comune, tali interventi non sono sufficienti.

Occorrerebbe quanto meno sganciare il prezzo dell'elettricità da quello del gas naturale e trovare per il prezzo di quest'ultimo un indice di riferimento diverso da quello del TTF olandese, un mercato troppo "sottile" e pertanto sensibile a interventi di pura speculazione finanziaria per rappresentare correttamente il prezzo "di equilibrio" tra domanda e offerta di gas.

Toccherà inoltre al neominato governo cercare di trovare eventuali nuove risorse finanziarie sia negli spazi di bilancio disponibili (ad esempio in seguito alle maggiori entrate dovute all'inflazione o alla tassazione degli extraprofitto delle imprese energetiche) sia tramite una appropriata spending review che non pregiudichi peraltro l'obiettivo fondamentale della sostenibilità del debito pubblico.

L'attenzione alla sostenibilità come strategia d'impresa

Attualmente osserviamo un radicale mutamento nella sensibilità dei governi e dell'opinione pubblica mondiale sui temi della sostenibilità in senso lato. È tuttavia doveroso notare che esso è il risultato di un lungo percorso, che comunemente viene fatto risalire alla nascita del movimento ambientalista negli anni '60. Nel 1970 20 milioni di persone parteciparono al primo Earth Day, organizzato per sensibilizzare l'opinione pubblica sul tema dell'ambiente e nel 1972, in occasione della prima conferenza sul clima organizzata dalle Nazioni Unite a Stoccolma, viene riconosciuto il potenziale impatto negativo delle attività umane sull'ambiente. Un ulteriore avanzamento è rappresentato dalla pubblicazione, nel 1987, da parte della Commissione mondiale sull'ambiente e lo sviluppo (WCED) del rapporto Brundtland (dal nome della sua presidente, Gro Harlem Brundtland), che introduce, per la prima volta, il concetto di sviluppo sostenibile. Nel giugno 1992 a Rio de Janeiro, più di 178 paesi adottano l'Agenda 21 per lo sviluppo sostenibile (migliorare la vita umana e proteggere l'ambiente); nel settembre 2000 il Vertice del Millennio, tenutosi presso la sede delle Nazioni Unite a New York, elabora gli otto obiettivi di sviluppo (Millennium Development Goals o MDGs) per ridurre la povertà estrema entro il 2015.

Ma il passo fondamentale è quello che ha portato, il 25 settembre 2015, 193 Paesi delle Nazioni Unite, tra cui l'Italia, a sottoscrivere l'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile, con l'intento di condividere l'impegno a garantire un presente e un futuro migliore al nostro Pianeta e alle persone che lo abitano. L'Agenda 2030 definisce 17 Obiettivi di sviluppo sostenibile (SDGs) da raggiungere entro il 2030, articolati in 169 Target e oltre 240 indicatori, attraverso i quali, periodicamente, in sede Onu, ma anche dalle opinioni pubbliche nazionali e internazionali, viene monitorato il processo di cambiamento del modello di sviluppo di ciascun Paese. La novità dell'Agenda 2030 risiede nel superamento dell'idea che la sostenibilità vada conseguita unicamente sul piano ambientale, essa infatti esprime un chiaro giudizio sull'insostenibilità dell'attuale modello di sviluppo, non solo sotto il profilo ambientale, ma anche dal punto di vista economico e sociale.

Per quanto riguarda l'Italia è possibile monitorare lo stato di avanzamento in termini di attuazione dei 17 Obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030, grazie al rapporto, annualmente prodotto dall'Alleanza italiana per lo Sviluppo Sostenibile (ASviS). Il quadro che emerge dall'edizione 2022, nel fare il punto sugli eventuali progressi fatti registrare dal nostro Paese tra il 2010 e il 2021, evidenzia passi in avanti per otto SDGs: fame (Goal 2), salute (Goal 3), educazione (Goal 4), uguaglianza di genere (Goal 5), energia (Goal 7), innovazione e infrastrutture (Goal 9), consumo e produzione responsabili (Goal 12), clima (Goal 13); un peggioramento per cinque: povertà (Goal 1), risorse idriche (Goal 6), ecosistema terrestre (Goal 15), pace e istituzioni solide (Goal 16) e cooperazione internazionale (Goal 17); e una sostanziale invarianza per quattro: lavoro (Goal 8), disuguaglianze (Goal 10), città (Goal 11) e tutela degli ecosistemi marini (Goal 14).

Per sua natura, il progresso verso un modello di sviluppo sostenibile fa perno su valori quali la responsabilità intra e inter-generazionale, nella logica che: a) le istanze per un miglioramento delle condizioni di vita dei paesi del Sud del mondo devono trovare un bilanciamento con quelle dei paesi avanzati e b) i bisogni della generazione attuale non devono compromettere le potenzialità di sviluppo delle generazioni future.

Affinché i principi dell'Agenda 2030 trovino concreta applicazione, con riferimento anche alle questioni economiche e sociali, è indispensabile la collaborazione, ma soprattutto l'azione convinta di tutte le parti coinvolte e tra queste le imprese rappresentano un attore fondamentale per l'impatto che le loro azioni svolgono sull'organizzazione stessa, e più in generale sulla vita economico-sociale delle comunità su cui insistono. "Il settore privato è un partner fondamentale per realizzare gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile. Tutte le aziende possono contribuire attraverso le proprie attività; a tutte loro, in tutto il mondo, chiediamo di valutare il proprio impatto, di fissare obiettivi ambiziosi e comunicare in modo trasparente i risultati" (Ban Ki-moon, Segretario Generale delle Nazioni Unite dal 1° gennaio 2007 al 31 dicembre 2016).



Eliana Baici

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

L'attenzione alla sostenibilità come strategia d'impresa

In questa logica assume un'importanza cruciale la "Responsabilità sociale d'impresa", che spinge le imprese a rispondere non solo ai bisogni dei propri clienti, ma anche a soddisfare le aspettative di altri stakeholders, come ad esempio il personale, i fornitori e la società in generale, incluso l'ambiente.

Uno stimolo ad adottare comportamenti coerenti con i principi dell'Agenda 2030 vengono offerti dalla reportistica non finanziaria che un numero sempre maggiore di imprese allega, volontariamente, al bilancio, per i vantaggi che la maggior trasparenza può offrire in termini reputazionali e di riduzione del costo del capitale. I principali strumenti sono: il Bilancio sociale, il Bilancio ambientale e il Bilancio di sostenibilità.

A partire dal 1° gennaio 2017, a seguito del recepimento da parte dello Stato italiano della direttiva UE numero 95 del 2014, le imprese con più di 500 dipendenti sono tenute a rendicontare le loro iniziative in tema di ambiente, diritti umani, politiche sociali, politiche di genere, anticorruzione, e diversità. Concretamente questo significa divulgare tutte

le iniziative realizzate e i risultati ottenuti, valutando l'impatto economico di quello che è stato fatto in termini di: tutela dell'ambiente, responsabilità sociale e trattamento dei dipendenti, rispetto dei diritti umani, lotta alla corruzione e alla concussione, diversità nei consigli di amministrazione. Il che comporta, come contropartita, la possibilità di accedere a tutta una serie di agevolazioni, ma anche la capacità di prevenire molti rischi [cattiva reputazione, sanzioni, cause legali, turnover del personale].

A testimonianza dell'attenzione sempre maggiore, che a tutti i livelli viene riservata alla sostenibilità nelle sue diverse accezioni, il 21 aprile 2021, la Commissione ha adottato una proposta di direttiva sulla rendicontazione della sostenibilità delle imprese [Corporate Sustainability Reporting Directive, CSRD], che modificherà gli attuali requisiti di rendicontazione non finanziaria. La proposta estende l'ambito di applicazione a tutte le grandi imprese e a tutte le società quotate sui mercati regolamentati [ad eccezione delle microimprese quotate]; richiede che le informazioni siano affidabili

e comparabili e pertanto redatte secondo standard di rendicontazione di sostenibilità che verranno definiti dalla UE. La CSRD mira altresì a riorientare gli investimenti verso tecnologie e aziende più sostenibili.

Questa evoluzione segnala in maniera inequivocabile la necessità che le imprese, di qualsiasi dimensione, si strutturino per essere in grado di fornire al mercato informazioni sempre più esaustive sul proprio modello di business. Peraltro, così facendo, esse acquisiranno maggior consapevolezza riguardo all'impatto del proprio operato su clienti, fornitori, personale, nonché sull'ambiente e la società in generale.

Alcune analisi economiche [si veda a questo proposito lo studio di Arabesque/University of Oxford che ha realizzato una meta-analisi di 200 studi accademici] documentano che le imprese che intraprendono un percorso di maggior trasparenza nei confronti di tutti gli stakeholders conseguono anche migliori risultati economici, in termini di maggior redditività, più elevate quotazioni di borsa, ma anche minor costo del capitale.



Fonte: Rapporto ASviS 2022

ESG: semplice moda o tendenza strutturale?

L'acronimo ESG deriva dalle iniziali di tre parole – Environment, Social, Governance – e riunisce le tre dimensioni fondamentali per misurare, controllare e sostenere (con acquisto di prodotti o con scelte di investimento) l'impegno in termini di sostenibilità di una impresa o di una organizzazione. In particolare, l'ESG si deve basare su una serie di criteri di misurazione e di standard delle attività ambientali, sociali e della governance di una organizzazione. Tali criteri sono utilizzati anche dagli investitori per definire le loro scelte di investimento. La nascita della sigla si può far risalire a quasi vent'anni fa, ma solo negli ultimi anni è diventata un termine noto al grande pubblico per la concorrenza di due fattori:

- ▶ Il tema è sempre più al centro della politica internazionale, almeno nelle dichiarazioni di intenti. Basti ricordare l'Agenda 2030 deliberata dall'Assemblea Generale dell'ONU, che definisce 17 obiettivi di Sviluppo Sostenibile.
- ▶ La sostenibilità, almeno per quanto riguarda quella ambientale, è diventata una preoccupazione molto più sentita per l'opinione pubblica, anche in ragione della sempre maggior frequenza di eventi ambientali estremi, quali ad esempio siccità, precipitazioni torrenziali e frane.

Il termine è spesso associato direttamente al mondo finanziario. Per molti investitori istituzionali, infatti, i criteri ESG hanno sempre più importanza nelle scelte di investimento. Tale affermazione è particolarmente vera per la lettera E, ove sono maturi standard di misurazione sufficientemente condivisi ed applicabili; molto meno per S e G. In mancanza di standard chiari, definiti, misurabili e confrontabili cross-settore e Paese, non è immaginabile una reale applicazione massiva di tali dimensioni, che vada significativamente oltre le 'scelte di esclusione'. Al di là del più o meno forte orientamento sociale di ciascuna istituzione, tale scelta è in molti casi dettata dal fatto che l'aderenza ai principi ESG è sempre più un fattore critico di successo: l'aderenza ad alcuni standard di comportamento è un asse di valutazione dei consumatori che orienta le scelte di consumo, soprattutto per i beni che sono associati alla definizione di 'valori' e 'stili di vita'; è un indicatore di innovazione e capacità di competere nei settori trasformativi (es. efficienza energetica). Seppure la connessione con il mondo degli investimenti sia evidente, non è pensabile che le scelte degli operatori finanziari sostituiscano

il ruolo trainante della politica e della società. L'enfasi sulla necessità di applicare gli standard ESG alle scelte di investimento non può derivare dalla speranza di sopperire all'insufficiente incisività dell'azione politica, anche per l'oggettiva difficoltà di trovare punti di convergenza tra gli Stati. Un'azione concreta sull'ambiente e sull'ampissimo campo sociale – che spazia dal lavoro ai diritti civili – richiede un cambio di comportamenti e indirizzi strutturali che possono essere espressi solo da governi e parlamenti, ovviamente spinti da un'esigenza altrettanto forte dei propri elettori.

I segnali che provengono dalla società ci dicono che l'attenzione – se non a tutti – a numerosi aspetti che possono essere caratterizzati come ESG, quali ad esempio la sostenibilità ambientale e i temi connessi al genere, sta crescendo molto rapidamente. In particolare, nelle fasce giovani della popolazione, alcuni orientamenti di pensiero sono dati per scontati, come diamo oggi per ovvia la contrarietà al lavoro minorile. Se è ragionevole pensare che l'enfasi sulla 'etichetta ESG' sia una moda momentanea per la caratterizzazione dei prodotti finanziari, è, invece, inevitabile che i temi di fondo continuino a rafforzare la propria rilevanza. In parallelo, si distingueranno, nel mondo finanziario e industriale, gli operatori che avranno impiegato risorse intellettuali e materiali per affrontare il mondo ESG in modo serio, e non solo come una scorciatoia di marketing.

È utile sottolineare che tali considerazioni non riguardano solo le grandi aziende o le multinazionali, ma interessano tutto il settore produttivo e costituiranno un elemento di 'sopravvivenza' fondamentale anche per le imprese della nostra Provincia. Se si viene a contatto con i settori più dinamici e giovani dell'economia, quali le start-up, ci si accorge che l'etichetta ESG è già sorpassata. Molti dei temi tipicamente oggetto dei parametri di valutazione degli investitori, sono dati per scontati e inevitabili. Si ottiene lo stesso effetto straniante che si avrebbe oggi chiedendo ad un concessionario se la nostra auto dei desideri abbia i vetri elettrici, l'autoradio e le cinture di sicurezza.

In sostanza, i temi sintetizzati dalla sigla ESG sono fondamentali per garantire un futuro sostenibile alla società e non è già oggi più immaginabile una scelta tra ESG o meno, ma solo un dibattito sull'intensità e la velocità di convergenza.



Carlo Frati

Alessandrino, classe 1976, Carlo Frati è Chief Financial Officer di Zurich Italy Bank Spa. Ruolo che fino all'inizio dell'anno ricopriva in Banca Consulia. Dopo il liceo classico 'Plana', si è laureato in Economia alla 'Bocconi' di Milano. Entra in McKinsey nel 2000, ne esce come partner nel 2016. È stato anche amministratore delegato di Capital Shuttle Spa, membro del board della start-up Brain D Tech e membro direzionale di Bio4Dreams.

Il Gruppo AMC fa parlare i numeri della sostenibilità

Perché per essere "green" ci vogliono i fatti

Il rispetto per l'ambiente, per la natura, per gli animali e le piante è qualcosa che deve nascere dal profondo dell'animo di ciascuno di noi. Tutti dobbiamo essere sensibilizzati e assolutamente convinti dell'importanza della cura del pianeta, che possiamo salvaguardare anche grazie ai quei piccoli gesti che, se ripetuti da miliardi di persone, possono garantire il futuro della Terra a vantaggio delle future generazioni.

Vero è che se le persone hanno precisi doveri comportamentali sul tema della cura ambientale, doveri ancora maggiori riguardano tutte le aziende che, attraverso le diverse attività produttive, inevitabilmente finiscono per essere fonte principale d'inquinamento.

Sarebbe doveroso che le aziende stesse fossero le prime promotrici di "politiche green" da trasformare pragmaticamente in attività in grado di compensare almeno parzialmente l'impoverimento ambientale che spesso procurano. Inoltre, i comportamenti virtuosi da parte di chi produce, non si dovrebbero fermare al tema dell'inquinamento, perché quando si parla di sostenibilità aziendale, si fa riferimento a uno spettro di attività ben più ampio: crescita della capacità rinnovabile, attenzione all'ambiente attraverso la riduzione della produzione globale di carbone, ma anche benessere delle persone, diversità e inclusione, salute e sicurezza sul lavoro. La buona notizia è che ci sono diversi casi di aziende del nostro territorio davvero virtuose sotto l'aspetto dell'etica produttiva.

Il Gruppo AMC per esempio, che da diverso tempo si è schierato in prima linea per dimostrare che tutti, cittadini e imprese, possono dare un contributo significativo alla cura del pianeta. AMC lavora oggi con una naturale predisposizione al rispetto ambientale per il proprio territorio, che ogni giorno serve e protegge. Per questo, da anni, in tutte le aziende del Gruppo, è in corso un processo di efficientamento senza precedenti che riguarda davvero tutte le aree di competenza in cui opera la realtà casalese.

TELERISCALDAMENTO: la città è stata dotata di un moderno impianto per la riduzione di gas serra, come raccomandato dal Protocollo di Kyoto. Sono già disponibili circa ottomila metri d'impianto per il teleriscaldamento, ed è in fase di studio l'ampliamento della rete in buona parte della città di Casale Monferrato.

ACQUA: il ciclo idrico integrato fornisce acqua buona e microbiologicamente pura che viene costantemente controllata attraverso un enorme numero di analisi di laboratorio. Così, nei comuni di Casale Monferrato e Valenza serviti da AM+, oltre ottantamila persone possono bere tranquillamente acqua direttamente dal rubinetto di casa, riducendo sensibilmente l'uso di bottiglie di plastica di difficile smaltimento.

FOTOVOLTAICO: quattro impianti fotovoltaici alimentano edifici e capannoni del Gruppo, pozzi e cimiteri, oggi completamente illuminati a led. Un ulteriore impianto fotovoltaico di 70 kW è in fase di realizzazione presso la sede del Gruppo.

ILLUMINAZIONE PUBBLICA A LED: oltre il 50% dei corpi illuminanti cittadini è stato già sostituito con lampade led di ultima generazione: oltre 7.000 lampadine. Numero destinato ad aumentare considerato che è in atto il terzo lotto di efficientamento energetico che prevede l'introduzione di ulteriori 1.500 lampadine led a basso consumo energetico.

AUTOBUS: il parco di 15 mezzi dedicato al trasporto pubblico è stato recentemente rinnovato introducendo autobus ibridi e a metano, a contenuta emissione di CO2. Sono stati acquistati due autobus ibridi del tipo non plug-in che producono elettricità immagazzinandola in fase di funzionamento e sono in arrivo due autobus alimentati a metano e dotati di motorizzazione Euro 6D.

E per essere coerenti fino in fondo, tutte le **attività produttive** di **AMC**, **AM+** ed **Energica** utilizzano energia proveniente da **fonti rinnovabili**, dimostrando con i fatti e con i numeri di essere impegnate nella salvaguardia dell'ambiente.

Perché essere sempre più green non è una moda, è un impegno.



L'ACQUA DEL MONFERRATO

Via Orti 2
15033 Casale Monferrato (AL)

Sede operativa di Valenza:
Strada Vecchia Pontecurone, 1
15048 Valenza (AL)



AZIENDA MULTISERVIZI CASALESE

AZIENDA MULTISERVIZI CASALESE S.P.A.
Via Orti 2
15033 Casale Monferrato (AL)



ENERGICA S.R.L.
Via G.A. Morano 1/C
15033 Casale Monferrato (AL)

Dalla tempesta perfetta al futuro sostenibile

In questo autunno 2022 si concentrano diversi fattori della crisi che sta demolendo le certezze e stravolgendo le abitudini del mondo: il covid che non molla la presa, la guerra che taglia le prospettive, il clima che tuona concretamente i suoi effetti, le economie del mondo guidate dalla finanza al posto della politica, le multinazionali più forti dei governi. Il fattore meno appariscente, che si radica nelle persone, è lo stress generando apatia, frustrazione, contestazione, violenza. Incombe una crisi economica che potrebbe sconvolgere la realtà sociale, frenare la fiducia nel futuro e, soprattutto, creare effetti asimmetrici, che ampliano le disuguaglianze, erodono le opportunità, colpiscono di più i molti [cittadino comune] e meno i pochi [cittadino privilegiato].

Nessuno dubita che questo sistema consumista prescritto dallo sviluppo lineare abbia fatto il suo tempo. Questo è il momento di attuare il giro di boa che ci allontani dalla tempesta perfetta in cui stiamo entrando e apporti fiducia nel futuro. È il momento di avviare un percorso di trasformazione sostenibile in cui i sacrifici necessari per ridimensionare i consumi e riposizionare gli obiettivi siano chiari e seri, condivisi e proporzionati. È il momento dello sviluppo che prescriva una trasformazione imperniata sul rispetto dell'ambiente, della società e della gestione secondo equilibrio, trasparenza e integrità. I governi possono intervenire appesantendo il debito pubblico ma i cittadini devono fare la loro parte; è il momento dei sacrifici per cambiare gli stili di vita e i modi di consumare. Finché i comportamenti non sostenibili di ogni campo politico, economico e sociale, verranno considerati un danno lieve, l'affermazione della trasformazione sostenibile sarà molto più lenta e blanda. Serve la forza della stigmatizzazione che condanni "coram populo", pubblicamente e con efficacia reattiva, chi dice di agire sostenibile e non lo fa, oppure chi lo fa alla leggera, senza effettivo cambiamento.

La coscienza e la consapevolezza sull'importanza di rispettare i valori dello sviluppo sostenibile devono orientare le scelte di acquisto; per farlo l'informazione prima e il contrasto poi, hanno un ruolo decisivo per garantirne l'effettiva efficacia e concretizzare una vera condanna dei comportamenti animati da fatti fuorvianti e ingannevoli.

Condanna prima commerciale, reputazionale da parte dei Consumatori e, in casi estremi, anche giudiziaria da parte dello Stato.

La comunicazione d'Impresa e la capacità persuasiva del marketing sono ancora più deter-

minanti rispetto all'istinto e all'esperienza del Consumatore; non è facile estirpare la manomissione della strategia di sviluppo sostenibile eccessivamente diffusa.

La Comunità deve rendersi attiva per essere incisiva.

La storia ci ha insegnato che le emergenze sono il prodotto di tante ordinarie negligenze e di ripetuti interventi superficiali. Non si può più aspettare perché, alla fine, troppe emergenze degenerano in catastrofi irreparabili.

I criteri della sostenibilità sono il regolatore neutro degli interessi concorrenti in nome dell'interesse generale, a difesa della fisiologia democratica e a contrasto della sua alterazione. Diventa a questo punto essenziale il coinvolgimento di tutti i Consumatori resi consapevoli e attenti nelle scelte di acquisto. Troppi strappi ai valori naturali del pianeta e dell'uomo suo figlio sono oggi ignorati o addirittura trascurati. Troppi valori guida sono artefatti e conducono a strade effimere mentre distruggono dal bene comune, dall'interesse generale, dalla convivenza civile; insomma dalla democrazia misurata e possibile.

Per ripristinare l'equilibrio dei valori la strada maestra è premiare i comportamenti positivi e colpire quelli negativi, alleggerendo la tassazione sui beni e sul lavoro, appesantendo la tassazione su chi [o cosa] produce e lavora in maniera non sostenibile: inquina, specula, evita la circolarità, sfrutta e spreca, non condivide il valore creato a favore della coesione e della equità sociale. Nella società di oggi prevale l'interesse del singolo su quello collettivo; in pratica l'indipendenza e l'autonomia del singolo prevalgono sul gruppo. Per questo la coesione e l'equità, priva dell'interdipendenza dei cittadini all'interno della società, non può essere congenita ma idealizzata, non può essere naturale ma auspicata. Il senso, l'interesse collettivo, è mediato da troppi gruppi che compongono la società [familiari, amicali, religiosi, d'interesse specifico politico, economico e culturale].

I processi decisionali di ogni cittadino sono influenzati quindi da una visione morale più particolare che generale. Il senso dello stato, della comunità, è indebolito, il contrasto ai comportamenti che ne ostacolano la crescita è destrutturato.

Il potere delle rappresentanze divise non contrasta le derive della finanza predatoria e delle concentrazioni multinazionali invasive che detengono i valori dell'economia: capitali, ricerca, innovazione, influenza mediatica, talenti e competenze che disdegnano la politica.



Francesco Tamburella

È stato presidente della commissione per lo sviluppo di tecnologie a supporto della diffusione della cultura italiana nel mondo presso il Ministero degli Affari Esteri e membro della Commissione Arte e Musei Virtuali del Ministero per i Beni e le Attività Culturali; consulente del Ministero per i Beni e le Attività Culturali per le tecnologie e i sistemi produttivi per la cultura e per il marketing degli Istituti Culturali. Autore per il Ministero per i Beni e le Attività Culturali e per la Luiss University Press, Tamburella è stato anche membro di tre gruppi di lavoro del comitato tecnico delle Comunità Intelligenti presso l'Agenzia per l'Italia Digitale della Presidenza del Consiglio. Oggi è coordinatore dell'osservatorio ConsumerLab.it, membro del CSR - Corporate Social Responsibility Manager Network, componente del Forum per lo Sviluppo Sostenibile presso il Ministero dell'Ambiente e coordinatore del congresso nazionale Future Respect.

Dalla tempesta perfetta al futuro sostenibile

La Sostenibilità è il tema di fondo dello sviluppo perché è determinante per la corretta affermazione di comportamenti e scelte capaci di aggiornare il modo di produrre, consumare e governare nell'interesse del futuro di tutti.

Il Consumatore è poco informato sulle pratiche di gestione sostenibile adottate dalle Imprese, nonostante sia, ora più che mai, interessato ad apprezzarne i valori. Vuole essere cosciente.

Il Consumatore ha il diritto ad essere informato per premiare Imprese impegnate nello sviluppo sostenibile, per favorire scelte responsabili. Vuole essere consapevole.

Il concetto di sostenibilità usato nella promozione di un brand è spesso fallace; se esplicitato in modo complesso ed esteso non ha l'efficacia che una pubblicità si propone; se esplicitato in modo semplice e sintetico non può rappresentare la realtà, quindi ha un certo potenziale d'ingannevolezza, inducendo apprezzamenti spesso fuorvianti. Questo danneggia non solo il coinvolgimento e le scelte giuste ma, soprattutto, oscura la reale portata dell'impegno da assumere per cambiare il modo di produrre, consumare e governare. Danneggia anche quelle attività che questo impegno lo hanno assunto con serietà.

La sostenibilità merita rispetto, nell'interesse di tutti. Non è un prodotto, non è una moda, è il futuro.

Ogni cittadino consapevole e cosciente ha la possibilità di valutare come e quanto un'attività produttiva sia impegnata nella trasformazione sostenibile. In pratica quando, oltre al giusto rapporto prezzo-qualità, dimostra di essere solida [crea valore con un adeguato rapporto prezzo qualità e una sana gestione], per bene [crea valore senza vizi occulti, danni collaterali o rischi non calcolati, nel rispetto dell'integrità e della legalità], lungimirante [guarda al futuro programmando con equilibrio e adeguata innovazione] e generosa [condivide parte del valore creato con il territorio, le comunità e le istituzioni che le permettono di prosperare]. ConsumerLab condivide con le Imprese l'esperienza acquisita con diciassette Ricerche, in due Congressi e quattro Index Future Respect insieme all'ultra decennale relazione con i Consumatori; rende disponibili le metodologie di ascolto e indagine studiate per individuare il modo in cui i Consumatori vogliono essere ascoltati, capiti e aiutati, quindi soddisfatti. La catalogazione di oltre duemila Bilanci di Sostenibilità ha evidenziato le migliori pratiche e i casi esemplari di successo che sono una guida valida per tutti, piccole, medie e grandi imprese.

L'attenzione e l'interesse dei Consumatori nei riguardi delle informazioni sullo stato di avanzamento della trasformazione sostenibile adottato dalle Imprese sono in aumento: le Imprese non possono più evitare di allinearsi e soddisfare questa realtà in maniera chiara, trasparente, coinvolgente e, soprattutto, veritiera.

Oltre i dati economico-finanziari, espressi nel bilancio contabile, ogni Impresa, che vuole essere trasparente e credibile, deve rendicontare anche il suo percorso di trasformazione sostenibile, offrire una visione concreta dell'impatto [effetto passivo] e dell'influenza [effetto attivo]

su Territorio, Società e Mercato, nel rispetto dell'integrità e della legalità.

Reagire alla crisi in atto e mostrare la forza di mantenere la rotta verso la traforazione sostenibile, che comprende la transizione ecologica, è la strada maestra per rispettare il futuro e soddisfare i consumatori sempre più consapevoli. Il panorama sta cambiando spinto dalla sensibilità del mondo finanziario per investimenti sostenibili, dall'interesse crescente dei Consumatori verso scelte di acquisto consapevoli e dalla necessità di controllare le filiere di fornitura come componenti non marginali del prodotto finale. ConsumerLab ha realizzato il Modello Future Respect (MFR) che permette di comunicare in modo semplice un indicatore di fiducia per i Consumatori, soprattutto per chi non ha conoscenze adeguate sulla trasformazione sostenibile o non legge i Bilanci di Sostenibilità complessi e prolissi.

L'organizzazione e la gestione dell'Impresa nel suo percorso di trasformazione sostenibile viene messa a confronto con le migliori pratiche e i casi esemplari di successo, 110 pratiche in tutto, rilevati dalla catalogazione di oltre 2.000 Bilanci di Sostenibilità.

Il MFR verifica come e quanto l'Impresa, in ottica consumeristica, ha la capacità di organizzarsi e crescere allineata ai criteri ambientali, sociali, gestionali e comportamentali della trasformazione sostenibile [per il mercato] unitamente ai consolidati rating finanziari [per gli investitori]. Delle 110 pratiche, 88 sono quelle che afferiscono al sustainability reporting e 22 al financial reporting. Ogni attività è inquadrata negli SDGs (Sustainable Development Goals ONU), nei sei Capitali classificati dall' IIRC (International Integrated Reporting Council), nei criteri ESG (Environment, Social, Governance).

Ognuna delle 110 pratiche è stata "pesata" attraverso tre ricerche biennali che hanno coinvolto 3.500 Consumatori; rappresentano i loro interessi e la loro sensibilità per definire sostenibile un'attività produttiva; sono in pratica indicatori della capacità di creare fiducia e ottenere il successo sostenibile da parte di un'Impresa nel mercato, cioè presso i Consumatori; quindi dalla capacità di soddisfarli e fidelizzarli. Il "peso" totale delle pratiche ammonta a 1.000 punti; di cui 835 relativi al sustainability reporting e 165 al financial reporting.

Più la somma dei punti relativi alle pratiche adottate dall'Impresa si avvicina al punteggio massimo, più l'Impresa dimostra, con l'accessibilità e l'efficacia della narrazione, l'affidabilità, la capacità di attrarre e coinvolgere, di conquistare fiducia e reputazione; in pratica risponde al Consumatore che vuole sapere come l'Impresa opera nell'interesse generale oltre che per il profitto.

Il MFR consente anche di evidenziare tanto i punti di forza su cui puntare nella comunicazione e nella strategia di marketing quanto quelli da potenziare nell'implementazione della trasformazione sostenibile; una sorta di "prova del nove" che assume anche un ruolo preventivo oltre che consuntivo per l'ottimizzazione di efficacia, completezza e rappresentatività.

L'ANALISI | **PIER DOMENICO GARRONE**

Economia contemporanea: perché non ad Alessandria?



Pier Domenico Garrone

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

"Contemporaneo" vivere nell'età del presente. In economia saper quotidianamente mantenere la competitività ancorata alla dinamica innovatrice dell'economia digitale, con l'attenzione sociale di non alterare la tradizione e i valori fondanti della Comunità. Contemporaneo e le relative applicazioni, sono parole concrete che leggeremo sovente e sicuramente sino al termine del PNRR. Il Territorio, anzi, deve trovare nella sua contemporaneità costante rilancio e aperture per la crescita culturale. Pensate agli studi professionali tradizionali superati in efficienza ed efficacia dai siti di consulenza dalle paghe, ai servizi legali, alla progettazione di ambienti, alle perizie. Ora scorrete l'elenco delle prestazioni e le parcelle che pagate e confrontatele in Rete. Sono piattaforme pensate e gestite a Rimini, Torino, Palermo, Padova.

Perché non ad Alessandria? Manca il dialogo digitale? Forse e non solo. Oggi prima di scegliere un notaio o un idraulico possiamo chie-

dere preventivi di fattibilità, assistenza post evento, assicurazioni per errori professionali. Tutto dal nostro domicilio. Qui va fatta una riflessione sulla riprogettazione della casa. Così per confezionare un abito su misura o comprare un piscina o rifare un tetto della casa, progetto APE e SCIA comprese.

Così anche per guidare un drone o fare e ricevere formazione per specializzarsi nelle professioni non ordinistiche dell'economia digitale per ampliare le vendite, migliorare la sostenibilità aziendale, esportare, aprire l'Impresa a investitori. Alessandria ha un potenziale alto avendo una leadership nell'editoria "Il Piccolo" che ha le carte in regola per "traghetta il contemporaneo" il business e la cultura d'impresa. Leggere con attenzione questo concetto pensando alla propria vita lavorativa, alla propria Impresa, che sia agricola o manifatturiera è indifferente, rende la consapevolezza della realtà dei fatti, del "di che cosa stiamo analizzando" e soprattutto cosa dobbiamo rapida-

Economia contemporanea: perché non ad Alessandria?

mente fare per "fermare il declino della provincia di Alessandria." Questo è un obiettivo che dovrebbe fare convergere interessi.

È il momento di ribellarsi e accorgersi con orgoglio che questa è una grande provincia. Bisogna solo renderla contemporanea. Un lavoro di passione umana, istituzionale, imprenditoriale dove la Comunicazione è il green pass nell'economia digitale.

"Abbiamo sempre fatto così" è la frase di chi colpevolmente è responsabile del problema e scarica le colpe. Purtroppo sovente si sente come risposta da chi ricopre un ruolo non per merito né per ambizione. Il fare non nasce mai dal già fatto ma dalla responsabilità di una decisione che rimuove ostacoli, trova risorse, progetta innovazioni che si realizzano senza compromessi al ribasso con il passato. La terzietà e l'indipendenza da "influenze illecite" danno sempre ottimi risultati. Gli errori sulle bollette del gas e dell'energia, ad esempio, non possono nel 2022 essere considerati accettabili soprattutto in un periodo drammatico, noto da tempo, in prossimità dell'inverno e con datate tecnologie applicate ai contatori sia per misurare la quantità che la qualità della fornitura. Una regola è smettere di perdere tempo sulla storia degli errori per subito agire per costruire cosa manca alle Imprese, alle persone fragili, ai pendolari, ai turisti. Il flusso delle Persone e delle merci, in uscita ed in entrata, in un ospedale, in un museo, in un Comune non può avere le stesse dimensioni e durata di tempi e di impatto ambientale del passato.

L'attuale qualità della logistica dei Comuni della provincia di Alessandria è nel migliore dei casi ferma agli anni ottanta. Questo impatta sia sulle opportunità per creare qui lavoro, sia sulla salute e l'assistenza a domicilio delle persone. Ma impatta, e lo abbiamo imparato con il Covid19, anche sui valori immobiliari e sulla qualità della vita familiare.

Questo esempio nasce dall'analisi della Comunicazione che è in Alessandria materia ancora trattata da anni '80 quando si scrollò socialmente con l'avvento delle radio e TV private e si correva in edicola a comprare il giornale.

Fatti di cultura e azione intellettuale ripetibili in modalità contemporanea se si passa dalla modalità "abbiamo sempre fatto così" all'attualità della Cultura d'Impresa.

La natura umana sovente rimpicciolisce la visione e quindi si assiste, fragile l'autorevolezza politica, alla duplicazione di "coriandoli" come, ad esempio, sono i troppi enti di promozione in provincia di Alessandria.

Tutti dai bilanci ridicoli rispetto agli obiettivi istituzionali da perseguire. Ragionare per "tinte forti" ovvero strutture autorevoli, per rappresentanza e budget, comporterebbe anche una gerarchia delle competenze responsabilizzata a raggiungere obiettivi importanti le cui ricadute ripagherebbero con alti margini l'economia locale. Spacciare attività che al massimo sono classificabili di animazione territoriale con la promozione turistica è nel 2022-2023 offensivo e dannoso. Manca, ad esempio, in tutta la provincia che ha in natura DOP & DOPG economicamente trainanti una piattaforma logistica del "Made in Italy Alessandria". Ma abbiamo stazioni chiuse, come a Strevi patria del Moscato, e movicentro impolverati. Eppure sulla carta c'è tutto per farlo solo che ciascun protagonista preferisce vivere da coriandolo. Così si sono sprecati denari pubblici e nel tempo si è dato un contributo negativo alla crisi economica e all'occupazione.

Lo stato dell'arte ci mostra "coriandoli che producono coriandoli".

L'ostinazione di commentare e non emulare le Langhe è quasi patetico. Si vince solo con l'alta gamma della qualità. Alessandria dispone di patrimonio culturale, agroalimentare, industriale e ambientale con una fortunata collocazione geografica.

Guardatevi intorno, ovunque state leggendo Il Piccolo, e riflettete se quello che osservate è contemporaneo e scrivete, fatevi sentire sulla vostra idea di contemporaneità della vita e di cosa concretamente si può fare. Passerete dalla rassegnazione "si è sempre fatto così a ritrovarvi protagonisti sociali e imprenditoriali" dell'attualità che vi scorre davanti.

Questa è la Comunicazione.

L'ANALISI | **ANDREA BOSCARO**

Quanto sono sostenibili le scelte fatte dal divano?



In poco tempo, la parola "sostenibilità" ha assunto un significato completamente diverso da quanto era inteso all'indomani della fine della pandemia. Non tanto sul piano dei valori, del rispetto dell'ambiente in cui cresciamo e viviamo, quanto sul piano della concretezza degli effetti che il non contemplarla può produrre. Dalla siccità della scorsa estate alla transizione energetica di questi mesi, la sostenibilità sta rapidamente assurgendo al ruolo di priorità nell'agenda pubblica e nelle scelte delle imprese e delle persone.

Questo coinvolgimento delle organizzazioni e delle famiglie, plasticamente rappresentato dall'aggravio dei costi dell'energia, deriva dal fatto che la sostenibilità ha a che fare con i comportamenti e dunque riguarda ciascuno di noi non solo come testimonianza dei principi a cui ispiriamo il nostro agire, ma anche come criterio di valutazione delle scelte puntuali di tutti i giorni, dalla raccolta differenziata all'uso dei mezzi pubblici.

Come per molte imprese alessandrine, operanti nel settore della chimica e della logistica fra gli altri, per le quali la sostenibilità è diventata una bussola orientata verso il futuro, così anche per ciascuno di noi cittadini è diventata

una sfida quotidiana. Nella nostra vita digitale ad esempio è possibile testimoniare valori e adottare comportamenti sostenibili, sotto la triplice declinazione della sostenibilità ambientale, sociale ed economica di cui questo termine è costituito.

Se pensiamo al commercio elettronico, vi sono acquisti online compiuti dopo aver consultato, per giorni e con attenzione, blog, recensioni e comparatori di prezzo, ma vi sono anche scelte fatte dal divano, che vengono prese d'impulso, dopo aver seguito il live di un influencer o aver apprezzato una story su Instagram: si acquista sempre più online infatti non solo per soddisfare un bisogno, ma anche per appagare un desiderio ed all'e-commerce razionale dei marketplace si accosta l'e-commerce emozionale dei social media.

Ad essere legato a doppio filo con gli acquisti d'impulso è però il fenomeno dei serial returners ovvero di coloro che ricorrono in modo costante al reso, anche perché spesso gratuito: questa opzione che negli anni passati ha rappresentato un volano di fiducia e quindi di crescita del commercio elettronico è oggi una delle cause della sua dubbia sostenibilità ambientale. Se infatti, all'apparenza, le consegne



Andrea Boscaro

Fondatore e partner della società di formazione e consulenza dedicata al marketing digitale The Vortex e già Amministratore Delegato di Become [la ex Pangora], l'alessandrino Andrea Boscaro si è laureato con lode all'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano in Scienze Politiche.

Ha lavorato per 4 anni come business development manager in Lycos Italia. Dall'aprile del 2004 si è occupato di Pangora estendendone la partnership, la notorietà ed il volume d'affari.

Autore di volumi come "Marketing digitale per l'e-commerce. Tecniche e strategie per vendere online" e "Tecniche di web-marketing", è un formatore legato ai temi dell'e-business, dei social media e dell'editoria digitale. Per Il Piccolo cura la rubrica Meme.

Quanto sono sostenibili le scelte fatte dal divano?

online riducono gli spostamenti autonomi nel recarsi presso i punti vendita, la gestione di un ordine effettuato su Internet contempla:

- la frammentazione degli acquisti e la molteplicità dei passaggi e delle relative movimentazioni;
- la crescita delle aspettative da parte dei consumatori per consegne rapide e quindi non efficienti;
- i passaggi inversi richiesti dalla gestione di resi e guasti e il loro smaltimento;
- il traffico su gomma degli spedizionieri verso le singole abitazioni di chi compra;
- l'uso dei materiali e della plastica dei singoli imballaggi e la complessità del loro riciclo.

Se la scelta di formule di consegna "senza fretta" e una maggiore attenzione agli ordini perché limitino i resi sono aspetti legati ai comportamenti individuali, anche le strategie delle aziende possono essere premiate, se adeguatamente implementate e comunicate, quando affrontano gli imballaggi e le consegne.

L'Istituto di Management della Scuola Sant'Anna di Pisa, sostiene che, in termini ambientali, comprare online conviene quando il cliente per recarsi in negozio deve percorrere una distanza superiore ai 5 km: nei restanti casi, la comodità dell'acquisto da casa ha un impatto negativo per i costi determinati dai trasporti e dagli imballaggi necessari alla consegna.

Secondo Corepla, il consorzio per il riciclo degli imballaggi di plastica, l'e-commerce ha rap-

presentato il 15% del totale della plastica immessa al consumo e la difficoltà con cui si riciclano le diverse parti dell'imballaggio, perché composto da materiali diversi, determina il fatto che il pacco ordinato online possa arrivare a causare l'emissione di 180 kg di CO₂, rispetto agli 11 kg della confezione presa in negozio.

Se a questi due aspetti aggiungiamo i costi di smaltimento dei prodotti restituiti ed invenduti, comprendiamo le sfide che il commercio elettronico e tutti i soggetti che vi sono coinvolti debbono affrontare sul fronte della sostenibilità.

Il cambiamento dell'imballaggio, perché possa essere pienamente riciclabile se non riutilizzabile, deve però accostarsi all'evoluzione dei modelli di business dell'e-commerce verso l'omni-canalità e l'ottimizzazione dell'ultimo miglio.

La consegna in negozio e il prelievo in un punto di prossimità (come i locker) possono infatti rappresentare elementi virtuosi sia per la sostenibilità ambientale che per l'apporto che forniscono ai punti vendita sul territorio: le formule "reserve and collect" e "pay and collect" rimettono infatti al centro l'esperienza in-store e salvaguardano il ruolo dei negozi, luci che non debbono spegnersi nelle nostre città.

A questo proposito, il Rapporto RetailX stima che la consegna a punti di ritiro diffusi produca un terzo delle emissioni ed evidenzia quanto sia rilevante la diffusione di lockers sul territorio: nell'aprile 2020, in pieno lockdown, l'Agcom ha condotto un'analisi [link] dalla

COMUNE (AREE AM)	#LOCKER	POPOLAZIONE
ROMA	192	2.617.175
MILANO	128	1.242.123
NAPOLI	16	962.003
TORINO	82	872.367
GENOVA	35	586.180
BOLOGNA	36	371.337
FIRENZE	22	358.079
BARI	21	315.933
VENEZIA	18	261.362
TOTALE	550	7.586.559

Locker presenti nelle aree metropolitane [fonte: Agcom, 2020]

Quanto sono sostenibili le scelte fatte dal divano?

quale emerge come il 22% dei punti di ritiro installati in Italia [550 su circa 2500] siano collocati nelle principali aree metropolitane con una forte disomogeneità fra le regioni.

Se la sostenibilità è la direzione di marcia di un operatore economico, essa può diventare anche un metro di giudizio per ciascuno di noi, nelle nostre vesti di acquirenti. Possono essere presi in considerazione, quando ci si trova a scegliere un venditore online, i seguenti aspetti:

- se l'impegno verso l'ambiente è stato comunicato efficacemente in un'area dedicata del sito e se sono stati indicati con precisione gli ambiti, i risultati conseguiti e gli obiettivi di tale impegno;
- se il modello di vendita online è stato innovato introducendo la possibilità di acquistare prodotti fallati, ricondizionati o scegliendo modalità di abbonamento così da migliorare lo smaltimento dell'usato;
- se nelle schede prodotto sono evidenziati valori utili a comprendere la bontà della scelta come la minor impronta carbonica presente nei prodotti ricondizionati;
- se sono state fatte scelte formali da parte del venditore quali la trasformazione in "società benefit";
- se è stata introdotta, e premiata, la disponibilità di formule di consegne "senza fretta";
- se vi è la possibilità di ritirare il bene presso punti vendita fisici o lockers;
- se è presente la comunicazione di fattori quali il possibile riutilizzo delle confezioni, il mancato uso di plastica negli imballaggi e l'impiego di confezioni di dimensioni adeguate al bene contenuto;
- se è segnalato l'impiego dell'etichettatura ambientale volta a facilitare lo smaltimento corretto dei rifiuti;



Distribuzione dei locker in Italia [fonte: Agcom, 2020]

- se sono presenti elementi utili a comprendere le scelte fatte sul piano dei fornitori coinvolti, della loro appartenenza al territorio, del loro rispetto delle condizioni di lavoro del personale;
- se le politiche legate ai resi sono state impostate per scoraggiare resi gratuiti e, più in generale, sono comunicate con trasparenza le scelte di gestione dei resi, dei guasti, dell'invenduto.

Secondo il Sustainability Report di RetailX, il 43% degli acquirenti intervistati afferma di tenere in considerazione le opzioni disponibili per ridurre l'impatto prodotto dalle consegne, con un dato ancor più elevato (il 60%) nella fascia di età 18-25: la crescente sensibilità alla sostenibilità ambientale degli acquisti online può dunque essere intercettata e rappresentare un fattore di competizione al rialzo da parte delle aziende nel momento in cui sia credibile e sia comunicata efficacemente al consumatore.



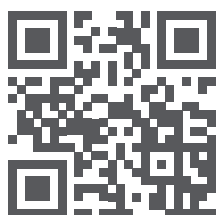
Yuganov Konstantin/Shutterstock.com

OGNI GIORNO LAVORIAMO PER ASSICURARTI UN CALDO E CONFORTEVOLE INVERNO

*Anche nei momenti più difficili ENERGY WAVE ti garantisce
un servizio sicuro e affidabile*

Vieni a trovarci nella nostra nuova sede di Alessandria, Viale Milite Ignoto, 56, oppure
negli uffici di Ovada e Voghera. Ci trovi anche al numero di telefono e WhatsApp 0131 244711

Per maggiori informazioni www.energywave.it o seguici su   



L'ANALISI | **LUCA DAVINI**

Il contratto internazionale come strumento di lavoro



L'export del made in Italy ha caratteristiche uniche al mondo per la sua diversificazione: piccole, medie e medio-grandi imprese, leader sui mercati esteri in circa tremila nicchie di prodotto, hanno generato nel 2021 un surplus della bilancia commerciale di circa 104 miliardi di dollari (si veda Il Sole 24 Ore del 9 giugno 2022). A ridosso di Giappone (129 miliardi) e Corea del Sud (127 miliardi).

La Provincia di Alessandria, con le sue eccellenze, non fa eccezione rispetto a questo trend positivo: nei primi sei mesi del 2022 l'Alessandrino ha infatti registrato una crescita delle esportazioni pari al 17,5% rispetto all'anno precedente (fonte: bollettino Unioncamere Piemonte del 21 settembre 2022).

A fronte di questo enorme potenziale, in migliaia di consulenze erogate nel corso degli anni, abbiamo rilevato il frequente uso di modelli non adeguati a prevenire e gestire i principali rischi di conflitti economici con i partner esteri. Le imprese italiane troppo spesso operano tramite contratti internazionali incompleti, sbagliati o perfino in totale assenza di accordi scritti che tutelino i loro interessi commerciali. L'approccio verso il contratto internazionale consiste purtroppo in larga misura in prassi aziendali stratificate nel tempo, obsolete e non verificate o verificate da sedicenti esperti

senza expertise legale specifica. A volte si utilizzano modelli di contratto presi sul web da fonti incerte, inadatti a regolare l'operazione e comunque non su misura per l'affare.

Spesso il contratto è perfino percepito come un passaggio burocratico che potrebbe ostacolare l'affare.

E mancano informazioni sui rischi che corre l'azienda operando in tal modo. Ad esempio, per richieste di pagamento di somme provenienti da un concessionario estero in base alla legge straniera applicabile al rapporto commerciale o a causa di una cospicua indennità dovuta a un agente "storico", nel contesto di un rapporto di agenzia di fatto giunto a cessazione. Così l'esborso sarà ben più alto di quello dovuto secondo la legge italiana.

Queste situazioni non sempre sfociano in una lite giudiziale o arbitrare, ma sono certamente fonte di costi imprevisti per l'impresa. Tutto ciò avviene in un contesto di incertezza negoziale: l'imprenditore, se non ben assistito legalmente, non sa fino a che punto sia appropriato dal punto di vista giuridico ed economico spingersi nel fare concessioni all'altra parte. Come prevenire questi rischi?

Un corretto approccio sta nell'utilizzare il contratto internazionale come strumento operativo per attuare sia la strategia di marketing sia gli



Luca Davini

Socio fondatore di Mantelli Davini Avvocati Associati, uno studio legale con sede in Torino e Milano che offre servizi di consulenza legale strategica per l'accompagnamento all'estero delle imprese che operano sui mercati internazionali. Lo studio è attivo da oltre vent'anni nel settore della contrattualistica internazionale e del contenzioso internazionale e ha sviluppato una practice specifica in oltre 50 Paesi del mondo.

Docente presso varie business school. Collabora con la rubrica Norme & Tributi del Sole 24 Ore. Autore e co-autore di varie opere sui contratti internazionali pubblicate dal Sole 24 Ore e curatore per il Sole 24 Ore della guida "Contratti internazionali: a cosa servono e come scriverli" pubblicata nel giugno 2021 e dell'Instant book "Contratti con l'estero" pubblicato nel luglio 2022.

Il contratto internazionale come strumento di lavoro



obiettivi commerciali con la finalità ultima di esportare i prodotti e promuovere i propri marchi all'estero, con tutte le cautele e nella massima sicurezza possibile.

Le imprese possono infatti liberamente determinare il contenuto del contratto internazionale, sebbene entro certi limiti [ad esempio posti dalla presenza di norme inderogabili]. Gli obiettivi si possono perseguire sia con la protezione dei principali punti critici dell'operazione sia con la regolazione dei principali punti di interesse. Ad esempio, nella vendita internazionale i più ricorrenti punti di contrasto sono il rischio di viaggio della merce, le possibili contestazioni sulla sua conformità, il rischio di mancato pagamento o la scelta di un metodo di risoluzione delle controversie sbagliato.

Tenendo conto che non esiste né un tribunale unico sovranazionale che decida delle liti commerciali né norme uniche nel mondo, le previsioni del contratto dovranno prevedere la scelta espressa della legge applicabile, che integrerà quei punti dell'accordo commerciale non regolati dalle parti. Il tutto senza dimenticare una ponderata scelta del metodo di risoluzione delle controversie.

In sostanza, nel momento di predisporre il testo di ciò che diventerà la "legge in vigore tra le parti", ovvero il contratto, sarà fondamentale che la volontà dei soggetti coinvolti nell'affare venga tradotta in clausole valide ed efficaci, redatte in modo chiaro ed esaustivo per renderne il significato facilmente comprensibile, evitando di ricorrere ad un linguaggio eccessivamente tecnico-giuridico.

Sarà poi necessario verificare che le clausole, nel loro insieme, diano origine ad un sistema coerente e privo di contraddizioni e di inutili ripetizioni, per evitare il rischio di attribuire ad una di esse un significato diverso da quello voluto dalle parti.

A livello internazionale, stante la mancanza di una normativa comune e la necessità di ricorrere a contratti atipici, che risultano spesso privi di una specifica disciplina anche nei rispettivi ordinamenti nazionali delle parti, è necessario ricorrere a testi contrattuali molto dettagliati ed "autosufficienti".

Per quanto concerne la lingua del contratto, i contratti internazionali molto spesso vengono stipulati fra parti che parlano lingue diverse. Si potrà quindi ricorrere alla redazione di un contratto bi-lingue, così da contemperare le rispettive esigenze delle parti. Tuttavia per non incorrere in problemi di interpretazioni difformi, è raccomandabile stabilire espressamente quale versione debba prevalere in caso di contrasto.

In ogni caso, la soluzione assai più utilizzata nel commercio internazionale consiste nel redigere il contratto in una lingua conosciuta da tutte le parti, ad esempio l'inglese.

In conclusione, il contratto internazionale può creare valore per l'impresa e il suo business, se utilizzato in tre modi:

- ▶ come strumento di lavoro e guida pratica per l'attuazione del piano marketing dell'impresa;
- ▶ come strumento di prevenzione, limitazione e gestione dei principali rischi economici, inclusi i cigni grigi e neri che influiscono sugli affari in corso a causa degli improvvisi aumenti dei prezzi e per eventi imprevedibili come la pandemia, la crisi russo-ucraina e le sanzioni internazionali;
- ▶ come strumento di comunicazione dell'impresa italiana che vuol presentarsi professionalmente e dialogare senza ambiguità con partners di diversa lingua e cultura.

L'ANALISI | MICHELANGELO TAGLIAFERRI

Il nuovo paradigma della comunicazione per una buona politica tra economia, territorio e bisogni sociali



Nella accezione classica il territorio è la rappresentazione del luogo fisico nel quale è insediata una comunità di persone, ma è anche il luogo funzionale nel quale esse agiscono e il luogo simbolico nel quale esprimono la loro cultura, vale a dire i valori e le regole alle quali riferiscono sia la loro azione che le loro aspettative di azione.

È l'unità minima di carattere fisico che consente la amministrazione della cosa pubblica e sul quale si materializzano gli scambi di tipo privato, siano essi di produzione che di consumo.

In questo senso è il luogo privilegiato per la "programmazione" sociale ed economica, per la erogazione dei servizi, per la distribuzione delle risorse fisiche ed economiche, per l'insediamento delle attività produttive ecc.

Il mercato è parte del territorio ma non si esaurisce in esso così come l'accesso ai beni e servizi sia delle imprese che delle famiglie. Una domanda infatti può nascere su un territorio ma essere consumata in un altro, così come la ricchezza può essere prodotta in un luogo e causata o consumata in un altro luogo.

Se vogliamo esaminare la relazione tra Qualità della vita, servizi sociali e territorio dobbiamo tenere conto di queste variabili e creare un mappatura mentale che ci consenta di articolare una rappresentazione che sia coerente e funzionale oltre che plausibile.

Sul territorio si manifestano i bisogni e sul territorio essi vengono esauditi, ma non necessariamente sul territorio vengono prodotte le immagini del bisogno e le tipologie del loro soddisfacimento, questo come vedremo sarà fondamentale per comprendere la difficoltà di una relazione territorio-servizi e qualità della vita che sia coerente ed efficace.

Procediamo con ordine:

- 1. Non è più vero che su un territorio si insedia una comunità di persone, se per comunità si intende persone e/o famiglie che sono legate da vincoli di parentela, di valori condivisi e di regole di comportamento accettate da tutti e da tutti praticate.**

Sul territorio infatti è vero che abbiamo unità segmentarie che possiamo chiamare famiglie, ma esse sono sempre di più composte da individualità, che manifestano in vario modo e a vario titolo il diritto di accesso a beni e servizi, che possiedono informazioni differenti sulle proposte, possiedono equivalenti monetari differenziati e manifestano aspettative difficilmente omologabili.

L'individuo appartiene contemporaneamente e sistemi diversi tra di loro più o meno integrati, svolge ruoli differenti e comunica in modo polisemico producendo senso diverso alla propria azione a seconda del ruolo e dei sistemi di ri-



Michelangelo Tagliaferri

Sociologo ed esperto di pianificazione territoriale partecipata, Michelangelo Tagliaferri ha insegnato in diverse Università e in Scuole di alta specializzazione sia in Italia che nel mondo. Membro di numerosi consigli di amministrazione nonché responsabile scientifico di istituti attivi nel campo della formazione e degli studi sulla comunicazione, formatore e consulente, Tagliaferri è impegnato in ricerche d'avanguardia per aziende ed enti pubblici. Considerato tra i più grandi esperti in comunicazione del nostro Paese, fondatore dell'Accademia di Comunicazione di Milano, scuola che ha formato generazioni di professionisti della pubblicità e del marketing, è noto al grande pubblico per essere stato anche consulente di Forza Italia e dell'Ulivo. In provincia di Alessandria collabora con Il Comunicatore Italiano di Acqui Terme di Pier Domenico Garrone.

Il nuovo paradigma della comunicazione per una buona politica tra economia, territorio e bisogni sociali

ferimento. È vero che l'individuo, nel mondo può accedere ad infinite possibilità, ma concretamente in quel dato territorio solo alcune di queste opzioni sono realizzabili.

Ovviamente questi territori non sono solo "fisici", ma anche mentali, culturali e simbolici.

2. Il fatto che sul territorio insista l'individuo e non la comunità pone un problema difficile di compatibilità dei valori, degli interessi, delle opportunità, della creazione delle immagini sociali, dell'imputazione dei vantaggi e dei sacrifici oltre che dei costi e dei guadagni, delle scelte e delle decisioni di programmazione politica e sociale. Oggi i nostri territori si presentano in forte carenza di comunicazione simbolica di una asimmetria informativa preoccupante e di uno stock di sapere potere mal distribuito.

Tutti i metodi fin ora usati hanno fallito, seppure l'ideologia come falsa coscienza, più volte li ha legittimati.

La programmazione non ha consentito una equa distribuzione delle opportunità dimostrando che la complessità della società non è riducibile solo ai parametri economici.

Inoltre non si può fare ricorso al concetto di mercato per tutte le attività, perché questo vorrebbe dire abdicare alla funzione dello Stato, come governo della Res publica.

In altri tempi il bene comune era in grado di temperare regole e valori e influenzare i comportamenti socialmente ascrivibili in modo "autarchico". Chi voleva cose diverse da quelle sancite per tradizione doveva o andarsene o dimostrare a tutta la comunità che l'innovazione funzionava meglio e doveva accollarsi il rischio della dimostrazione.

La comunità compensava in termini affettivi il deficit operativo, la solidarietà dava vita alla mutualità ed era possibile "accumulare" beni o provviste per i tempi meno favorevoli o per venire incontro alle necessità non preventivate.

Il sapere era centralizzato in ruoli definiti [il medico, il farmacista, il parroco, il Sindaco, il giudice, ecc] e veniva distribuito secondo equità. Il prestigio corroborava la stima e la posizione nella Società. L'economico era solo un indicatore minore rispetto alla idea spirituale o alla giustizia.

Oggi questo non è più consentito. Ciascun individuo in base allo statuto di "privato" attore di possibilità contrattuale svincola sé stesso

dalla comunità ed è in grado come soggetto astratto di muoversi alla ricerca di diritti di accesso a beni e servizi che non rispondono alla logica del bene comune. Ogni azione o è conforme al diritto pubblico o a quello privato.

Nel primo caso è un diritto erga omnes nel secondo è un diritto di accesso e di recesso sancito contrattualmente sulla base di una contrattazione di ideologia mercantile.

Ciò non esclude che il privato può essere socialmente orientato alla solidarietà così come il pubblico può privatizzare le occasioni regolate dalle leggi e dai provvedimenti amministrativi.

In effetti la qualità della vita è un bene pubblico non può essere garantito senza il concorso della azione privata e i servizi per concretizzarla sono un bene dell'individuo che non può essere realizzato senza il concorso di un intervento di diritto pubblico.

In caso contrario verrebbero meno i principi di eguaglianza, equità distributiva, reciprocità economica ecc, che sono il patrimonio più solido della cultura moderna.

Né d'altra parte è pensabile di militarizzare la società o lasciarla alla sola capacità di regolazione del mercato

Venuto meno quindi il concetto di bene comune e di comunità, la qualità della vita e dei servizi alle persone o alle imprese devono essere regolate reciprocamente fondendo il paradigma della divisione tra Pubblico e Privato.

Risultano quindi cruciali i concetti di intenzione e di finalità, di motivazione e di regolazione delle opportunità, di informazione e comunicazione sulle chances di vita realmente perseguibili.

Se esaminiamo le cose dal punto di vista del territorio ci rendiamo conto che è necessario realizzare una sorta di "bilancio sociale" dove qualità della vita ed erogazione dei servizi devono essere resi compatibili con la esigenza individuale e la logica dei sistemi sociali.

È questo che cerca di realizzare all'interno della strategia del green deal il Next generation EU e il PNRR.

Con la riscoperta della comunità e di un nuovo modo di concepire l'economia.

Le vicende ultime della pandemia e della guerra mettono una ipoteca rilevante sulla continuazione di questo obiettivo. Spetta a tutti i cittadini e alla ritrovata ragione politica cercare di raggiungere la equità e le prosperità auspicata dall'Europa.



L'ANALISI | LA PROVINCIA

Le imprese affrontano le incognite di fine anno ma resta invariata la voglia di investire

di **Roberto Gilardengo**

Se pensavamo che il 2022 fosse l'anno del definitivo rilancio, quello della decisa sterzata dopo il flagello del covid che ha lasciato il segno sul 2020, si può dire che abbiamo fatto tutti quanti male i conti. O meglio, li abbiamo fatti senza tenere in considerazione le varianti impazzite su cui ci dobbiamo confrontare da mesi. Dall'aumento sistematico dei costi delle materie prime a quello dell'energia - che nell'ultimo periodo ha avuto un'impennata vertiginosa - alla guerra in Ucraina. Quest'ultima viene vista come conseguenza dei primi, ma la scansione temporale fa pensare che il mondo della finanza abbia fatto i propri interessi già prima del conflitto nel cuore dell'Europa, facendoli prevalere su quelli di chi produce.

E così, dopo un lungo periodo di previsioni in crescita, la recente indagine congiunturale di Confindustria Alessandria restituisce agli osservatori e agli analisti l'immagine di una provincia preoccupata per i rincari ma, soprattutto, per gli scenari che potrebbero prefigurarsi se il trend - come è assai probabile, se non certo - dovesse confer-

marsi. I numeri dei principali indicatori, export e propensione a investire esclusi, sono in flessione rispetto alla precedente rilevazione. La previsione della produzione è a +1 [da +22], quella degli ordini totali scende a -1 da +10 e, in realtà, anche gli ordini export calano: da +2 passano a zero, ma questo, in definitiva, è un segnale di tenuta che conforta gli osservatori. Peggiora drasticamente la previsione della redditività [dal precedente -7 all'attuale -28 che è anche superiore rispetto al -23,9 piemontese]. Per fortuna, la propensione a investire è in crescita di due punti e viene dichiarata dall'84% delle 118 imprese associate prese a campione. Altrettanto dicasi per quella dell'occupazione, evidentemente conseguenza della voce precedente: passa dal +13 del trimestre precedente all'attuale +14, anche meglio della media regionale (+9,8). Per quanto riguarda i settori produttivi, le aspettative migliori riguardano il metalmeccanico, mentre sono più pessimistiche quelle della chimica e della gomma plastica. L'ottimismo sta nel fatto che, come ha sottolineato la presidente degli

Le imprese affrontano le incognite di fine anno ma resta invariata la voglia di investire

industriali Laura Coppo, «per fortuna l'export tiene e le imprese hanno ancora voglia di investire. Servono però azioni concrete e politiche a medio termine. Il fatto è che l'allarme costi, in particolare quello dell'energia, si aggrava. E lo shock abbatte le prospettive di crescita». In particolare i costi energetici delle imprese italiane dovrebbero aumentare di 110 miliardi di euro nella media del 2022. L'incidenza di questi rincari sul totale sale dal 4,6% a 9,8%. Dunque si tratta di livelli «insostenibili, ai quali corrisponde, nonostante un rialzo dei prezzi di vendita eterogeneo per settori, una profonda riduzione dei margini delle imprese». Per questo la presidente Coppo non ha escluso il rischio della crescita zero per il 2023. Sarà sicuramente così «senza un tetto al prezzo del gas, ipotizzato dal nostro Centro studi a 100 euro».

Si sente il peso dello shock energetico. E non solo in Italia

Anche secondo Unioncamere, che lo scorso mese ha reso noti i dati che mostrano lo stato di salute dell'economia piemontese, riferiti al secondo trimestre dell'anno, la crescita c'è ma è decisamente lenta e questo dimostra che le imprese sentono il peso degli stessi problemi che affliggono l'Eurozona. A livello provinciale, da segnalare intanto il risultato di Alessandria, che si posiziona al secondo posto dopo Biella (che però è trainata dal settore tessile, che adesso recupera dopo la pesante crisi degli ultimi due anni).

Dal presidente Gian Paolo Coscia era arrivata un'osservazione che lascia aperto uno spiraglio di ottimismo: «Ho sentito il ministro della Transizione ecologica Roberto Cingolani affermare che l'Italia è diventata esportatrice di gas. Se le cose stanno così, questa – ha commentato – potrebbe essere una buona notizia non solo in vista della imminente accensione degli impianti di riscaldamento, ma anche per i costi energetici». Il responsabile di Unioncamere è stato però, come sempre, realista: «La prospettiva di un calo dei consumi potrebbe penalizzare le imprese. E poi ci sarà la vera incognita dell'autunno, quando si esaurirà la spinta del rimbalzo post-crisi pandemica». Per fortuna «c'è il sistema bancario che – lo dico da sempre – può aiutare le aziende a investire in innovazione, nella digitalizzazione e a intraprendere la strada della transizione ecologica. Le istituzioni devono continuare a stare al fianco delle imprese».

Per definire il quadro generale, occorre considerare, sempre a livello regionale, le previsioni occupazionali per il mese di ottobre. Dicono che le assunzioni previste dalle imprese sono 5.600 in meno rispetto a un anno fa e a livello trimestrale la rilevazione è ancora meno confortante, visto che le entrate programmate per gli ultimi tre mesi del 2022 sono inferiori di 11.220 unità nel confronto con lo stesso periodo dell'anno precedente. Luci e ombre, sotto

forma di preoccupazioni per lo shock energetico che sta avvelenando il clima non solo dell'Europa. Il prezzo del petrolio, 71 dollari per barile nel 2021, è ora in media a 102, anche se per il prossimo anno si prevede una lieve riduzione a 91. Quello che invece sarà quasi certamente ancora in aumento nel 2023 è il prezzo del gas, per il quale si ipotizza un'impennata dai 47 euro dello scorso anno ai 150 odierni fino ai 204 previsti per il prossimo. Partendo dal prezzo di 13 euro di fine 2019. Ebbene, le imprese alessandrine hanno il coraggio di programmare gli investimenti anche in un momento di incertezza come questo, confermando la propria capacità di rinnovarsi.

Una proposta: premiare chi sceglie l'economia circolare

Sostenibilità è la parola chiave che viene presa in considerazione non soltanto dalle grandi aziende, che hanno capacità di pensare al futuro utilizzando risorse economiche importanti, ma anche dalle piccole e medie: sempre di più, come dimostra il racconto, zona per zona, delle pagine successive. Partiamo invece dall'analisi di Francesco Tamburella, uno che conosce la materia: «Troppi strappi ai valori naturali del pianeta e dell'uomo. Per ripristinarne l'equilibrio – scrive nella sua analisi in apertura del magazine – la strada maestra è premiare i comportamenti positivi e colpire quelli negativi, alleggerendo la tassazione sui beni e sul lavoro, appesantendo la tassazione su chi (o cosa) produce e lavora in maniera non sostenibile, inquina, specula, evita la circolarità, sfrutta e spreca, non condivide il valore creato a favore della coesione e della equità sociale».

La sostenibilità è uno degli obiettivi da raggiungere indicati dalla Fondazione Viva di Confindustria Alessandria. Come già ribadito, 'Viva' vuole offrire soluzioni e progetti, aprendosi alle nuove forme di imprenditorialità da coinvolgere sempre più attivamente. La strada da seguire? «Promuovere la cultura della sostenibilità e lo sviluppo di iniziative realizzate in rete con le diverse categorie economiche e produttive del territorio, con istituzioni, enti, Università, centri di ricerca e terzo settore. Ma anche giocare un ruolo di primo piano sulle grandi partite della logistica integrata, dell'economia circolare (a partire dal valore degli scarti) e della mobilità sostenibile». Grandi gruppi lo stanno già facendo. Come Astm di Beniamino Gavio, che entro il 2026 vuole coprire l'intera rete autostradale di propria pertinenza con stazioni di ricarica per auto elettriche; come la Mino di Alessandria, che apre alla rivoluzione green dell'alluminio; come la Paglieri (Alessandria, ovviamente), che ha sostituito le luci con i led e introdotto un sistema che consente di ridurre le acque di lavaggio delle tubazioni. Esempio da portare per le medie imprese, la Socopet di Rivalta Scrivia (bottiglie per acque minerali), che non produce nulla che non sia al 100% riciclabile. Ma l'elenco è decisamente più lungo. Per fortuna.

La classifica* dei fatturati 2021

**LE PRIME 22 SOCIETÀ INDUSTRIALI E DI SERVIZI DELLA PROVINCIA DI ALESSANDRIA
NELLA GRADUATORIA ITALIANA REDATTA DALL'AREA STUDI DI MEDIOBANCA**

AL	SOCIETÀ	FATTURATO 2021	GRADUATORIA ITALIANA
1	● ■ BUZZI UNICEM	3.445.551.000	51
2	● ■ ITINERA [GRUPPO ASTM]	1.199.746.000	#
3	■ SOLVAY SPECIALTY POLYMERS ITALY	901.538.000	253
4	SMURFIT KAPPA ITALIA	739.565.000	312
5	● ■ GUALA CLOSURES	659.799.000	354
6	BULGARI GIOIELLI	637.691.000	371
7	● ■ AUTOSPED G [GRUPPO AURELIA]	625.599.000	#
8	● ELLISSE COMPAGNIA FINANZIARIA	531.525.000	436
9	ROQUETTE ITALIA	435.619.000	511
10	■ BUZZI UNICEM [GRUPPO BUZZI UNICEM]	431.088.000	#
11	● METLAC	268.491.000	741
12	METLAC [GRUPPO METLAC]	255.194.000	#
13	■ UNICALCESTRUZZI [GRUPPO BUZZI UNICEM]	248.141.000	#
14	■ HME BRASS ITALY	227.087.000	828
15	PLUS VALENZA	174.331.000	1.006
16	LEONI ITALY	171.819.000	1.015
17	BOBST ITALIA	155.558.000	1.087
18	■ GUALA CLOSURES [GRUPPO GUALA CLOSURES]	153.596.000	#
19	● PAGLIERI	147.921.000	1.130
20	ESSEX ITALY	145.847.000	1.138
21	● ELAH-DUFOUR	132.355.000	1.216
22	CRIVELLI	94.896.000	1.442

Il cancelletto nella colonna della graduatoria indica l'esclusione delle società dalla stessa in quanto già compresa nel campo di consolidamento di un gruppo più ampio

● Dati di bilancio consolidato

■ Bilancio redatto secondo i principi contabili IAS/IFRS

* La classifica dei fatturati Italia è stata realizzata grazie al prezioso contributo dell'Area Studi di Mediobanca e di BigData. Il focus della nostra elaborazione è stato posto sulle principali aziende della provincia di Alessandria e riguarda i dati del 2021. Se non ancora aggiornati, sono stati riproposti i risultati del 2020. Questa graduatoria è stata chiusa il 4 novembre 2022. Per segnalazioni redazione@ilpiccolo.net

AZIENDA PER AZIENDA

SOCIETÀ	LOCALITÀ	FATTURATO	ANNO
ITINERA SPA	TORTONA	€ 695.090.000	2021
GUALA CLOSURES SPA	ALESSANDRIA	€ 660.000.000	2021
BULGARI GIOIELLI SPA	VALENZA	€ 637.690.825	2021
ROQUETTE ITALIA SPA	CASSANO SPINOLA	€ 435.618.991	2021
BUZZI UNICEM SPA	CASALE MONFERRATO	€ 431.088.000	2021
GALE SRL	CASTELNUOVO SCRIVIA	€ 375.976.296	2021
VIBAC SPA	TICINETO	€ 286.985.636	2021
ALFI SRL	CASALNOCETO	€ 258.001.556	2021
METLAC SPA	BOSCO MARENGO	€ 255.194.150	2021
GUALA PACK SPA	CASTELLAZZO BORMIDA	€ 245.471.238	2021
PPG ITALIA SALES & SERVICES SRL	QUATTORDIO	€ 233.680.467	2021
HME BRASS ITALY SPA	SERRAVALLE SCRIVIA	€ 227.087.000	2021
UNICALCESTRUZZI SPA	CASALE MONFERRATO	€ 203.853.000	2020
PLUS VALENZA SRL	VALENZA	€ 174.331.199	2021
LEONI ITALY SRL	FELIZZANO	€ 171.819.075	2021
PAGLIERI SPA	ALESSANDRIA	€ 147.600.000	2021
ESSEX ITALY SRL	QUATTORDIO	€ 145.846.976	2021
ELTEK SPA	CASALE MONFERRATO	€ 141.493.815	2021
ECO PROGRAM FLOTTE SPA	TORTONA	€ 134.227.315	2021
ALPLA ITALIA SRL	TORTONA	€ 131.025.827	2021
CASA DAMIANI SPA	VALENZA	€ 116.015.512	2021
RESTIANI SPA	ALESSANDRIA	€ 114.059.422	2021
RASELLI FRANCO SPA	VALENZA	€ 109.732.775	2021
LOMBARDI METAL RECYCLING SRL	TORTONA	€ 106.594.621	2021
CRIVELLI SRL	VALENZA	€ 94.896.430	2021
LINGOTTO SRL	VALENZA	€ 91.941.745	2021
AUTOSPED G SPA	CASTELNUOVO SCRIVIA	€ 91.213.384	2021
CASA VINICOLA MORANDO SRL	OVADA	€ 88.006.451	2021
COOPERATIVA SOCIALE ELLEUNO S.C.S.	CASALE MONFERRATO	€ 86.787.423	2020
G & A SPA	CASTELNUOVO SCRIVIA	€ 83.372.280	2021
HUHTAMAKI FLEXIBLES ITALY SRL	CARBONARA SCRIVIA	€ 82.130.809	2021
MINO SPA	ALESSANDRIA	€ 80.000.000	2021
GUALA DISPENSING SPA	ALESSANDRIA	€ 79.900.735	2021
GIOJ SRL	VALENZA	€ 75.000.000	2021
AZIENDA METALLI LAMINATI SPA	QUARGNENTO	€ 74.642.399	2021
RISERIA VIGNOLA GIOVANNI SPA	BALZOLA	€ 73.152.446	2021
PPG INDUSTRIES ITALIA SRL	QUATTORDIO	€ 72.190.538	2020
SINELEC SPA	TORTONA	€ 70.447.224	2021
SOCIETÀ DI PROGETTO AUTOVIA PADANA SPA	TORTONA	€ 70.248.682	2021
INTERNATIONAL TIN PLATE SRL	NOVI LIGURE	€ 70.170.278	2021
BISIO PROGETTI SPA	ALESSANDRIA	€ 68.828.715	2021
ALESSANDRIA AUTO SPA	NOVI LIGURE	€ 67.319.188	2021
FARMACISTI ASSOCIATI PIEMONTE SRL	SOLERO	€ 66.961.560	2021
SERRAVALLE COPPER TUBES SRL	SERRAVALLE SCRIVIA	€ 65.323.000	2020
EUROIMPIANTI SPA	TORTONA	€ 62.213.000	2021
GRANDIAUTO SPA	ALESSANDRIA	€ 60.043.362	2021
GALEAZZI IMPIANTI	TORTONA	€ 59.852.988	2021
GEFIT SPA	ALESSANDRIA	€ 59.484.029	2021
GIOIELLI DI VALENZA SPA	VALENZA	€ 57.145.147	2021

SOCIETÀ	LOCALITÀ	FATTURATO	ANNO
FERRARI SPA	ALESSANDRIA	€ 56.729.354	2021
GRISSITALIA SRL	ALESSANDRIA	€ 55.700.000	2021
ALEGAS SRL	ALESSANDRIA	€ 54.798.919	2021
GE.A.T. GESTIONE AUSILIARI TRAFFICO	ALESSANDRIA	€ 54.502.202	2021
RELIFE PAPER MILL SRL	BOSCO MARENCO	€ 52.777.277	2021
ROLANDI AUTO SPA	ALESSANDRIA	€ 52.301.264	2021
LAGOR SRL	ALESSANDRIA	€ 51.902.575	2021
MOLINI VALENTE SPA	FELIZZANO	€ 51.600.997	2021
ENERGY WAVE SPA	ALESSANDRIA	€ 51.214.954	2021
VITOP MOULDING SRL	ALESSANDRIA	€ 50.495.977	2021
PIZZORNI SRL	PREDOSA	€ 43.997.428	2021
STAR7 SPA	ALESSANDRIA	€ 43.568.017	2021
ARGO COSTRUZIONI	TORTONA	€ 43.321.181	2021
ZERBINATI SRL	BORGO SAN MARTINO	€ 43.000.000	2021
INTERPORTO RIVALTA SCRIVIA SPA	TORTONA	€ 42.418.900	2021
B.M.C. SPA	VALENZA	€ 42.220.360	2021
HOLDIM	SERRALUNGA DI CREA	€ 41.000.000	2021
SCHIAVETTI LAMIERE FORATE SPA	STAZZANO	€ 40.963.585	2021
KIMONO SPA	ALESSANDRIA	€ 40.729.858	2021
GRASSANO SPA	PREDOSA	€ 40.598.241	2021
SEA - SEGNALETICA STRADALE SPA	TORTONA	€ 40.544.165	2021
SUTTER INDUSTRIES SPA	BORGHETTO DI BORBERA	€ 40.034.392	2021
BAGLIETTO SRL	NOVI LIGURE	€ 39.293.249	2021
GMET SRL	VALENZA	€ 39.041.824	2021
GARLANDO SPA	POZZOLO FORMIGARO	€ 38.374.237	2021
MONDOBRICO SRL	TORTONA	€ 38.281.766	2021
CARRIER TRANSICOLD ITALIA SRL	ALESSANDRIA	€ 38.119.913	2021
VUEMME SRL	QUARGNENTO	€ 38.113.283	2021
MINETTI ANGELO SRL	CASALE MONFERRATO	€ 36.493.150	2021
VEPAL SRL	ALESSANDRIA	€ 36.330.305	2021
GESTIONE ACQUA SPA - GRUPPO ACOS	CASSANO SPINOLA	€ 35.646.314	2021
PATELEC SRL	CERRINA MONFERRATO	€ 35.120.701	2021
RECARLO SPA	VALENZA	€ 34.070.227	2021
IL MONFERRATO NUOVO	CASALE MONFERRATO	€ 33.205.817	2021
PPG ITALIA BUSINESS SUPPORT SRL	QUATTORDIO	€ 33.108.823	2021
VALTER FRANCO RICCI SPA	ALESSANDRIA	€ 32.493.149	2021
VISGEL CATERING SRL	ACQUI TERME	€ 31.081.947	2021
S.I.F.EL. SPA	SPIGNO MONFERRATO	€ 29.914.007	2021
C.I.S.A. CONSORZIO ITALTRASPORTI	NOVI LIGURE	€ 29.659.782	2021
GRIGNOLIO & C. SRL	CASALE MONFERRATO	€ 29.385.436	2021
A. SUTTER SPA	BORGHETTO DI BORBERA	€ 29.183.210	2021
CASA VINICOLA COSTANZA SRL	OVADA	€ 28.940.982	2021
NUOVA ELETROFER SRL	OCCIMIANO	€ 28.787.474	2021
COLD CAR SPA	OCCIMIANO	€ 28.482.790	2021
RELIFE PLASTIC PACKAGING SRL	TAGLIOLO MONFERRATO	€ 28.180.772	2021
ALLARA SPA	CASALE MONFERRATO	€ 28.000.000	2021
GIORGIO VISCONTI SPA	VALENZA	€ 27.961.060	2021
TERREAL ITALIA SRL	VALENZA	€ 27.795.922	2021
COOPERATIVA SOCIALE BIOS	ALESSANDRIA	€ 26.363.323	2021
SANDENVENDO EUROPE SPA	CONIOLO	€ 26.345.987	2021
MECAL SRL	FUBINE MONFERRATO	€ 26.345.853	2021
POMPE GARBARINO SPA	ACQUI TERME	€ 26.307.543	2021



3.832
CHILOMETRI
RETE IDRICA
E GAS NATURALE

86.140.425

FATTURATO COMPLESSIVO
VALORE DELLA PRODUZIONE
CONSOLIDATO
AL 31.12.2021



14
SEDI
OPERATIVE
CON ALTRI IMPIANTI
NEL TERRITORIO

ACOS GRUPPO
INSIEME ENERGIA VITALE

AL SERVIZIO
DEL
TERRITORIO



420
DIPENDENTI E
ADDETTI DEL
GRUPPO

250.000
PERSONE
BACINO D'UTENZA

101
COMUNI
DEL TERRITORIO
CON ALMENO
UN SERVIZIO
ATTIVO



INSIEME ENERGIA VITALE

Caro bollette, siccità, ambiente. "Acos pronta ad affrontare le emergenze, da 50 anni"



• Emergenze ambientali, siccità, caro bollette: un anno difficile per ACOS?

Il Gruppo Acos, pur con l'efficienza imprenditoriale che ne ha segnato la gestione operativa, è rimasta fedele ai principi etici e di responsabilità sociale stabiliti dai padri fondatori nel 1972. Nella ricorrenza del 50° della fondazione, tale cultura aziendale ha permesso di trovarci preparati più di altri ad affrontare le gravi emergenze.

• In concreto cosa ha fatto Acos contro il caro bollette?

Quello che facciamo da cinquant'anni, anticipando i recenti decreti governativi in materia. **Acos Energia**, per i clienti in difficoltà, ha da sempre praticato la rateizzazione delle bollette, fornito le informazioni per l'ottenimento del bonus sociale e, spesso, collaborato con i servizi sociali territoriali per evitare di lasciare al freddo famiglie in difficoltà con i pagamenti. Con la nuova di sede Acos Energia a Tortona, oltre a quelle di Novi, Alessandria e Ovada, i nostri operatori sono sempre più presenti sul territorio per offrire servizi e ascolto ai clienti. Mi preme però ricordare che la rateizzazione delle bollette è pratica consolidata anche per gli utenti di Gestione Acqua.

• Acos Energia è riuscita ad assicurarsi le scorte di gas per superare l'inverno?

Molti piccoli e medi venditori, a causa degli altissimi costi di approvvigionamento drogati dalle speculazioni, hanno dovuto chiudere. Per contro, la solidità patrimoniale del Gruppo Acos e la grande reputazione presso gli istituti di credito, hanno consentito ad **Acos Energia** di poter disporre delle ingenti garanzie bancarie richieste dai grossisti, concludendo un contratto di approvvigionamento che assicura ai nostri clienti la fornitura di tutto il gas necessario per la stagione termica 2022 - 2023.

• Siccità: come si è attrezzata Acos per far fronte all'emergenza?

La gestione del Servizio Idrico Integrato in provincia di Alessandria è go-

vernata dall'**ATO 6** (Ambito Territoriale Ottimale Alessandrino) che ne ha demandato la gestione operativa a tre diversi soggetti "storici": tra cui **Gestione Acqua** Gruppo ACOS. Sui 71 comuni di nostra competenza l'acqua non è mai mancata, grazie soprattutto agli ingenti investimenti di Gestione Acqua per la modernizzazione degli impianti di captazione e delle reti idriche e fognarie. Gli investimenti effettuati nell'ATO6, nel solo triennio 2018 - 2020, dai 3 soggetti gestori, ammontano complessivamente a 38,822 milioni/€. **Gestione Acqua** ne ha investito oltre 26 milioni, pari al 67,27% del totale, pur gestendo "solo" 71 comuni sui 147 dell'ATO6 (la tariffa per la gestione del Sistema Idrico Integrato è uguale per tutti). **Gestione Acqua** ha inoltre pianificato investimenti per quasi 100 milioni/€ entro il 2034 che vanno ad aggiungersi ai 50 milioni/€ già investiti sin dal 2012. Con questi dati ritengo archiviate incomprensibili polemiche auspicando, invece, una più stretta collaborazione tra i gestori d'ambito per ottimizzare la disponibilità e la preservazione della risorsa idrica. Siamo quindi pronti a condividere il know-how tecnologico e progettuale nei settori in cui siamo all'avanguardia.

• Qual è il contributo del Gruppo Acos per l'ambiente?

Il depuratore di Novi, dotato di un avanzato sistema di depurazione a membrana, reimmette nell'ambiente oltre 2,5 milioni di metri cubi/anno d'acqua depurata (l'equivalente di oltre 700 piscine olimpioniche); acqua già a norma per l'utilizzo in ambito agricolo. Un contributo significativo per il riequilibrio ambientale della risorsa idrica. La produzione di oltre 2,8 milioni di kWh/anno di energia elettrica pulita generata dai nostri impianti idroelettrici e fotovoltaici consente di sequestrare dai nostri cieli l'equivalente di 8.000 tonnellate di CO₂.

ACOSI è leader del territorio come general contractor del bonus 110% per l'efficientamento energetico degli edifici e tra i primi a realizzare uno dei più grandi progetti di condominio scaldato e raffreddato con energia geotermica.

Nei 33 comuni serviti da **Gestione Ambiente** la raccolta differenziata dei rifiuti supera quota 80%, e ogni anno avviamo al riciclo 4.600 tonnellate di plastica.

La controllata **Reti**, che con 470 Km di tubature fa arrivare il metano nelle case e nelle aziende, guarda con attenzione alle nuove tecnologie che permetteranno di veicolare in rete miscele di idrogeno investendo oltre 700.000 €/anno per l'adeguamento delle infrastrutture.

• Responsabilità sociale, un principio che riuscite ancora a rispettare?

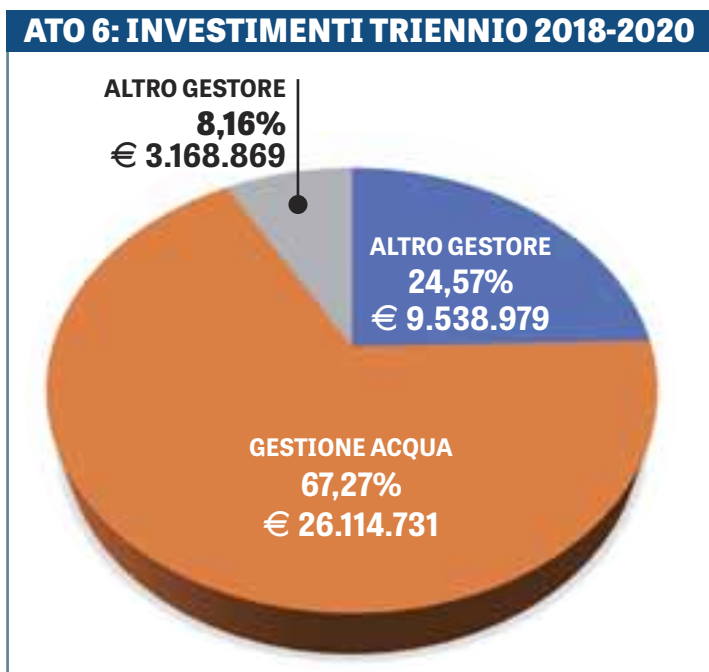
Scaldare l'acqua di una piscina coperta è un costo significativo, ma la piscina gestita da **Anemos** a Novi, è una delle poche rimaste aperte in Regione, non solo per gli appassionati ma anche e soprattutto per quegli uomini, donne e bambini con disabilità che in piscina trovano momenti unici e insostituibili di riabilitazione e socialità.

Con **Acos Fondazione per la Cultura** co-finanziamo progetti didattici e di sostegno psicologico e borse di studio per gli studenti, creiamo eventi importanti di divulgazione di cultura umanistica e scientifica. Li consideriamo investimenti in futuro: quello dei nostri giovani.

• Come riuscite a conciliare le ragioni dell'impresa con quelle della socialità?

Efficienza operativa e attenzione verso il territorio. I risultati lo confermano. Il bilancio 2021 si chiude con un fatturato cresciuto a 86 milioni/€, un margine operativo lordo superiore a 17 milioni/€ e una patrimonializzazione di 54 milioni/€ (erano 15 nel 1996).

Un risultato straordinario da ascrivere ai dipendenti del gruppo e dall'attenta e condivisa politica della gestione del dividendo. Abbiamo quindi risorse, competenze e professionalità per nuove sfide imprenditoriali: creare servizi sempre più efficienti e nuova occupazione.



SOCIETÀ	LOCALITÀ	FATTURATO	ANNO
GESTIONE AMBIENTE SPA - GRUPPO ACOS	TORTONA	€ 25.164.424	2021
VISAUTO SRL	TORTONA	€ 25.061.996	2021
LA CENTRALE DEL LATTE DI ALESSANDRIA E ASTI	ALESSANDRIA	€ 24.500.000	2021
BIOINDUSTRIA LAB. ITALIANO MEDICINALI	NOVI LIGURE	€ 24.267.499	2021
PERNIGOTTI SRL	OVADA	€ 24.121.094	2021
SCOTTI METALLI SRL	FRUGAROLO	€ 23.439.595	2021
DRADURA ITALIA SRL	CONZANO	€ 23.374.632	2021
ASG SRL	TORTONA	€ 22.714.345	2021
CEREAL DE CARIA SRL	FRASSINETO PO	€ 22.682.566	2021
ROLLA TRAVERSO & STORACE SPA	TORTONA	€ 22.660.726	2021
LOMBARDI SRL	VALENZA	€ 22.132.426	2021
TORREFATTORI ASSOCIATI SPA	SERRAVALLE SCRIVIA	€ 22.121.794	2021
GRUPPO STAT	CASALE MONFERRATO	€ 22.101.000	2021
MECOF SRL	BELFORTE MONFERRATO	€ 21.953.981	2021
BATAZZI METALLI PREZIOSI SPA	VALENZA	€ 21.890.545	2021
AMAG RETI IDRICHE SPA	ALESSANDRIA	€ 21.670.778	2020
CO.VE.MI.	ALESSANDRIA	€ 21.341.181	2021
ACOS ENERGIA SPA	NOVI LIGURE	€ 21.194.915	2021
ENERGICA SRL	CASALE MONFERRATO	€ 21.000.000	2021
CAMPARO AUTO SRL	ACQUI TERME	€ 20.390.717	2021
C.V.L. MACCHINE SPECIALI SRL	FUBINE MONFERRATO	€ 20.331.082	2021
C.T.E. COSTRUZIONI TECNO ELETTRICHE SPA	ACQUI TERME	€ 20.193.875	2021
MARENZANA SPA	NOVI LIGURE	€ 20.081.625	2021
COLLINO E C. SPA	ACQUI TERME	€ 20.003.977	2021
PLASSON ITALIA SRL	SERRAVALLE SCRIVIA	€ 19.581.476	2021
VEZZANI SPA	OVADA	€ 19.501.334	2021
TRUCK RAIL CONTAINER SPA	CASTELNUOVO SCRIVIA	€ 19.455.894	2021
NUOVE COSTRUZIONI SRL	VISONE	€ 19.320.276	2021
ROBINO & GALANDRINO SPA	ALESSANDRIA	€ 18.712.921	2021
GIUSO GUIDO SPA	BISTAGNO	€ 18.498.341	2021
BIG TRUCK SRL	CASTELNUOVO SCRIVIA	€ 18.418.046	2020
SUTTER PROFESSIONAL SRL	BORGHETTO DI BORBERA	€ 18.256.140	2021
PASTORFRIGOR SPA	TERRUGGIA	€ 18.196.516	2021
S.E.A. SCAVI ESTRAZIONI AUTOTRASPORTI	CASALE MONFERRATO	€ 18.152.553	2021
GLOBAL TUBE SPA	TORTONA	€ 18.132.087	2021
MIRCO VISCONTI SPA	VALENZA	€ 18.005.540	2021
LEGNOPACK SRL	CASALE MONFERRATO	€ 17.966.352	2021
SOCIETÀ PUBBLICA PER IL RECUPERO	NOVI LIGURE	€ 17.720.725	2021
LA SUISSA SRL	ARQUATA SCRIVIA	€ 17.565.395	2021
NOTARI SRL	ACQUI TERME	€ 17.507.618	2021
FAPAT SRL	OVADA	€ 17.459.511	2021
IM. E. B. SRL	ACQUI TERME	€ 17.139.707	2021
TUBI GOMMA TORINO SPA	MIRABELLO MONFERRATO	€ 17.016.047	2021
PB & M CONSULTING SRL	NOVI LIGURE	€ 16.833.641	2021
UCINQUE SRL	OCCIMIANO	€ 16.762.281	2021
BOTECCHI IVO SRL	VALENZA	€ 16.542.258	2021
MYFAMILY SRL	VALENZA	€ 16.500.000	2021
BUNDY REFRIGERATION SRL	BORGHETTO DI BORBERA	€ 16.465.249	2021
WASHTEC SRL	CASALE MONFERRATO	€ 16.418.842	2020
RAMAPLAST SPA	CASTELNUOVO SCRIVIA	€ 16.262.378	2021
GROUP AGRO	ALESSANDRIA	€ 16.233.285	2021
S.I.R.T. SOCIETA. ITALIANA RAPPRESENTANZE	TORTONA	€ 16.202.846	2021

SOCIETÀ	LOCALITÀ	FATTURATO	ANNO
LA BANCHETTA SRL	VALENZA	€ 15.938.421	2021
PHOENIX METALLI PREZIOSI SRL	VALENZA	€ 15.895.670	2020
BOLIDEA SPA	ALESSANDRIA	€ 15.617.501	2021
LINCLALOR SPA	VILLANOVA MONFERRATO	€ 15.496.994	2021
INCOPLAS ITALIA	VIGNOLE BORBERA	€ 15.471.331	2021
HAERES EQUITA SRL	VALENZA	€ 15.366.976	2021
GLOBAL ORO SRL	NOVI LIGURE	€ 15.306.363	2021
CETIP	ACQUI TERME	€ 15.033.696	2021
Q.S. ABRASIVI MARENGO SRL	BOSCO MARENGO	€ 14.889.397	2021
ABAZIA DI ROGGERO E C. SPA	MASIO	€ 14.734.682	2020
VULKAN ITALIA SRL	NOVI LIGURE	€ 14.615.902	2021
BIVAL AZIENDE AGRICOLE ASSOCIATE	TERRUGGIA	€ 14.600.656	2021
ELETTROMECCANICA BOVONE SRL	OVADA	€ 14.583.372	2021
AZIENDA RIFIUTI ALESSANDRINA SPA	ALESSANDRIA	€ 14.517.228	2020
AMAG AMBIENTE SPA	ALESSANDRIA	€ 14.477.587	2021
BEVCO SRL	CASTELLETTO MONFERRATO	€ 14.405.097	2021
RIVALTA EUROPEAN DISTRIBUTION CENTER SRL	TORTONA	€ 14.343.303	2021
P&P CARBURANTI SRL	VIGNOLE BORBERA	€ 14.336.116	2021
CANTINE VOLPI SRL	TORTONA	€ 14.213.617	2021
CASALINO CARTA SRL	ROCCA GRIMALDA	€ 14.142.454	2021
CONCESSIONARIA AUTOJOLLY SRL	TORTONA	€ 14.068.797	2021
SOCOM SRL	NOVI LIGURE	€ 14.061.740	2021
MONDIAL FRAMEC SRL	MIRABELLO MONFERRATO	€ 13.962.072	2021
TORTIFRUTTA SRL	MOLINO DEI TORTI	€ 13.929.219	2021
VECCHIA CANTINA SOCIALE DI ALICE BEL COLLE	ALICE BEL COLLE	€ 13.867.557	2021
COSMO SPA	CASALE MONFERRATO	€ 13.757.321	2021
MULTI-COLOR ITALIA PIEMONTE SRL	BOSCO MARENGO	€ 13.748.000	2021
C.G.S. SRL	VALENZA	€ 13.662.627	2021
AZIENDA MULTISERVIZI CASALESE SPA	CASALE MONFERRATO	€ 13.523.418	2021
TRANSPÉ SPA	TORTONA	€ 13.337.456	2021
API FOILS ITALIA SRL	SAN SALVATORE MONFERRATO	€ 13.130.096	2021
T.G.M. SRL	MASIO	€ 13.077.782	2021
F.LLI DERIZIO SRL	ALESSANDRIA	€ 13.067.048	2020
COSTA POCO SRL	ALESSANDRIA	€ 12.919.823	2020
ADAGLIO SEMENTI SRL	OVIGLIO	€ 12.806.626	2021
ECONET SRL	ACQUI TERME	€ 12.698.222	2021
BORGOGGIO SRL	FRUGAROLO	€ 12.671.721	2021
METAL D SRL	CASALE MONFERRATO	€ 12.661.270	2021
IMPIANTI NOVOPAC SRL	ALESSANDRIA	€ 12.647.561	2021
MASSOBRIO COMPANY SRL	OVADA	€ 12.564.513	2021
LABORATORIO DAMIANI SRL	VALENZA	€ 12.517.714	2021
COLLINO COMMERCIO SPA	ACQUI TERME	€ 12.514.097	2021
PRODUTTORI ORTOFRUTTICOLI ASSOCIATI	TORTONA	€ 12.505.537	2020
C.T.T. SRL	TORTONA	€ 12.500.212	2021
RAVETTI SRL	FRASSINETO PO	€ 12.480.861	2020
SILCAM SRL	CASALE MONFERRATO	€ 12.476.857	2021
FERRARI DIVISIONE VIGILANZA SPECIALE SRL	ALESSANDRIA	€ 12.436.670	2021
PRISMA IMPIANTI SPA	BASALUZZO	€ 12.386.331	2021
BONINO SPA	ALESSANDRIA	€ 12.339.665	2021
AL.P.A.S. SRL	SOLERO	€ 12.101.972	2021
ZIMETAL SRL	SOLERO	€ 11.926.388	2021
LECHNER SPA	ARQUATA SCRIVIA	€ 11.900.059	2021

SOCIETÀ	LOCALITÀ	FATTURATO	ANNO
CORINO BRUNA SPA	TERZO	€ 11.889.820	2021
RE - ALL SRL	SOLERO	€ 11.744.753	2021
ENTSORGA ITALIA SPA	TORTONA	€ 11.700.000	2021
DERTHONA GOLDEN SERVICE SRL	TORTONA	€ 11.545.080	2021
PICCHIOTTI SRL	VALENZA	€ 11.502.701	2021
SEGHERIA PIOVANO SRL	SPIGNO MONFERRATO	€ 11.472.636	2021
SOCIETÀ COSTRUZIONI CAPANNONI SRL	OVIGLIO	€ 11.413.924	2021
CALLEGHER GIOIELLI SRL	VALENZA	€ 11.319.247	2021
DE.NA. SRL	CASALE MONFERRATO	€ 11.313.317	2021
TECPOOL SRL	CASALE MONFERRATO	€ 11.272.530	2021
GIUSTINIANA SRL	GAVI	€ 11.251.277	2021
EMMEBIESSE SPA	CASALE MONFERRATO	€ 11.175.350	2021
AGOPAG SPA	ALESSANDRIA	€ 11.167.173	2021
FIRAL SRL	TORTONA	€ 11.162.076	2021
G.D. SRL	FRASSINELLO MONFERRATO	€ 11.139.516	2020
VALLE AGRICOLA TARDITI E FERRANDO SPA	CERRINA	€ 11.079.582	2021
CAVANNA SRL	ROCCA GRIMALDA	€ 10.875.195	2021
GAVIO E TORTI-CASA DI SPEDIZIONE SPA	TORTONA	€ 10.866.994	2021
IMPRESA PAROLDI GIUSEPPE & C. SRL	PONTI	€ 10.783.505	2021
FRATELLI ERODIO SRL	BISTAGNO	€ 10.684.932	2021
MAZZETTI D.ALTAVILLA SRL	ALTAVILLA MONFERRATO	€ 10.575.042	2021
FRANGER SRL	BORGO SAN MARTINO	€ 10.483.120	2021
INNATE SRL	NOVI LIGURE	€ 10.469.333	2021
ALBRO SRL	BORGHETTO DI BORBERA	€ 10.445.214	2021
BORDENAVE SRL	OVADA	€ 10.395.408	2021
GIGLIO SRL	CASTELNUOVO SCRIVIA	€ 10.378.483	2021
YUPRO ITALIA SPA	NOVI LIGURE	€ 10.373.806	2021
M.G.A. DI SCARSI MAURIZIO E C. SRL	BELFORTE MONFERRATO	€ 10.324.834	2021
MACEDONIO 22 SPEDIZIONI SRL	FRUGAROLO	€ 10.266.462	2021
S.C.M. SRL	MURISENGO	€ 10.266.408	2021
AUTOBAR DI GINETTI GIANCARLO & C. SRL	NOVI LIGURE	€ 10.263.137	2021
A.Z. METALLI PREZIOSI SRL	VALENZA	€ 10.097.794	2021
EURONUMA SRL	QUARGNENTO	€ 10.072.633	2021
GIMAR SRL	OCCIMIANO	€ 9.955.106	2021
CASA DEL CUSCINETTO DI G. COLOMBO & C.	TORTONA	€ 9.943.576	2021
BIG BAG SRL	VALENZA	€ 9.919.367	2021
O.R.M.I.G.	OVADA	€ 9.870.310	2021
OMT SPA	TORTONA	€ 9.779.734	2021
SEBINO SERVICE SRL	CASALE MONFERRATO	€ 9.715.064	2021
APPIA SRL	TORTONA	€ 9.650.292	2021
CONSORZIO TRATTAMENTO EFFLUENTI	ALESSANDRIA	€ 9.593.521	2021
SIOF DISTRIBUZIONE PIGMENTI SRL	POZZOLO FORMIGARO	€ 9.588.570	2021
ASCHIERO WOOD IMPORT SPA	ALESSANDRIA	€ 9.588.327	2021
SOCIETÀ CONS. ALESSANDRINA TRASPORTI	ALESSANDRIA	€ 9.555.126	2021
EUROMAC COSTRUZIONI MECCANICHE SRL	VILLANOVA MONFERRATO	€ 9.452.289	2021
LENTI & VILLASCO SRL	VALENZA	€ 9.426.576	2021
ZERO 5 SRL	VALENZA	€ 9.366.213	2021
SACCHI VITTORINO SRL	ALESSANDRIA	€ 9.352.020	2021
TOMATO FARM SPA	POZZOLO FORMIGARO	€ 9.295.356	2021
SO.TR.A.F. DI MARGUATI & C. SRL	TORTONA	€ 9.279.343	2021
EMME 3 SRL	NOVI LIGURE	€ 9.238.178	2021
AUTOMAZIONE INDUSTRIALE B.R.C. SPA	ACQUI TERME	€ 9.182.750	2021



SOCIETÀ	LOCALITÀ	FATTURATO	ANNO
FRANZOSI CAVE SRL	TORTONA	€ 9.030.890	2021
PUCCIPLAST SPA	QUARGNENTO	€ 9.000.000	2021
ARGENTORO 1965 SRL	VALENZA	€ 8.994.309	2021
RAEL MOTORI ELETTRICI SRL	PREDOSA	€ 8.940.598	2021
MECCANICA BELFORTE SRL	BELFORTE MONFERRATO	€ 8.905.846	2021
AZ SERVIZI & LOGISTICA SRL	NOVI LIGURE	€ 8.842.934	2020
AZIENDA MULTIUTILITY ACQUA GAS SPA	ALESSANDRIA	€ 8.749.586	2020
DISTILLERIA SCARDINA - SRL	MONLEALE	€ 8.745.925	2021
REPETTI SPA	CASALE MONFERRATO	€ 8.734.643	2021
MILIARDO YIDA SRL	ALESSANDRIA	€ 8.734.265	2021
PLASTIPOL - SRL	OVADA	€ 8.705.701	2021
SANGUGLIELMO LOG SOCIETÀ COOPERATIVA	TORTONA	€ 8.704.217	2021
NEOCERAM SRL	NOVI LIGURE	€ 8.659.063	2021
LEO PIZZO SPA	VALENZA	€ 8.594.668	2020
NUOVA T.S.M. DI TOSI SERGIO E MARCO SRL	TERZO	€ 8.589.346	2021
BAOMETAL SRL	POZZOLO FORMIGARO	€ 8.581.369	2021
POZZOLI SPA	ALESSANDRIA	€ 8.535.317	2021
SESAMO SRL	TERRUGGIA	€ 8.522.855	2021
AVONTO & C. SRL	VILLANOVA MONFERRATO	€ 8.436.905	2021
LAN SERVICE SRL	CASALE MONFERRATO	€ 8.429.285	2021
F.LLI ROTA SRL	BORGO SAN MARTINO	€ 8.387.767	2021
PALASER SRL	CASALE MONFERRATO	€ 8.384.612	2021
AMAG MOBILITÀ SPA	ALESSANDRIA	€ 8.370.891	2021
CARTOTECNICA PIEMONTESE SPA	ALESSANDRIA	€ 8.363.487	2020
VE.CO SPA	QUATTORDIO	€ 8.246.584	2021
BLUE SYNT SRL	BOSCO MARENGO	€ 8.230.953	2021
CP SRL	ALESSANDRIA	€ 8.214.343	2020

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



Grassano, il polo per la raccolta e il trattamento degli oli minerali esausti dell'alessandrino



Una delle più belle storie di successo della via italiana all'applicazione dell'economia circolare è il risultato raggiunto ogni anno dalla filiera che si occupa della gestione, raccolta e trattamento degli oli minerali usati, di cui lo stabilimento **Grassano di Predosa** è il riferimento esclusivo per il territorio alessandrino.

Gli oli usati sono ciò che si recupera alla fine del ciclo di vita dei lubrificanti necessari al funzionamento di motori a combustione interna (dalle auto ai macchinari industriali) e rappresentano un rifiuto estremamente pericoloso, se vengono eliminati in modo scorretto o impiegati in maniera impropria.

La rete di imprese locali incaricata della raccolta, coordinata dal Conou quale ente ambientale di riferimento, recupera ogni anno un quantitativo pari al 46% del totale dell'olio minerale immesso sul mercato, giudicato il massimo del raccogliibile. La migliore prestazione in ambito europeo nella gestione degli oli minerali usati.

In Italia la quasi totalità dell'olio, dopo essere stato raccolto, viene avviato a rigenerazione per la produzione di nuove basi lubrificanti, di oli leggeri e di altri prodotti derivati da immettere sul mercato, solo il 2% viene destinato a combustione e piccole frazioni sono termodistrutte perché irrimediabilmente inquinate. Secondo le indicazioni del Conou, per ottimizzare la filiera di rigenerazione del nostro Paese, occorre puntare su impianti di piccola taglia e a basso impatto ambientale.

Proprio a questa visione si richiama Grassano, che ha ricevuto l'autorizzazione per realizzare nel proprio sito industriale di Predosa un impianto per la rigenerazione degli oli che già recupera e tratta, in modo da completare il ciclo della circolarità e realizzare in Piemonte la prima esperienza italiana di questo tipo.

Nel 2021 Grassano ha raccolto in provincia di Alessandria e in tutto il Nord Ovest 7.470 tonnellate di oli minerali usati, con un incremento di quasi il 22% sull'anno precedente. Un successo che si deve solo in parte ai quantitativi provenienti dai grandi conferenti. Grassano effettua infatti un servizio di raccolta gratuito a chiamata nei 187 comuni del territorio alessandrino, su mandato consortile, per quelle piccole aziende o realtà artigiane che abbiano da smaltire quantitativi inferiori ai 720 chilogrammi. Chiunque detenga dell'olio minerale usato può richiedere un ritiro telefonando al numero verde nazionale 800 863 048 o direttamente in azienda allo 0131 718300. Un vero e proprio "porta a porta" di quella frazione di oli esausti che è la più difficile da intercettare e raccogliere e che ha permesso di avviare a recupero, nel 2021, 343 tonnellate di oli usati, con un incremento del 11,72% sull'anno precedente.

Investire nella circolarità della filiera degli oli lubrificanti è un impegno che fa bene due volte: alla tutela dell'ambiente dal rischio di dispersione di sostanze altamente inquinanti e all'economia, che risparmia decine di milioni di euro sull'importazione di prodotti petroliferi per la produzione di nuove basi lubrificanti.

SOCIETÀ	LOCALITÀ	FATTURATO	ANNO
FORNACE CALANDRA SRL	OTTIGLIO	€ 8.185.745	2021
IMATEQ ITALIA SRL	TORTONA	€ 8.135.654	2021
ZANOTTI TRANSBLOCK ITALIA SRL	ALESSANDRIA	€ 8.122.198	2021
CASTELLATTE SRL	ALESSANDRIA	€ 8.052.923	2020
VIRIDIA SRL	CASALE MONFERRATO	€ 8.039.714	2021
FIOCCHI BOX PREFABBRICATI SPA	PONTECURONE	€ 8.012.407	2021
BORSALINO DIAMANTI SRL	VALENZA	€ 8.000.000	2021
SOVATEC INDUSTRIALE SRL	STAZZANO	€ 7.962.905	2021
ROSSI IMBALLAGGI SRL	CASALE MONFERRATO	€ 7.961.544	2021
TRAFILATI SPA	POZZOLO FORMIGARO	€ 7.857.636	2021
SARITA SRL	TORTONA	€ 7.835.880	2021
SERRA INDUSTRIA DOLCIARIA SRL	NOVI LIGURE	€ 7.827.666	2021
ITALGOLD SRL	VALENZA	€ 7.778.027	2021
LUX SRL	ALESSANDRIA	€ 7.771.891	2021
IL GABBIANO SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE	ALESSANDRIA	€ 7.769.208	2021
PI.MO. SRL	FRUGAROLO	€ 7.758.087	2020
GIEFFE SRL	ALESSANDRIA	€ 7.753.137	2021
CONSORZIO DELL'OPIFICIO	VIGNOLE BORBERA	€ 7.748.709	2020
SOCIETÀ ITALIANA OSSIDI FERRO S.I.O.F.	POZZOLO FORMIGARO	€ 7.735.782	2021
COM.PET SRL	OVADA	€ 7.710.251	2021
MANILDO SRL	POZZOLO FORMIGARO	€ 7.663.047	2021
SETTEVIE SRL	CASTELLAZZO BORMIDA	€ 7.655.429	2021
PARATORI SPA	NOVI LIGURE	€ 7.574.021	2020
A.M.DI. SRL	TORTONA	€ 7.477.390	2021
OTS ASSEMBLY SRL	ALESSANDRIA	€ 7.468.575	2021
H.T.M. SRL	ALESSANDRIA	€ 7.459.817	2021
EURORENT ITALIA SRL	TORTONA	€ 7.443.606	2021
DELFITTO & C. SRL	NOVI LIGURE	€ 7.425.720	2021
JUMBO SRL	SERRALUNGA DI CREA	€ 7.371.389	2021
AIRCOM SRL	NOVI LIGURE	€ 7.358.941	2021
LUGANO LEONARDO SRL	TORTONA	€ 7.358.270	2021
ARREDO FRIGO COLD LINE SRL	ACQUI TERME	€ 7.313.566	2021
ERRE ENNE SRL	BOSCO MARENGO	€ 7.209.817	2021
TRAFILERIE DEL MONFERRATO SRL	MORSASCO	€ 7.159.339	2021
GRAFOPLAST SRL	PREDOSA	€ 7.107.699	2021
MASSIMO CAVALLI 1883 SRL	VALENZA	€ 7.038.142	2021
BON BON EMPORIO SRL	ALESSANDRIA	€ 7.033.036	2021
AUTOCARROZZERIA MODERNA SRL	CASALE MONFERRATO	€ 7.003.346	2021
ITALCOM SPA	ALESSANDRIA	€ 6.959.907	2021
SELECTIVA SPA	ALESSANDRIA	€ 6.914.256	2021
POMI METALLI SRL	ALESSANDRIA	€ 6.858.956	2021
CAVANNA UGO SPA	BOSCO MARENGO	€ 6.858.934	2021
C.L.L. COMMERCIO LEGHE LEGGERE SRL	BOSCO MARENGO	€ 6.854.972	2021
GHIGLIONE TRASPORTI SRL	SALE	€ 6.854.192	2020
SATA SRL	QUARGNENTO	€ 6.822.186	2021
NOVILSIME IMPIANTI SRL	NOVI LIGURE	€ 6.821.850	2021
PORTALUPI CARLO IMPRESA SPA	TICINETO	€ 6.816.937	2021
MIX SRL	OCCIMIANO	€ 6.810.282	2021
CAVICORE SRL	CASALE MONFERRATO	€ 6.787.800	2020
AUTOCHIM SRL	TORTONA	€ 6.723.786	2021
ANDREONE SRL	TICINETO	€ 6.705.233	2021
TERMIGNONI SPA	PREDOSA	€ 6.696.681	2020

SOCIETÀ	LOCALITÀ	FATTURATO	ANNO
TR.E. OIL TRANSPORT SRL	CASTELNUOVO SCRIVIA	€ 6.679.452	2021
FRAVEGA SRL	BORGHETTO DI BORBERA	€ 6.638.708	2021
MAGAZZINI ACQUI SRL	CASTELLAZZO BORMIDA	€ 6.622.002	2021
O.R.S.I. ORGANIZZAZIONE RAPPRESENTANZE	TORTONA	€ 6.611.390	2021
ASTOR SRL	TORTONA	€ 6.595.600	2021
BARBERO & RICCI SRL	VALENZA	€ 6.568.578	2021
DLM SOCIETÀ COOPERATIVA SRL	SOLERO	€ 6.565.949	2021
SEVEN REFRACTORIES SRL	CASTELLAZZO BORMIDA	€ 6.549.916	2020
ALGIS SPA	CASALE MONFERRATO	€ 6.470.313	2020
CANTINE RASORE SRL	SILVANO D'ORBA	€ 6.461.926	2021
MOPLA SRL	CARBONARA SCRIVIA	€ 6.421.252	2020
CN CONTINENTAL SRL	TORTONA	€ 6.412.371	2021
ALEA ALIMENTI SURGELATI SRL	CASTELNUOVO SCRIVIA	€ 6.411.251	2021
BERTONE SEMENTI SPA	TERRUGGIA	€ 6.409.160	2021
AUTOGARDEN SRL	TORTONA	€ 6.306.058	2021
GENUS SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE	ALESSANDRIA	€ 6.297.715	2021
BOGGERI SPA	CABELLA LIGURE	€ 6.280.346	2021
CO.GE.PI. SRL	GUAZZORA	€ 6.255.132	2021
N.V.S.C. SRL	QUATTORDIO	€ 6.204.536	2021
GAMBAROTTA SRL	NOVI LIGURE	€ 6.140.306	2021
MOLINO DELCONTE ALDO SRL	SALE	€ 6.130.872	2021
BUZZI UNICEM SRL	CASALE MONFERRATO	€ 6.098.524	2021
ELECTRONIC CENTER SRL	ALESSANDRIA	€ 6.081.586	2020
GRECO F.LLI SRL	VALENZA	€ 6.076.111	2021
PRODUTTORI DEL POMODORO SOC. COOP.	ALESSANDRIA	€ 6.061.183	2021
AMAG RETI GAS SPA	ALESSANDRIA	€ 6.031.886	2021
EMILIA MARKET SRL	CASALNOCETO	€ 5.998.514	2021
MAVIANMAX SRL	TORTONA	€ 5.983.117	2021
CANOBBIO TEXTILE ENGINEERING SRL	CASTELNUOVO SCRIVIA	€ 5.961.330	2021
NERIO RUFFATO SOCIETA. AGRICOLA SRL	CASTELLAZZO BORMIDA	€ 5.945.807	2020
K NET SRL	ALESSANDRIA	€ 5.910.693	2021
MECTEND SRL	TAGLIOLO MONFERRATO	€ 5.902.620	2021
COOPERATIVA SAN CARLO ONLUS	CASTELNUOVO SCRIVIA	€ 5.895.599	2020
IDA SRL	ALESSANDRIA	€ 5.816.962	2020
ITALKEM SRL	CASTELNUOVO SCRIVIA	€ 5.791.174	2021
BUSSOLINO GIOIELLIERI DIAMOND COMPANY SRL	VALENZA	€ 5.692.085	2021
SARA GEL SRL	TAGLIOLO MONFERRATO	€ 5.666.931	2021
EUROEDIL 2 SRL	CASALE MONFERRATO	€ 5.642.129	2021
POLA & MASSA SRL	OVADA	€ 5.640.331	2021
GARBARINO & TITONEL SRL	VALENZA	€ 5.607.745	2021
EUROBIOS SOCIETA. COOPERATIVA AGRICOLA	SOLERO	€ 5.556.522	2021
CE.RI.TEC. SRL	BOSCO MARENCO	€ 5.500.000	2021
CASTELLO BORELLI SRL	ALESSANDRIA	€ 5.460.693	2021
FIA-TRAC SRL	TORTONA	€ 5.447.179	2021
BAZZI & PARTNERS SPA	CASALE MONFERRATO	€ 5.424.956	2021
ITAL PAL SRL	ALESSANDRIA	€ 5.396.598	2020
AZIENDA SERVIZI INDUSTRIALI SRL	NOVI LIGURE	€ 5.394.025	2021
PRODUTTORI MAIS DI ALESSANDRIA	ALESSANDRIA	€ 5.389.122	2021
GLOBOX SRL	OVADA	€ 5.358.497	2020
CAMELTECH SPA	CERESETO	€ 5.353.392	2021
CATANANTI SRL	VALENZA	€ 5.319.497	2021
TECNOMETAL SRL	BELFORTE MONFERRATO	€ 5.313.781	2021

SOCIETÀ	LOCALITÀ	FATTURATO	ANNO
ENERGY CAR SRL	NOVI LIGURE	€ 5.297.206	2021
MONDOFRUTTA SRL	ALESSANDRIA	€ 5.284.882	2021
AUTOTRASPORTI SAVALLO SRL	CASALE MONFERRATO	€ 5.280.837	2021
RETI SRL - GRUPPO ACOS	NOVI LIGURE	€ 5.279.607	2021
MELONE GIUSEPPE E C. SRL	OVADA	€ 5.264.274	2021
CINQUE SRL	VALENZA	€ 5.247.249	2021
NORD ASFALTI SRL	OVADA	€ 5.235.110	2021
C & C GIOIELLI SRL	SAN SALVATORE MONFERRATO	€ 5.224.847	2021
ITALIA 7 GOLD SRL	CASTELLETTO D'ORBA	€ 5.201.900	2021
S G SRL	TORTONA	€ 5.169.301	2021
ALLWOOD SRL	SPIGNO MONFERRATO	€ 5.154.795	2021
COSTANZO E RIZZETTO SRL	VALENZA	€ 5.125.083	2021
DIMAC SRL	TORTONA	€ 5.110.894	2021
COSTRUZIONI SCAVI E IDRAULICA SRL	PONTI	€ 5.098.770	2021
FERRARIS SRL	VILLANOVA MONFERRATO	€ 5.074.557	2021
DI.GO. SRL	VALENZA	€ 5.017.388	2021
CROVA.LAB SRL	VALENZA	€ 4.994.521	2021
TESTI CEMENTI SRL	CASALE MONFERRATO	€ 4.992.000	2020
SAPI MED SPA	ALESSANDRIA	€ 4.976.703	2021
KAIROS SRL	ALESSANDRIA	€ 4.953.147	2020
RT LOGISTICA SRL	TORTONA	€ 4.936.391	2020
PALMIERO CARLO SRL	VALENZA	€ 4.935.246	2021
ACOS SPA	NOVI LIGURE	€ 4.896.492	2021
PRO TECH SRL	CARBONARA SCRIVIA	€ 4.872.870	2021
GUMA TRASPORTI & LOGISTICA SRL	CASALE MONFERRATO	€ 4.843.533	2021
NAILEVO SRL	OVADA	€ 4.828.397	2021
EASYSNAP TECHNOLOGY SRL	CASTELLAZZO BORMIDA	€ 4.821.916	2021
N.G.F. SRL	CASAL CERPELLI	€ 4.816.952	2021
CO.MET.A. SRL	BASALUZZO	€ 4.810.785	2021
BIBIGI SRL	SAN SALVATORE MONFERRATO	€ 4.803.089	2021
FRANZOSI EDILIZIA - SRL	TORTONA	€ 4.786.941	2021
FRIDOCKS MAGAZZINI	POZZOLO FORMIGARO	€ 4.785.077	2021
GHIBAUDI E FERRARI SRL	CASTELNUOVO SCRIVIA	€ 4.757.436	2021
MANGINI SPA	BOSCO MARENGO	€ 4.714.616	2021
SERVIZI FUNEBRI ALESSANDRIA SPA	ALESSANDRIA	€ 4.633.015	2021
RESIDENZA SAN. INT. FONDAZIONE C.R.	TORTONA	€ 4.631.470	2021
AUGUSTA SRL	ALESSANDRIA	€ 4.629.025	2020
P & A SPEDIZIONI SRL	TORTONA	€ 4.625.976	2021
MG SRL	NOVI LIGURE	€ 4.548.871	2021
SELEMARC SRL	TORTONA	€ 4.548.713	2021
RGS SCHIAVETTI SRL	STAZZANO	€ 4.537.792	2021
SILPLASTER SRL	CASALE MONFERRATO	€ 4.512.889	2021
LARN SRL	SERRAVALLE SCRIVIA	€ 4.500.000	2021
PANNELLI ISOLANTI SRL	SAN GIORGIO MONFERRATO	€ 4.491.621	2021
PETRAMUNDI SRL	VALENZA	€ 4.484.196	2021
CESTEL SRL	VALENZA	€ 4.479.946	2021
CERUTTI SPIRITO SRL	CASALE MONFERRATO	€ 4.447.147	2020
PROLUDIC SRL	CASTELNUOVO SCRIVIA	€ 4.442.090	2021
L.AGRICOLA RICAMBI SRL	CASTELLAZZO BORMIDA	€ 4.439.084	2021
C.I.P. SRL	VALENZA	€ 4.437.418	2021
SITRAGAS SRL	NOVI LIGURE	€ 4.431.178	2021
LOGISTICA VALLE SCRIVIA	TORTONA	€ 4.429.390	2020



SOCIETÀ	LOCALITÀ	FATTURATO	ANNO
STOIL SRL	ALESSANDRIA	€ 4.428.070	2021
F.LLI TORTI SRL	MOLINO DEI TORTI	€ 4.412.242	2021
BRUS SERVICE SRL	BISTAGNO	€ 4.400.000	2021
CANTINA PRODUTTORI DEL GAVI	GAVI	€ 4.400.000	2021
ERGIN SRL	NOVI LIGURE	€ 4.388.728	2021
C.M.P. SPA	PONTESTURA	€ 4.375.974	2021
LUIGI ROSSO SRL	CASALE MONFERRATO	€ 4.343.735	2021
MONTAGGI E IMPIANTI SRL	SALE	€ 4.333.862	2021
CRESCEREINSIEME	ACQUI TERME	€ 4.330.923	2020
UNIFRIGOR SRL	OCCIMIANO	€ 4.311.488	2021
LEARDI SRL	NOVI LIGURE	€ 4.307.068	2021
COMMET SRL	CARBONARA SCRIVIA	€ 4.290.764	2021
TECNOLOGISTICA SOC. COOP.	TORTONA	€ 4.272.636	2021
DMR SRL	GAVI	€ 4.235.981	2021
BEST ONE SRL	ALESSANDRIA	€ 4.235.386	2021
ACOSÌ SRL - GRUPPO ACOS	NOVI LIGURE	€ 4.221.894	2021
RAIL HUB EUROPE SPA	TORTONA	€ 4.219.408	2021
STILNOVO SRL	SAN SALVATORE MONFERRATO	€ 4.218.314	2021
GRASSANO SRL	VALENZA	€ 4.214.481	2021
FRANZOSI STRADE SRL	TORTONA	€ 4.212.770	2021
BOVONE DIAMOND TOOLS SRL	OVADA	€ 4.204.536	2021
CODELFA SPA	TORTONA	€ 4.191.834	2021
RBM SRL	ARQUATA SCRIVIA	€ 4.154.347	2021
EFFE SRL	TORTONA	€ 4.147.362	2021
NORDTEST SRL	SERRAVALLE SCRIVIA	€ 4.136.993	2021
CACCIABUE GIUSEPPE MARCO SRL	MASIO	€ 4.135.665	2020
AZIENDA MULTISERVIZI VALENZANA SPA	VALENZA	€ 4.121.114	2020

SOCIETÀ	LOCALITÀ	FATTURATO	ANNO
LERTA E C. SRL	FABBRICA CURONE	€ 4.097.385	2021
EMILIANI SRL	CARBONARA SCRIVIA	€ 4.035.310	2021
RI.MET SRL	CASALE MONFERRATO	€ 4.022.905	2021
SAFE ROADS	TORTONA	€ 4.010.677	2021
GRUGLIASCO	TORTONA	€ 4.005.844	2021
CANTINA ALICE BEL COLLE	ALICE BEL COLLE	€ 3.989.476	2021
PALLAVICINI SRL	VALENZA	€ 3.987.608	2021
OMAR R&G SRL	ALESSANDRIA	€ 3.972.579	2021
LA TUA AUTO SRL	TORTONA	€ 3.964.356	2021
PETROLIA SRL	ALESSANDRIA	€ 3.953.129	2021
ALFAMEC SRL	BASALUZZO	€ 3.948.624	2021
SOCIETÀ COOPERATIVA BORGO CAMPAGNA	CASTELLAZZO BORMIDA	€ 3.946.318	2020
D.M.G. DI GASPARINI E DE FILIPPI	ALESSANDRIA	€ 3.934.135	2021
S.T.A.C. SOCIETÀ TRASPORTI	CASALE MONFERRATO	€ 3.914.277	2020
TIXE SRL	CAPRIATA D'ORBA	€ 3.912.088	2021
ALBERTI GIOIELLI SRL	VALENZA	€ 3.885.092	2021
G.B.S. INSTRUMENTS SRL	MORANO SUL PO	€ 3.876.305	2020
C.E.S.I.A.F. CALCESTRUZZI	TORTONA	€ 3.873.843	2021
AGRIVALLE SRL	ALESSANDRIA	€ 3.868.616	2021
EFFEPIERRE MULTISERVIZI SRL	NOVI LIGURE	€ 3.862.355	2021
IFC COATINGS SRL	TORTONA	€ 3.856.311	2021
WAMA SRL	CASTELLAZZO BORMIDA	€ 3.854.309	2021
IMPRESA VERDE ALESSANDRIA SRL	ALESSANDRIA	€ 3.844.303	2021
SMART MOBILITY SYSTEMS	TORTONA	€ 3.841.524	2021
F.LLI MAZZARIOL SRL	TORTONA	€ 3.841.101	2021
POLIMED SRL	MORANO SUL PO	€ 3.830.987	2021
DEGAMA SRL	OCCIMIANO	€ 3.829.944	2021
F.LLI BIGARAN SRL	ALESSANDRIA	€ 3.825.910	2021
CO.BE SRL	OVADA	€ 3.820.602	2021
FRENAUTO SRL	TORTONA	€ 3.784.277	2021
SER.MOBIL SRL	NOVI LIGURE	€ 3.784.181	2021
GENERALAUTO SRL	CASALE MONFERRATO	€ 3.783.271	2021
R.C.L. SRL	TERRUGGIA	€ 3.781.739	2021
ANAERGIA OREX MANUFACTURING SRL	OVADA	€ 3.778.873	2021
ITALO BELGE COLORI SRL	NOVI LIGURE	€ 3.747.152	2021
CANTINA SOCIALE DI RIVALTA BORMIDA	RIVALTA BORMIDA	€ 3.733.473	2021
FRUTTA DUEMILA SRL	SERRAVALLE SCRIVIA	€ 3.731.013	2021
LUIGI F. RONCA SRL	TORTONA	€ 3.715.529	2021
AUTO PLUS 24 SRL	ALESSANDRIA	€ 3.708.568	2021
T.S.M. SRL	CASSANO SPINOLA	€ 3.701.303	2021
INDUSTRIA ZINGARDI SRL	NOVI LIGURE	€ 3.698.842	2021
FRANCESCATO JOHN SRL	ALESSANDRIA	€ 3.696.451	2021
SANITAS LAB. CHIMICO FARMACEUTICO SRL	TORTONA	€ 3.692.208	2021
ECOURIER SOC. COOP.	ALESSANDRIA	€ 3.688.910	2020
NEWCOOP SOC. COOP.	NOVI LIGURE	€ 3.686.848	2020
AZIMUT COOPERATIVA SOCIALE	ALESSANDRIA	€ 3.681.275	2021
IL FALDO SOC. COOP. AGRICOLA	CASTELLAZZO BORMIDA	€ 3.678.132	2020
BOCCHIO CARNI SRL	BOSCO MARENGO	€ 3.672.981	2021
MILANO PIERO SRL	VALENZA	€ 3.672.182	2020
SPALLA MAURO SRL	BORGO SAN MARTINO	€ 3.669.355	2021
BETA SERVIZI SOC. COOP.	NOVI LIGURE	€ 3.665.271	2020
CAFEMOKA SRL	ALESSANDRIA	€ 3.661.906	2021

SOCIETÀ	LOCALITÀ	FATTURATO	ANNO
SEYCHELLES SRL	PONTESTURA	€ 3.653.269	2021
ECOTIRRENA SRL	CASTELNUOVO SCRIVIA	€ 3.641.421	2020
CERVIT IMPIANTI TECNOLOGICI	TORTONA	€ 3.613.171	2021
ADIBRO GROUP SRL	NOVI LIGURE	€ 3.613.056	2021
A.D.I. AUSILIARI DISTRIBUZIONE ITALIA SRL	BASALUZZO	€ 3.607.068	2020
EGERIA COOPERATIVA SOCIALE ONLUS	TORTONA	€ 3.594.862	2020
ORO & ORO SRL	VALENZA	€ 3.591.129	2021
EUROCOM NORD OVEST SRL	CASALE MONFERRATO	€ 3.589.281	2021
CAMEC SRL	CASTELNUOVO SCRIVIA	€ 3.587.753	2021
NOVIGAS	NOVI LIGURE	€ 3.586.749	2021
VERSIGLIA SRL	TORTONA	€ 3.582.128	2021
GAFFEO SRL	CASTELLAZZO BORMIDA	€ 3.578.059	2021
DORIA MARIO SRL	VILLANOVA MONFERRATO	€ 3.571.306	2021
INERTEK SRL	ALESSANDRIA	€ 3.564.435	2021
CENTRO COOPERATIVO RACCOLTA LATTE	ALESSANDRIA	€ 3.559.862	2021
ENNETIESSE SRL	BORGO SAN MARTINO	€ 3.558.389	2021
ROSSI MAURO SRL	BOSCO MARENGO	€ 3.554.123	2021
AUTOTRASPORTI CARENA GIAN PAOLO SRL	GAVI	€ 3.553.958	2021
SAN GIOVANNI SRL	VALENZA	€ 3.552.286	2021
S.F. SUNFLOWER SRL	CAPRIATA D'ORBA	€ 3.546.301	2021
PLASTEUROPA SRL	ALESSANDRIA	€ 3.542.037	2021
BIANCHI SRL	CASAL CERPELLI	€ 3.523.597	2021
MARCHELLI SCAVI SRL	CAPRIATA D'ORBA	€ 3.522.333	2021
RICCARDI SRL	CASALE MONFERRATO	€ 3.507.312	2021
PESTARINO & C. SRL	ACQUI TERME	€ 3.443.338	2021
MEDICART	VALENZA	€ 3.427.546	2020
CT SYSTEMS SRL	TORTONA	€ 3.420.339	2021
MIVIT SRL	CERSETO	€ 3.418.655	2020
INTER.E.M. SRL	MURISENGO	€ 3.407.838	2021
SOCIETÀ CONSORTILE ALLARA SOMOTER ARL	CASALE MONFERRATO	€ 3.407.145	2020
F.M.C. FONDERIA METALLI CENTRIFUGATI SRL	CARBONARA SCRIVIA	€ 3.399.435	2021
GAMA AUTOMATION SRL	ALESSANDRIA	€ 3.390.109	2021
M & S LOGISTICA SRL	TORTONA	€ 3.376.139	2021
QUATTRO ULZI SRL	SILVANO D'ORBA	€ 3.346.298	2021
SAN GIUSEPPE LAVORATORE SOC. COOP.	CASALE MONFERRATO	€ 3.340.697	2021
SM IMPIANTI SRL	MONTECHIARO D.ACQUI	€ 3.331.930	2021
M.C.M. AUTOTRASPORTI SRL	NOVI LIGURE	€ 3.331.567	2020
SISTEMA SERVIZI SRL	NOVI LIGURE	€ 3.327.567	2020
FRAMEC TRUCK SRL	OCCIMIANO	€ 3.304.528	2021
CUNIETTI SRL	CAPRIATA D'ORBA	€ 3.299.892	2021
SEC DI ZELASCHI & C. SRL	TORTONA	€ 3.299.856	2021
STRIDI SRL	CASTELLAZZO BORMIDA	€ 3.291.817	2021
SI.CA. SRL	NOVI LIGURE	€ 3.287.553	2020
TECNOPER SRL	VIGNOLE BORBERA	€ 3.259.465	2021
A.M.V. IGIENE AMBIENTALE SRL	VALENZA	€ 3.256.622	2021
MESI SRL	TERZO	€ 3.248.870	2021
BADCARS SRL	CASSINE	€ 3.248.618	2021
COMI-OMIR SRL	POZZOLO FORMIGARO	€ 3.246.000	2021
ALFAMIX SRL	OCCIMIANO	€ 3.242.992	2021
CANTINA TRE CASTELLI SOC. COOP.	MONTALDO BORMIDA	€ 3.240.904	2021
VACCA AUTOTRASPORTI SRL	OCCIMIANO	€ 3.235.080	2021
I.RA.CO. SRL	POZZOLO FORMIGARO	€ 3.225.149	2021

SOCIETÀ	LOCALITÀ	FATTURATO	ANNO
CONCESSIONARIA PELISSERO SRL	CASTELLAZZO BORMIDA	€ 3.220.808	2021
3I ENGINEERING SPA	ALESSANDRIA	€ 3.219.149	2021
GESTIONI ECOLOGICHE AMBIENTALI SRL	TORTONA	€ 3.216.997	2021
ITALGUM CAMELLE SRL	OZZANO MONFERRATO	€ 3.215.825	2021
IDROGEOLOGIA SRL	ALESSANDRIA	€ 3.214.592	2021
HARPES SRL	CASTELLAZZO BORMIDA	€ 3.199.397	2021
ENOSIS SRL	FUBINE	€ 3.184.084	2021
S.P.E. SYSTEM SRL	MASIO	€ 3.173.064	2021
NEWBRIL SRL	VALENZA	€ 3.164.452	2020
ARAMINI SRL	CASTELLETTO MERLI	€ 3.162.960	2021
MERCANDELLI MOTO SRL	CASALE MONFERRATO	€ 3.158.418	2021
SMART LINE CONSTRUCTIONS SRL	OVADA	€ 3.154.188	2021
KMR ITALIA SRL	PECETTO DI VALENZA	€ 3.150.019	2020
LOLAICO IMPIANTI SRL	NOVI LIGURE	€ 3.141.200	2020
PNEUS SETTE SRL	BISTAGNO	€ 3.133.199	2021
VALSESIA CAMPER SRL	CASALE MONFERRATO	€ 3.111.255	2021
GOLDEN SHAPES SRL	VALENZA	€ 3.104.393	2021
ENOGLOSS SRL	TERZO	€ 3.094.940	2021
EMF SRL	NOVI LIGURE	€ 3.093.601	2020
L'OCCASIONE D'ORO SRL	VALENZA	€ 3.092.099	2020
KEPOS SOCIETÀ SOC. COOP.	ALLUVIONI PIOVERA	€ 3.089.482	2021
TUBI FLESSIBILI SRL	SAN SALVATORE MONFERRATO	€ 3.081.233	2021
AUTOSERVICE 24 SRL	CARBONARA SCRIVIA	€ 3.080.825	2021
RINALDI IMPIANTI SRL	ACQUI TERME	€ 3.070.257	2021
PRINT AND PACKAGING FARMA SRL	ACQUI TERME	€ 3.061.827	2021
ESTRATTIVA FAVELLI SRL	CASSINE	€ 3.059.359	2021
AS.PRO.PAT. PIEMONTE	CASTELNUOVO SCRIVIA	€ 3.057.739	2021
SOCIETÀ INDUSTRIA CARTONI I.C.O.	TREVILLE	€ 3.057.682	2021
FILOSTIL SRL	VALENZA	€ 3.054.345	2021
PIAZZOLLA SRL	TERZO	€ 3.037.813	2021
DE PETRO CARTA SRL	NOVI LIGURE	€ 3.037.590	2021
EDIL 2000 SRL	NOVI LIGURE	€ 3.028.567	2021
FERRARI SUGHERI SRL	ALESSANDRIA	€ 3.026.533	2021
MOVIBIT SRL	TORTONA	€ 3.017.523	2021
5 VALLI SERVIZI SRL	MONLEALE	€ 3.016.658	2020
C.S.G. CENTRO SERVIZI DI GEOINGEGNERIA SRL	RICALDONE	€ 3.012.244	2021
RPR SRL	CASALE MONFERRATO	€ 3.003.095	2021
RAEE.MAN SRL	SALE	€ 3.003.070	2021
COSMA SRL	SILVANO D'ORBA	€ 2.991.203	2021
FAST COVERING SYSTEMS SRL	ALESSANDRIA	€ 2.988.611	2021
LIFEBRAIN PIEMONTE SRL	OVADA	€ 2.986.000	2020
MIGNANEGO FRANCESCO & FIGLI SRL	FRANCAVILLA BISIO	€ 2.977.752	2021
IL SOLE GIOIELLI SRL	VALENZA	€ 2.965.399	2021
BAILO SRL	NOVI LIGURE	€ 2.949.920	2021
FOUNDRY SHELL CASTING SRL	TORTONA	€ 2.946.183	2021
TE.M.A. SRL	ALESSANDRIA	€ 2.931.507	2021
BOLLINA SRL	SERRAVALLE SCRIVIA	€ 2.928.457	2020
CE.S.A. CENTRO SERVIZI PER L'AGRICOLTURA	ALESSANDRIA	€ 2.917.986	2021
BARBERIS SRL	BISTAGNO	€ 2.917.564	2021
FARE SOC. COOP.	ARQUATA SCRIVIA	€ 2.911.319	2021
NUOVA ERA SRL	SALE	€ 2.904.905	2021
SAN TOMMASO SRL	SAN SALVATORE MONFERRATO	€ 2.887.468	2021



SOCIETÀ	LOCALITÀ	FATTURATO	ANNO
ANDO CONTRACT SRL	ALESSANDRIA	€ 2.865.948	2020
CO.M.AC. SRL	ACQUI TERME	€ 2.863.021	2021
EUROPNEUS NOVI SRL	TORTONA	€ 2.857.503	2021
NEW TRASP SRL	NOVI LIGURE	€ 2.855.681	2021
CUBITO ANTONINO SRL	VALENZA	€ 2.839.672	2021
MO.ME.V. SRL	OVADA	€ 2.833.581	2021
ITAL BOVINI SRL	QUARGNENTO	€ 2.800.580	2021
NEW ROAD SRL	VALENZA	€ 2.794.011	2021
MAKHIMO SRL	ACQUI TERME	€ 2.792.573	2021
ZECCHIN ALBERTO SRL	VALENZA	€ 2.778.702	2021
VUOTOMAC SRL	ALESSANDRIA	€ 2.769.826	2021
SANGUGLIELMO EUROPA TRUCKS SERVICE	TORTONA	€ 2.763.872	2021
GTN ENGINEERING SOC. COOP.	TORTONA	€ 2.762.035	2020
COLMETO SOCIETÀ CONSORTILE	TORTONA	€ 2.756.139	2021
NEXT ALBA SRL	TORTONA	€ 2.755.859	2021
BRE INVEST SRL	TORTONA	€ 2.749.267	2021
IF INFORMATICA SRL	VALENZA	€ 2.737.525	2021
KIMONO PORTE SRL	ALESSANDRIA	€ 2.727.914	2021
LEM SOSTENIBILITA. AMBIENTALE SRL	CASTELNUOVO SCRIVIA	€ 2.724.022	2020
NUOVA G.T. SRL	OVADA	€ 2.723.190	2021
ETIADESIV SRL	OVADA	€ 2.700.000	2021
GUARNIZIONI MINUTERIE PARODI SRL	ACQUI TERME	€ 2.690.963	2021
SALUMIFICIO SABBIONE SRL	SARDIGLIANO	€ 2.689.780	2021
FOR.AL.	ALESSANDRIA	€ 2.684.726	2021
GENERAL FILTER SRL	CASALE MONFERRATO	€ 2.680.962	2021
NEXTO GROUP SRL	CASALE MONFERRATO	€ 2.666.432	2021
SIALL SRL	TORTONA	€ 2.654.430	2021



SOCIETÀ	LOCALITÀ	FATTURATO	ANNO
FRAL ITALY SRL	CASALE MONFERRATO	€ 2.648.211	2021
TEKNA DESIGN SRL	ALESSANDRIA	€ 2.640.257	2021
G.S.P. SRL	ALESSANDRIA	€ 2.637.902	2021
PENTA SRL	TORTONA	€ 2.631.167	2021
CADIR LAB SRL	QUARGNENTO	€ 2.630.794	2021
SAM EUROPE SRL	CASALE MONFERRATO	€ 2.630.609	2021
AMICA ASSISTENZA SOC. COOP.	ALESSANDRIA	€ 2.627.961	2021
CREDIT SOLUTION SRL	ALESSANDRIA	€ 2.627.756	2021
LOGISTICA M.S. SRL	CARBONARA SCRIVIA	€ 2.620.663	2021
E.D.M. ZANZARIERE SRL	CASTELLAZZO BORMIDA	€ 2.568.569	2021
BISER SRL	TERZO	€ 2.568.201	2021
C.M.P. AGRISERVICE SRL	POZZOLO FORMIGARO	€ 2.565.791	2020
AGRIMARKET SRL	RIVALTA BORMIDA	€ 2.563.931	2021
ITALBET SRL	TORTONA	€ 2.544.497	2021
CENTRO STUDI ALEXANDRIA SRL	ALESSANDRIA	€ 2.544.412	2021
AZIENDA AGRICOLA SANTA CATERINA SRL	ALESSANDRIA	€ 2.543.948	2021
FIRPO GIUSEPPE & C. SRL	SERRAVALLE SCRIVIA	€ 2.535.364	2021
R & P ENGINEERING SRL	SERRAVALLE SCRIVIA	€ 2.533.554	2021
URBANTECH SRL	TORTONA	€ 2.526.583	2021
FARMACIA DEL VALENTINO SRL	CASALE MONFERRATO	€ 2.524.234	2021
BIOLIFE SRL	NOVI LIGURE	€ 2.513.480	2020
ERBAFLOR PERUZZO SRL	NOVI LIGURE	€ 2.510.214	2021
PATELEC CORDS AND CABLES SRL	CERRINA MONFERRATO	€ 2.503.576	2021
PANTA REI SRL	VALENZA	€ 2.492.966	2021
GLOBALSERVICESPEDIZIONI SRL	ALESSANDRIA	€ 2.488.276	2020
MIRAFER DI MIRABELLI ED EMANUELE E C.	ALESSANDRIA	€ 2.482.526	2021
ITAC TRASPORTI SRL	CASTELNUOVO SCRIVIA	€ 2.482.323	2021

SOCIETÀ	LOCALITÀ	FATTURATO	ANNO
F.LLI LA ROCCA SRL	ALESSANDRIA	€ 2.480.207	2021
ALE-FRI SRL	CASTELNUOVO SCRIVIA	€ 2.467.493	2021
GUAZZOTTI ENERGIA SRL	ALESSANDRIA	€ 2.466.885	2021
M.A.C.S. COLOR SRL	SERRAVALLE SCRIVIA	€ 2.457.630	2021
SOLUTION SOC. COOP.	GAVI	€ 2.449.130	2020
MPS SRL	OVADA	€ 2.447.018	2021
BODRATO CIOCCOLATO SRL	NOVI LIGURE	€ 2.442.636	2021
MGS SRL	SALE	€ 2.442.357	2021
ALPE STRADE ANONIMA STRADE	MELAZZO	€ 2.438.338	2021
SERVIZI IMPIANTI MANUTENZIONI ITALY SRL	NOVI LIGURE	€ 2.438.214	2021
MASSIMO RAITERI SRL	SAN SALVATORE MONFERRATO	€ 2.434.874	2020
BIANCHIMPIANTI SRL	ALESSANDRIA	€ 2.430.483	2021
ALTO EXPRESS SRL	NOVI LIGURE	€ 2.430.349	2020
ERIKA SRL	MIRABELLO MONFERRATO	€ 2.420.032	2020
DOGNAZZI RENZO E ROBERTO SRL	CASALE MONFERRATO	€ 2.414.670	2021
SAMA IMPIANTI SRL	ALESSANDRIA	€ 2.414.268	2020
MPA SRL	NOVI LIGURE	€ 2.410.479	2020
TORREFAZIONE MIKE SPA	ALESSANDRIA	€ 2.408.722	2021
M.P.I. ITALY SRL	VILLALVERNIA	€ 2.402.174	2021
GESCO SRL	GRONDONA	€ 2.401.437	2021
SMYTH SRL	CONIOLO	€ 2.399.163	2021
GRUPPO LA ROCCA SRL	NOVI LIGURE	€ 2.385.797	2021
DERTHONA BASKET SOCIETÀ SPORTIVA	TORTONA	€ 2.382.737	2021
C.E.A.M. - CONSORZIO ARTIGIANI EDILI	ALESSANDRIA	€ 2.381.187	2021
CO.ME.O SRL	OVADA	€ 2.373.117	2021
ITALGRAPHICA SRL	ALESSANDRIA	€ 2.351.084	2021
IMMOBILIARE CASTELLO SRL	PARETO	€ 2.328.330	2021
HEEGEN SRL	CASALE MONFERRATO	€ 2.317.091	2021
SCAD SRL	ALICE BEL COLLE	€ 2.313.595	2021
LA SEGGIOLINA DI CHIAVARI SRL	CASALNOCETO	€ 2.302.364	2021
NEW VALENTINI AUTO MOTO SRL	ALESSANDRIA	€ 2.301.359	2021
TORTONA BESTIAME SRL	NOVI LIGURE	€ 2.287.059	2021
AEMMEGI SOCIETA. AGRICOLA SRL	BASSIGNANA	€ 2.283.482	2021
G&S - GESTIONI E SERVIZI	NOVI LIGURE	€ 2.283.305	2021
IGN CONSORZIO STABILE SRL	OVADA	€ 2.280.534	2020
CANTINA SAN GIORGIO MONFERRATO	SAN GIORGIO MONFERRATO	€ 2.276.987	2021
EUROTRE SOC. COOP. AGRICOLA	ALESSANDRIA	€ 2.274.040	2021
IMMOBILIARE VERDE SRL	ALESSANDRIA	€ 2.273.820	2021
CENTRO MAIS BASSO MONFERRATO	OCCIMIANO	€ 2.268.665	2021
BRICOLA SRL	NOVI LIGURE	€ 2.262.142	2021
IMPRESA EDILE CAMBREA ROCCO SRL	VIGNOLE BORBERA	€ 2.259.420	2021
JUNIOR SRL	CASALE MONFERRATO	€ 2.248.316	2020
Q ENERGIA SOCIETA. AGRICOLA SRL	QUARGNENTO	€ 2.246.120	2021
GALLAZZI MACCHINE SRL	ALESSANDRIA	€ 2.242.006	2021
GUSTO & C. SRL	CASALE MONFERRATO	€ 2.239.457	2021
GIORDANO-TRASPORTI SRL	CASALE MONFERRATO	€ 2.238.748	2021
HOTEL MOTEL 2 SRL	TORTONA	€ 2.235.212	2021
FA.RO.P. SRL	VALENZA	€ 2.233.671	2020
NEW ITALIAN ART SRL	VALENZA	€ 2.232.079	2021
GRANDI SCAVI SRL	ROCCA GRIMALDA	€ 2.229.807	2020

SOCIETÀ	LOCALITÀ	FATTURATO	ANNO
ATEL - ANTENNAS SRL	ARQUATA SCRIVIA	€ 2.228.236	2020
MOLINO SAN GIULIANO PIEMONTE SRL	ALESSANDRIA	€ 2.215.859	2021
SERVIZI AGRICOLI FRESONARA - S.A.F.	FRESONARA	€ 2.213.604	2021
RWR SRL	CASALE MONFERRATO	€ 2.202.100	2021
IVIERRE SRL	TORTONA	€ 2.201.552	2021
SICUR 2000 SRL	TORTONA	€ 2.187.931	2021
RATIOTEC ITALIA SRL	TAGLIOLO MONFERRATO	€ 2.173.791	2021
BIOGAS ENERGIE SOLERO	ALESSANDRIA	€ 2.173.522	2020
PRO.VALLE SRL	NOVI LIGURE	€ 2.173.035	2021
NUOVA SOCOPLAS SRL	TORTONA	€ 2.167.967	2020
3 ENERGY GROUP SRL	NOVI LIGURE	€ 2.165.449	2020
NEW VALENTINI MOTO SRLS	ALESSANDRIA	€ 2.162.121	2021
MONFERRATO FRUTTA	ALESSANDRIA	€ 2.157.809	2021
CALPAV SRL	TORTONA	€ 2.157.742	2021
FRATELLI FERRARI SRL	TORTONA	€ 2.154.861	2020
DUEL SRL	VALENZA	€ 2.151.858	2021
L'ABBAZIA COOPERATIVA SOCIALE	CASALE MONFERRATO	€ 2.150.210	2021
BLUE OIL SRL	TORTONA	€ 2.148.181	2021
NOVA SIDERA METAL FORMING SRL	ODALENGO PICCOLO	€ 2.148.156	2021
ORGANIZ. VIGILANZA PRIVATA LA PANTERA	ALESSANDRIA	€ 2.145.607	2020
OMEF-GROUP SRL	TAGLIOLO MONFERRATO	€ 2.144.988	2021
DALILA GIOIELLI SRL	VALENZA	€ 2.117.425	2021
J. BERRY SRL	ALESSANDRIA	€ 2.114.860	2021
RGM SRL	QUATTORDIO	€ 2.109.499	2021
BARABINO SALUMI SRL	TORTONA	€ 2.106.190	2021
P.R. LAMIERA SRL	SILVANO D'ORBA	€ 2.105.235	2021
NEWLAST ITALIA SRL	TORTONA	€ 2.103.068	2021
CALLIOPE SRL	OZZANO MONFERRATO	€ 2.100.967	2021
REBELLATO SRL	VIGUZZOLO	€ 2.100.279	2021
FRATELLI BUZZI SPA	CASALE MONFERRATO	€ 2.100.000	2020
IANUS SRL	TORTONA	€ 2.098.494	2021
MAGO DI OZ SOC. COOP. AGRICOLA	ACQUI TERME	€ 2.094.976	2021
W.P.C. SRL	FRASCARO	€ 2.086.096	2020
MARCONDIRO - COOPERATIVA SOCIALE	ALESSANDRIA	€ 2.083.100	2021
VENEZIA SRL	QUATTORDIO	€ 2.079.696	2021
SERMA DISTRIBUZIONE - SRL	SAN SALVATORE MONFERRATO	€ 2.075.313	2021
VALENZA RETE GAS SPA	VALENZA	€ 2.069.278	2021
SETTEVIE SOCIETÀ COOPERATIVA AGRICOLA	CASTELLAZZO BORMIDA	€ 2.062.620	2021
VENAIR SRL	CASTELLETTO MONFERRATO	€ 2.049.406	2021
TECNO-SERVICE SRL	VISONE	€ 2.049.111	2021
ISB SRL	GAVI	€ 2.046.527	2021
MAURO INTERNATIONAL SERVICES SRL	ALESSANDRIA	€ 2.039.439	2021
3 ELLE TRASPORTI SRL	ALESSANDRIA	€ 2.037.540	2021
IMPRESA EMANUELLI SRL	QUARGNENTO	€ 2.034.538	2021
FALCHI DELLA NOTTE SRL	NOVI LIGURE	€ 2.033.833	2021
VIRGA TRASPORTI SRL	CASSINE	€ 2.032.051	2021
TAGLIERIA GIACOMETTI SRL	VALENZA	€ 2.030.229	2021
PERFORMA SRL	TORTONA	€ 2.027.167	2021
FRATELLI NEBBIA SRL	VALENZA	€ 2.008.655	2021
AIRTEC-TECNOLOGIE PER L.INDUSTRIA SRL	CASALE MONFERRATO	€ 2.002.555	2021

ALEXALA ALESSANDRIA

La ripresa del turismo con aumenti di rilievo

di **Giordano Panaro**

Dopo le difficoltà dovute alla pandemia, il 2022 è stato l'anno della ripresa del turismo, anche nella provincia di Alessandria.

«Una ripresa non facile né scontata, ma che c'è stata e mostra segnali positivi, anche grazie a quanto seminato in precedenza», spiega Roberto Cava, presidente di Alexala.

«Il turismo outdoor, su cui il territorio ha puntato molto negli ultimi anni, è la chiave di volta delle nuove esigenze dei viaggiatori, che prediligono vacanze all'aria aperta e attive: su questo la provincia di Alessandria ha molto da offrire, e il ritorno in termini numerici si sta dimostrando positivo».

«Inoltre, grande energia e attenzione è stata investita nel turismo enogastronomico, su cui il territorio punta a essere un'assoluta eccellenza, aumentando la sua capacità di offerta per i viaggiatori», prosegue Cava.

«Le cantine dell'Alessandrino si stanno organizzando per aprire le loro porte ai turisti, proponendo esperienze e occasioni che permettano di aumentare la permanenza sul territorio». Un segnale importante del generale accrescimento dell'interesse e dei flussi turistici è che in un contesto di generale crisi, aumentano le strutture ricettive in quasi tutti i centri zona dell'Alessandrino, indice di un territorio che si sta muovendo per dare una risposta forte, completa e interessante alle richieste del turismo nazionale e internazionale. Il saldo tra le strutture ricettive registrate nel 2022 mostra, ad esempio, un +6 su Casale Monferrato, +2 su Novi Ligure, +3 su Ovada e su Tortona rispetto all'anno precedente. In generale, nella Provincia di Alessandria, si passa da un totale di 1022 strutture nel 2021 a 1113 nel 2022.

I passaggi di cittadini e turisti presso gli IAT del territorio della provincia di Alessandria forniscono segnali positivi, in particolare quest'anno ha segnato la ripresa di contatti frequenti con agenzie e tour operator che sono interessati a proporre il territorio. Numerosi i Piemontesi, provenienti dalle diverse province, quasi alla pari con i Lombardi; tra le altre regioni, ben rappresentate sono Lazio, Emilia Romagna e Liguria.

Tra gli stranieri, primeggiano i Francesi seguiti dagli Olandesi e da Belgi, Tedeschi e Svizzeri. Si tratta quasi esclusivamente di Europei, con pochi casi significativi di turisti d'Oltreoceano.

«Seppur in una situazione ancora caratterizzata da qualche discontinuità nei flussi e nelle provenienze, si sta delineando un quadro molto positivo per il nostro territorio», conclude Roberto Cava.

«Tutti i centri zona della provincia confermano un aumento consistente delle presenze, italiane e straniere, con numeri che tornano quasi in linea con gli andamenti pre-Covid. In particolare si riscontra una forte attenzione alle attività all'aria aperta e legate al mangiare e al bere bene, a conferma che il lavoro fatto in questa direzione porta risultati interessanti. In generale inizia anche ad aumentare la permanenza media sul territorio, con diversi centri zona che registrano soggiorni prolungati, in particolare nel periodo estivo».



Roberto Cava
Presidente Alexala
della provincia di Alessandria

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



MINO PER L'AMBIENTE

Meno CO₂ e impegno per le batterie elettriche

Dopo gli anni complicati della pandemia, non tanto per gli ordini quanto per la difficoltà di spedire e montare le macchine nelle zone più remote del Mondo, nel periodo 2021-22 MINO ha registrato un incremento eccezionale delle richieste, specialmente in alcuni Paesi come India e Stati Uniti, decisi ad essere indipendenti produttivamente dagli storici importatori come la Cina.

Lo sguardo della MINO non è solo verso nuove opportunità commerciali quanto a contribuire a rendere più sostenibile e meno impattante il proprio settore industriale di riferimento, quello della produzione dell'alluminio.

L'impegno di MINO spa verso la sostenibilità ambientale si è ugualmente rafforzato grazie ai nuovi impianti progettati e messi in funzione in tutto il Mondo, de-

dicati alla laminazione dell'alluminio, metallo dalle grandi proprietà 'green' di cui si fa largo uso nell'industria dell'energia rinnovabile.

«L'alluminio può essere riciclato all'infinito e sostituire, ad esempio, le bottiglie e i contenitori di plastica», sottolinea Cesare Pettazzi, presidente dell'azienda alessandrina con stabilimenti anche in Gran Bretagna, Cina e Stati Uniti. «È un materiale che si adatta a moltissimi usi, ed è il metallo di base per realizzare le batterie a ioni di litio utilizzate per la mobilità elettrica».

MINO è quindi coinvolta in prima istanza al processo di transizione ecologica globale, per aver sviluppato tecnologie di ultima generazione in fatto di laminazione di precisione. I laminatoi MINO sono tra i pochi al Mondo a produrre il "battery foil", un foglio sottilissimo di alluminio [tra 10

e 15 micron di spessore] che funge da catodo per quel tipo di batterie.

Non è solo l'uso di materiali riciclabili e altamente duttili come l'alluminio ad interessare MINO nello sviluppo sostenibile. Negli Stati Uniti, uno dei mercati più attivi per MINO, è stata installata a Charleston in South Carolina, insieme al partner Americano "Hazelett Corporation" di Colchester, Vermont - di cui la MINO detiene una partecipazione azionaria - una linea produttiva capace di ridurre del 25% del "CO₂ footprint" nella produzione di nastri di alluminio per applicazioni edili [coperture e facciate per costruzioni e grattacieli] partendo da lattine usate! Si punterà al -50% nei prossimi anni.

«Questo è un altro esempio del coinvolgimento della MINO nello sviluppo di una metallurgia più sostenibile e più green».



ASCOM CONFCOMMERCIO ALESSANDRIA

«Le difficoltà sono enormi, alle imprese servono risposte»

di **Laura Torta**



Vittorio Ferrari
Presidente Ascom
Confcommercio
della provincia di Alessandria

“ È un momento in cui dobbiamo abbinare ai ragionamenti progettuali una cospicua dose di versatilità e adattabilità

«Stiamo attraversando un momento storico particolare, che non ci permette di fare con facilità e soprattutto con riferimenti certi delle previsioni. È un momento in cui dobbiamo abbinare ai ragionamenti progettuali una cospicua dose di versatilità e adattabilità, perché le sfide che ci pone l'articolata congiuntura nazionale e internazionale sono molteplici ed impegnative»: Vittorio Ferrari, presidente di Ascom Confcommercio Alessandria, guarda con grande attenzione alla situazione che sta vivendo un comparto, quello del commercio, del turismo e dei servizi, già fortemente provato e trasformato dalle vicissitudini degli ultimi anni.

Presidente, come stanno andando le cose sul territorio?

È un momento molto complesso. Partiamo da una base già traballante, perché le chiusure degli anni scorsi hanno creato problemi gravi: stessi costi - e mi riferisco alla gestione e approvvigionamento delle merci - a fronte di entrate azzerate per lungo tempo. A ciò, aggiungiamo il problema energetico su due fronti: elettricità e gas. Pensate ai costi di illuminazione delle vetrine oppure alle attività di ristorazione che fanno uso di gas, al costo di gestione delle pompe di calore per il condizionamento e il riscaldamento... Sono esplosi e rischiano di creare difficoltà di sopravvivenza, e non sul lungo periodo: qui si parla di pochi mesi.

Quale può essere la strada da intraprendere? È ovvio che diventa fondamentale che vengano presi provvedimenti per calmierare la situazione. Per i costi dell'energia, per esempio, si

potrebbe pensare a uno sganciamento della quota legata al gas dal totale della bolletta per ottenere un ribasso, perché di fatto si paga tutto come se fosse gas, anche quello che viene prodotto con altre fonti. Naturalmente poi ci vuole un tetto al prezzo. Occorre, in prima battuta, una gestione di emergenza sul breve periodo, poi un programma di stabilizzazione dei costi.

Confcommercio come sta affrontando la crisi? Monitoriamo e seguiamo con grande attenzione, consapevoli che molte partite si giocano su più tavoli e a diversi livelli, e siamo accanto alle imprese con diverse azioni: da quelle di sensibilizzazione e informazione dell'opinione pubblica e degli enti decisori a quelle di consulenza per cercare di ridurre i costi e usufruire delle possibilità di aiuti attualmente previste. Abbiamo con forza riportato a livello nazionale quella che è la realtà del nostro territorio e continueremo a farlo per mantenere altissima l'attenzione per dare sostegno alle imprese. Il contatto con Confcommercio nazionale è costante e, di conseguenza, seguiamo l'interlocuzione continua che i vertici hanno con il Governo, a cui sono state fatte richieste pressanti.

Che tipo di richieste sono state fatte e cosa consigliate a livello locale?

Ogni piccolo aiuto può essere determinante e poniamo molta attenzione, per esempio, a facilitare il ricorso a bandi per l'efficientamento energetico. Cerchiamo, anche nell'interlocuzione con le istituzioni locali (comunali, regionali, Camere di commercio) di stimolare e proporre l'adozione di bandi che possano aiutare le imprese nel sostenere i costi energetici o favorire interventi che portino a una riduzione dei consumi, in modo da calmierare i costi. Le aziende devono essere sintonizzate su tale tipo di opportunità per cogliere ogni possibilità e il compito di una associazione come la nostra è quella di informarle e assisterle nel ricorso a strumenti simili. Noi siamo vigili, attenti e propositivi. Ci auguriamo davvero che possano aprirsi spiragli.

CAMERA DI COMMERCIO DI ALESSANDRIA E ASTI

Il caro bollette e i rischi per le aziende “energivore”

di **Roberto Gilardengo**

“**Intervenire per scongiurare il blocco delle produzioni**”

Export, produzione industriale, ricerca di personale e servizi non sono, in questo momento, gli argomenti che attirano l'interesse primario delle associazioni di categoria e degli enti locali. Se ne riparerà nella prossima indagine congiunturale di Unioncamere. Adesso, man mano che si avvicina l'ultimo mese dell'anno, non può non tener banco il problema dei problemi: l'aumento del costo dell'energia, che si aggiunge a quello delle materie prime. E' quello che interessa maggiormente anche Gian Paolo Coscia, presidente della Camera di Commercio di Alessandria e Asti, che rispetto all'argomento di cui discute tutta Italia ha un approccio schietto: «*Gli aumenti – sottolinea – si erano registrati anche prima della della crisi ucraina e per questo ho la sensazione di essere di fronte a una manovra speculativa*». Nel 2021 il fabbisogno di gas naturale in Italia è stato di 76 miliardi di metri cubi, di cui 5 scarsi vengono prodotti in Italia, mentre il 40% [circa 30 miliardi di metri cubi] arriva dalla Russia. Altri nostri fornitori sono Algeria, Libia, Olanda, Norvegia, Qatar e Azerbaijan. Le cifre spiegano che l'esigenza è dunque quella di incrementare il rapporto con questi paesi, per raggiungere il numero di metri cubi necessario rispetto ai consumi, soprattutto invernali. Senza centrali nucleari, l'Italia ha bisogno di petrolio, gasolio e gas naturale. Per questo, riveste particolare importanza l'accordo siglato da Mario Draghi con l'Algeria, alla vigilia della caduta del suo governo, che ha fatto di-

ventare il paese nordafricano «*nostro primo fornitore di gas*», come ha affermato l'ex premier, ricordando che questa collaborazione «*sarà nello sviluppo di fonti rinnovabili, in particolare dell'idrogeno verde e dell'energia solare, eolica e geotermica*». È il settore energetico a cui guarda anche il presidente dell'ente camerale alessandrino e astigiano: «*Le centrali nucleari di ultima generazione – afferma Coscia – sono affidabili, ma non saranno eventualmente pronte prima del 2050. Quindi non abbiamo tempo. Mentre non capisco perché non vengono sfruttati i giacimenti al largo dell'Adriatico, dobbiamo effettivamente pensare alle energie alternative. L'idroelettrico è già sfruttato al 43%, ma il potenziamento può avvenire negli altri settori: fotovoltaico, eolico e geotermico. Con quest'ultimo che richiede costi inferiori rispetto agli altri. Una rivoluzione? La vera rivoluzione dovrebbe arrivare dallo sveltimento degli iter burocratici, è ormai indispensabile*».

Tornando ai tradizionali osservatori, la buona notizia arriva da un recente rilevamento proprio di Unioncamere, di cui è presidente lo stesso Coscia, che evidenzia una crescita delle esportazioni regionali: il 18% in più, nei primi sei mesi dell'anno, rispetto all'analogo semestre del 2021: «*Il Piemonte – ribadisce il presidente – si conferma la quarta regione esportatrice italiana. Le nostre merci hanno conquistato molti paesi Ue ed extra-Ue e sono positive le performance di tutte le province [Alessandria +17,5%, ndr] e di tutti i principali settori economici. Ma non ci possiamo accontentare di questi risultati, soprattutto in vista dell'inverno alle porte e dell'aumento delle bollette di luce e gas, a cui si aggiunge il rincaro dei costi per le materie prime e per i trasporti. Rischiano di essere colpite quelle aziende che, per loro natura, sono fortemente energivore, il compito delle istituzioni è dunque quello di intervenire con urgenza, evitando un possibile blocco delle produzioni*».



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

CONFINDUSTRIA ALESSANDRIA

Timore per i rincari di fine anno La partita della sostenibilità

di **Roberto Gilardengo**



Laura Coppo
Presidente Confindustria
della provincia di Alessandria

L'ultima verifica utile, quella attraverso l'indagine congiunturale che arriva fino a settembre, fa registrare il cauto ottimismo degli imprenditori alessandrini, all'interno di uno scenario in crescita – quello dell'Eurozona – ma con prospettive di debolezza, cui si aggiunge la situazione italiana. E qui il problema è rappresentato dall'inflazione più alta, che può incidere pesantemente sui consumi. Confindustria sta cercando di capire cosa accadrà in autunno. Lo sottolinea la presidente provinciale Laura Coppo: *«Le criticità dello scenario economico non hanno per il momento trovato un impatto sulle prospettive a breve termine, come del resto rilevava anche Confindustria Piemonte, facendo notare come gli indicatori non si discostassero in misura apprezzabile dai livelli di marzo e dicembre. Questo riguarda sia gli indicatori anticipatori [previsioni a breve su produzione, ordini e occupazione] che quelli a consuntivo [tasso di utilizzo degli impianti, investimenti, ritardo negli incassi, cassa integrazione]. Un risultato di questo genere è sorprendente solo in apparenza: conflitto, inflazione e rincari hanno determinato principalmente un forte aumento dell'incertezza e un accorciamento della visibilità sui trend di mercato».*

Il vero problema, dunque, sta per materializzarsi, si chiama aumento dei prezzi di materie prime, energia e logistica. Anzi, gli imprenditori hanno già dovuto affrontarlo: *«È una segnalazione che ci arriva da otto aziende su dieci e l'entità di questi rincari pone lunghe ombre sui prossimi mesi, può avere un impatto significativo sui margini delle imprese. Per questo c'è molta incertezza. Lo scenario che si può immaginare a livello nazionale è un'inflazione record trainata dai prezzi elevati delle materie prime, di energia e alimentari e ancor più in tensione a causa del conflitto in Ucraina, con conseguente rischio per i consumi».*

«L'importanza dell'economia circolare»

Nonostante tutto, le imprese continuano a investire e molte di loro stanno pensando al futuro e alle sfide che attendono il mondo dell'industria. Una di questa è la sostenibilità, a cui guarda la Fondazione Viva, che già nel nome ne indica gli obiettivi: *«Vicini alle imprese, vicini all'ambiente».* Più in generale, 'Viva' vuole offrire soluzioni e progetti, aprendosi alle nuove forme di imprenditorialità da coinvolgere sempre più attivamente. La presidente Coppo, in diverse occasioni, lo ha ricordato. Ecco la strada da seguire: *«Promuovere la cultura della sostenibilità e lo sviluppo di iniziative realizzate in rete con le diverse categorie economiche e produttive del territorio, con istituzioni, enti, Università, centri di ricerca e terzo settore. Ma anche giocare un ruolo di primo piano sulle grandi partite della logistica integrata, dell'economia circolare [a partire dal valore degli scarti] e della mobilità sostenibile».*

La sede della Fondazione promossa da Confindustria Alessandria sarà la ristrutturata Casa del Mutilato di corso Borsalino, acquistata anche per farne quella dell'associazione e un palazzo aperto alla città. Ecco l'altra grande sfida. I lavori per la sua trasformazione dovrebbero iniziare nei primi mesi del prossimo anno: *«Mi spiace soltanto – confessa la presidente degli industriali alessandrini – di non vederne la fine sotto il mio mandato, perché sarà concluso. Ma sono felice di aver dato l'avvio a questo importante percorso».*

CIA ALESSANDRIA

Il bilancio: discreta annata per pomodori, riso e uva

di **Massimo Brusasco**

La siccità una mazzata, ma non tutto è andato perduto

«Le condizioni climatiche e l'assenza di pioggia che hanno contraddistinto il 2022 hanno portato alla siccità che ha segnato senza precedenti la storia dei raccolti e non solo, con effetti indotti anche nella zootecnia. Le conseguenze si sono verificate in quasi tutti i comparti: minori quantità e prodotti più piccoli della media [orticole, meloni, angurie, uva], anche i capi da produzione di latte, stante le altissime temperature estive, hanno prodotto meno».

Così dicono a Cia Alessandria, l'organizzazione presieduta da Daniela Ferrando e diretta da Paolo Viarengi.

Uva e nocciole

Secondo Cia, «la vendemmia è andata bene, ma nelle zone che hanno sofferto più di altre la siccità, si registra un calo della produzione di circa il 10%, ma con qualità buona».

Il comparto delle nocciole, invece, evidenzia un'annata tutt'altro che positiva. La siccità ha influito negativamente su molti appezzamenti. La raccolta per chi è stato fortunato si presenta ai livelli dello scorso anno (che era già scarsa), mentre altre realtà hanno raccolto pochissimo prodotto.

Sul nocciolo, la cimice asiatica non ha dato problemi fino all'inizio del mese di agosto, poi si è manifestata in modo intenso nelle settimane successive, ma con un danno piuttosto contenuto: nel momento di massima presenza dell'insetto, molti produttori avevano già terminato il raccolto.

Cereali e pomodori

Per quanto riguarda il mais, «l'annata è negativa con produzioni scarse sia da granella che da trinciato. Le piante hanno sofferto la siccità, ma chi ha trattato in maniera diversa i terreni ha avuto un buon raccolto. Il grano presenta situazioni discordanti a seconda delle zone: la

Fraschetta molto male, produzioni scarse anche di soli 30 quintali a ettaro [rispetto una media di circa 70], la piana di Solero un po' meglio».

Grano e orzo sono stati scacco dei temporali, diffusi in maniera non uniforme sul territorio. Per il mais, la resa è dipesa da come è stato bagnato: chi ha usato la manichetta ha ottenuto una resa media, chi per aspersione o pivot ha avuto resa leggermente ridotta sugli scorsi anni, chi ha bagnato a scorrimento è andato molto meglio.

I pomodori sono andati bene: produzioni elevate, tutte sopra i mille quintali ettaro (normalmente una ottima produzione raggiunge i 1200, con 800 quintali si ha una produzione ritenuta buona). Il prodotto è sano, non intaccato da malattie. Il problema, piuttosto, è stato il costo per le irrigazioni.

Riso e api

Nelle zone in cui c'era disponibilità di acqua è stata una buona annata, specie per le aziende che hanno seminato in anticipo. Nelle zone in cui è invece mancata la risorsa idrica, la situazione è più difficile. L'Alessandrino non ha comunque sofferto la crisi come invece hanno vissuto il Novarese, il Verellese e il Pavese.

E per l'apicoltura?

«Non è stata una annata buona ma neanche cattiva: fino a giugno è andata bene, poi con il caldo di luglio i produttori sono dovuti intervenire con le nutrizioni. La melata non è arrivata a raccolta per caldo e siccità. La primavera invece era stata buona per le temperature, con un'acacia abbondante dopo gli ultimi anni di scarsità, mentre il castagno è rimasto nella norma, come il millefiori»

Frutta

La frutta conclude una stagione negativa: il ritorno di gelo primaverile ha colpito diffusamente tutte le colture frutticole. Poi la grandinata dello scorso 28 maggio ha segnato l'andamento, con un danno grave sulle colture. Di albicocco ce n'era già poco, mentre pesco, melo, pero e susine hanno riportato danni anche sulla vegetazione della pianta, e - come per la vite - ne risentiranno anche il prossimo



Daniela Ferrando
Presidente CIA di Alessandria



Paolo Viarengi
Direttore CIA di Alessandria



anno, per ragioni di potatura. A seguire, si è verificata la siccità: anche nelle zone risparmiate dalla grandine, in mancanza di acqua, con un clima caldo e il vento, ci sono stati anticipi clamorosi di maturazione, con pezzatura insufficiente, cali di peso e in certi areali anche la qualità è diminuita, a causa delle difficili condizioni di maturazione.

Sopra i 35 gradi le foglie si chiudono, la pianta si ferma e la maturazione è bloccata. Di contro, non si sono verificate malattie fungine e insetti. A pagarne le conseguenze, in particolare sono pesche e mele, anche per il calo dei prezzi remunerati.

Zootecnia

La zootecnia sia da carne che da latte è andata in profonda crisi, per le condizioni climatiche (temperature altissime che hanno mandato in stress gli animali, mancanza di fieno a causa della siccità) e per il contesto economico che riguarda i costi di gestione delle stalle.

«La situazione - concludono dalla sede di via Savonarola - è resa ancora più difficile dai rincari delle materie prime e dalla difficoltà del loro reperimento, dai costi energetici, dall'impennata del gasolio agricolo, fattori che si aggiungono ai problemi già emersi con gravità negli scorsi anni (come l'assenza di manodopera specializzata, la mancata gestione della fauna selvatica) e negli ultimi mesi (derivati dalla Peste suina africana)».

COLDIRETTI ALESSANDRIA

L'agroalimentare unico paracadute per evitare tensioni e salvare il Paese

di **Massimo Brusasco**

Stiamo vivendo un periodo difficile, tenuto conto che l'agricoltura deve fare i conti con la peggiore siccità da 500 anni, impegni del Pnrr, interrogativi sulla nuova Pac, minaccia del cibo sintetico e peste dei cinghiali

«Nonostante le incertezze che sta attraversando il nostro Paese quello che Coldiretti chiede è che non si fermino gli interventi necessari per garantire la sopravvivenza delle imprese agricole, gli investimenti per ridurre la dipendenza alimentare dall'estero e assicurare a imprese e cittadini la possibilità di produrre e consumare prodotti alimentari al giusto prezzo».

Lo dicono a Coldiretti, nella sede di corso Crimea, il direttore Roberto Bianco e il presidente Mauro Bianco. Che aggiungono: *«La drammatica siccità che stiamo vivendo è il risultato degli stravolgimenti climatici ma anche di una mancanza di programmazione nella gestione delle risorse idriche. Sono passati cinque anni dalla presentazione del progetto di Coldiretti per la realizzazione dei bacini di accumulo, che avrebbero garantito acqua a famiglie e imprese e prodotto energia pulita. Il tempo perso ci è costato più di 7 miliardi di euro. Raccogliamo solo l'11% dell'acqua piovana, dobbiamo arrivare al 50%! Una rete di invasi per catturare l'acqua quando cade e distribuirla quando non c'è deve essere una priorità per il Paese».*

Politica agricola

Sulla Politica agricola comune, secondo Coldiretti "occorre superare le osservazioni di Bruxelles e approvare in tempi stretti il Piano strategico nazionale senza il quale non sarà possibile far partire la nuova programmazione dal 1° gennaio 2023. Stiamo parlando di una dotazione finanziaria di 35 miliardi per sostenere l'impegno degli agricoltori italiani verso l'innovazione, la sostenibilità e il miglioramento delle rese produttive, tanto più vitali in un momento dove la guerra in Ucraina ha mostrato tutta la strategicità del cibo e la necessità per il Paese di assicurarsi la sovranità alimentare. In coerenza con gli impegni del Pnrr, la prossima legge di bilancio dovrà sostenere il ruolo

dell'agroalimentare nazionale, che oggi rappresenta il 25% del Pil ed è diventata la prima ricchezza del Paese, con misure per tutelare il reddito delle aziende agricole, anche a livello di tassazione. Misure indispensabili anche per fronteggiare il drammatico aumento dei costi, con punte del +250%".

Sostenibilità

In Europa - aggiungono a Coldiretti - serve un netto 'no' al Nutriscore e ai sistemi allarmistici di etichettatura a semaforo che alcuni Paesi stanno applicando su diversi alimenti sulla base dei contenuti in grassi, zuccheri o sale. *«Sistemi fuorvianti, discriminatori ed incompleti che finiscono paradossalmente per escludere dalla dieta alimenti sani e naturali che da secoli sono presenti sulle tavole per favorire prodotti artificiali di cui in alcuni casi non è nota neanche la ricetta. Serve al contrario l'obbligo di indicare l'origine in etichetta su tutti gli alimenti per garantire massima trasparenza ai consumatori. Ma una minaccia letale per l'agricoltura italiana e la salute dei consumatori viene anche dal cibo sintetico, dalla bistecca fatta nel bioreattore al latte senza mucche».*

Coldiretti *«ha smontato una dietro l'altra le bugie che si celano dietro la presunta bistecca green, che in realtà non salva gli animali perché viene fabbricata sfruttando i feti delle mucche, non salva l'ambiente perché consuma più acqua ed energia di molti allevamenti tradizionali, non aiuta la salute perché non c'è garanzia che i prodotti chimici usati siano sicuri per il consumo alimentare, non è accessibile a tutti poiché per farla serve un bioreattore e non è neppure carne ma un prodotto sintetico e ingegnerizzato. Per combattere la guerra del cibo di laboratorio occorre anche la collaborazione del più prezioso alleato degli agricoltori: il consumatore, con la sua sensibilità per le cose buone e il suo palato. Quanti più italiani continueranno a mangiare il vero prodotto Made in Italy coltivato nei nostri campi e a frequentare i mercati contadini, tanto più grandi saranno le chance di vincere questa battaglia».*



Mauro Bianco
Presidente della
Coldiretti di Alessandria



Roberto Bianco
Direttore della
Coldiretti di Alessandria



L'alternativa è un futuro dove i menù saranno preparati nei laboratori chimici e le mucche le vedremo solo allo zoo. Non possiamo e non dobbiamo permetterlo».

Fauna selvatica

«Il numero dei cinghiali da abbattere in Piemonte è di 50.000 e analizzando quanto è stato fatto da gennaio ad oggi, sembra che la soluzione del problema sia ancora ben lontana. Le stalle situate nelle zone dove sono stati riscontrati i casi di peste suina continuano ad essere vuote e gli allevatori esasperati, serve un salto di qualità: abbiamo bisogno del ristallo e di una modifica della legge nazionale per permettere agli agricoltori proprietari dei fondi e dotati di porto di armi di poter cacciare i cinghiali direttamente quando grufolano e danneggiano le coltivazioni, senza perderci in

troppi adempimenti burocratici. Bisogna dare risposte alle decine di migliaia di aziende che vedono ogni giorno il proprio lavoro cancellato dai 2,3 milioni di cinghiali proliferati senza alcun controllo, che mettono a rischio anche la sicurezza dei cittadini. Serve un decreto legge urgentissimo e ampliare il periodo di caccia al cinghiale e dare la possibilità alle Regioni di effettuare piani di controllo e selezione nelle aree protette».

Prospettive

«Siamo Coldiretti - è la chiosa - e l'unico paracadute che vediamo è l'agroalimentare anche per evitare tensioni sociali. Cresce la domanda di Made in Italy e la svolta è evidente anche grazie ai nostri Mercati di Campagna Amica che hanno creato una sinergia sempre più stretta con il consumatore».



CONFAGRICOLTURA ALESSANDRIA

Anno 2022: manca la pioggia ma c'è la tempesta perfetta...

di **Massimo Brusasco**

È stata definita una “tempesta perfetta” quella che ha investito l'agricoltura nel corso del 2022: la pandemia prima, la guerra in Ucraina poi, si sono sommate a problematiche di lungo corso, come siccità (esplosa nel corso nell'ultima estate con tutta la sua drammaticità), i cambiamenti climatici e, più recentemente, l'aumento dei costi.

«Tutti elementi che hanno posto al centro dell'attenzione pubblica l'attività agricola e la necessità sempre più impellente di mettere l'Europa, e con essa l'Italia, in sicurezza alimentare», dice Paola Maria Sacco, da pochi mesi alla guida di Confagricoltura Alessandria. Non che i problemi, a livello locale siano stati meno pressanti. A partire dalla diffusione di peste suina africana che ha investito in pieno il territorio alessandrino.

«Sono anni che chiediamo alla Regione Piemonte una politica efficace di contenimento dei cinghiali e degli ungulati in genere - aggiunge la Sacco - Inutile ricordare come il proliferare dei selvatici rappresenti un problema di sicurezza per tutti e un danno economico per i nostri agricoltori, i cui raccolti sono devastati ogni anno da cinghiali e caprioli».

Per le aziende di settore, la peste suina ha avuto il sapore di una doppia beffa: «Non solo i nostri allevatori di maiali sono stati costretti ad abbattere migliaia di capi sani, ma il blocco della caccia di selezione ha portato a un aumento della popolazione di cinghiali. Senza contare, poi, l'obbligo della realizzazione di una recinzione reputata da molti inefficace al fine del contenimento degli ungulati, ma necessaria per ottenere le prime deroghe alle pesanti restrizioni», continua la presidente di Confagricoltura.

La svolta rosa

Che qualcosa stia però cambiando nel mondo agricolo anche in provincia di Alessandria, lo testimonia il fatto che, per la prima volta, alla guida della più antica associazione sindacale delle imprese agricole sia stata eletta una donna.

Lo confermano anche i dati dell'ultimo censimento Istat che evidenzia come sia diminuito il numero di imprese a fronte di una crescita di dimensioni, in termini di ettari coltivati, delle stesse. Il settore si sta sempre più professionalizzando e questo richiede anche un cambio di passo nelle scelte politiche, che spesso tardano ad arrivare.

Più infrastrutture

Sulla siccità, ad esempio: la carenza di acqua ha portato ad una perdita fino al 30% dei raccolti di grano e mais.

«Sono ormai anni che i climatologi lanciano l'allarme di una progressiva riduzione delle precipitazioni. Le piogge sono sempre più rade, più concentrate ed intense e questo, insieme all'innalzamento delle temperature, fa sì che le scorte idriche si riducano sempre più - spiega Sacco - Sarà quindi necessario agire sulla raccolta dell'acqua piovana, agevolando [e non rallentando come fatto fino ad ora anche nella nostra provincia] la costruzione di invasi anche di piccole dimensioni. Occorrerà mettere mano alle infrastrutture di distribuzione dell'acqua, che nel nostro paese hanno perdite superiori al 40% contro una media europea dell'8%. Ma un grande sforzo andrà fatto anche da parte delle nostre aziende agricole. L'innovazione meccanica e tecnologica fornisce, per le colture per le quali è possibile, tecniche di irrigazione di precisione che permettono di sprecare meno acqua rispetto a quelle tradizionali, irrigando in modo mirato la coltura e non il terreno circostante. In alcune zone della nostra provincia, dove l'acqua è sempre stata un fattore limitante, è già largamente diffuso l'utilizzo della microirrigazione. Nell'ambito dell'irrigazione di precisione rientrano anche droni, sensori meteo-climatici, sonde di umidità, sistemi di supporto alle decisioni, modelli previsionali, software e applicazioni. È questa la direzione che dovrà essere obbligatoriamente incentivata e che noi dovremo per forza percorrere».



Paola Maria Sacco
Presidente
Confagricoltura Alessandria

CONFAPÌ ALESSANDRIA

Piccole e medie imprese: momento difficile, ma si resiste...

di **Giordano Panaro**



Antonino Giustiniani
Presidente
Confapi Alessandria

La "famiglia" di piccole e medie imprese si è allargata. A luglio Confapi Industria Alessandria si è estesa anche a metà della provincia di Asti, proprio per una specifica esigenza delle aziende locali e per far fronte ad una carenza di rappresentanza sull'Astigiano. Una trentina le aziende associate. *«Come vediamo questo momento storico? Le aziende sono in grande difficoltà e non vediamo raggi di sole all'orizzonte, ma nubi grigie».* Il presidente Antonino Giustiniani per una volta abbandona il suo solito ottimismo da manager proiettato sempre in avanti per fare sue le preoccupazioni degli associati, *«le elezioni appena svolte dovranno portare stabilità ad un Paese che ha bisogno di decisioni e misure urgenti. L'incertezza politica e i tentennamenti non fanno bene all'economia. Certo, dobbiamo valutare quali siano le strategie del nuovo esecutivo per capire se faranno il bene delle imprese italiane e se si occuperanno dei problemi reali».* Che in questo momento sono gli aumenti delle materie prime, soprattutto dell'energia.

«Già nei primi otto mesi del 2022 le aziende hanno pagato un prezzo importante, soprattutto quelle imprese manifatturiere che consumano molta energia. Si fa fatica. Per non parlare dell'inflazione: è previsto un aumento fino al 9,4%. Se ci mettiamo anche la contrazione dei consumi e il conseguente assottigliamento degli utili, va da sé che servono misure importanti per evitare a non perdere ulteriormente competitività sui mercati internazionali».

Lo spettro della recessione aleggia sull'Italia? *«È il problema di uno Stato profondamente indebitato, certo un po' di preoccupazione c'è. Ci sono troppi elementi irrisolti, serviranno ulteriori compensazioni. In questo anno di transizione politica - oltre che energetica e digitale - sarà importante stimolare i politici del territorio verso temi concreti per evitare un ulteriore indebitamento delle aziende».*

Gli imprenditori, nonostante tutto, non si arrendono. *«Siamo abituati a rimboccarci le maniche, non rientra nel nostro stile abbandonarci alla tristezza e alla depressione. Siamo sempre alla ricerca di soluzioni, in ogni caso. Il tetto al prezzo del gas? Ben venga, ma ci vogliono idee chiare».*

In tutte queste previsioni incerte, una buona notizia: *«Nessuna nostra azienda pensa di chiudere perché non riesce a stare sul mercato. Il 2022 sarà un anno difensivo, non segheremo dei grandi successi, se va tutto bene la partita finirà con un pareggio, perché per fortuna di lavoro ce n'è. Gli ordini non mancano e si continua a produrre. Ma i prossimi sei mesi saranno cruciali per capire molte cose».*

Il piano per ammodernare il Paese sta lentamente andando avanti - il tasso di digitalizzazione delle imprese sta aumentando - così come le politiche a difesa dell'ambiente.

«La transizione ecologica sta subendo un po' gli effetti della crisi. In questo senso c'è stato un rallentamento ma non si possono fare troppi passi indietro perché il problema esiste, non possiamo più far finta di niente. A seguito della crisi c'è stata una sorta di ripianificazione di ottimizzazione dei tempi».

Il 2035 sarà l'anno della svolta con la fine dei motori termici? *«Vedremo».*

CONFESERCENTI ALESSANDRIA

Perdere tempo non è più possibile

di **Laura Torta**

Manuela Ulandi, punto di riferimento di Confesercenti della provincia di Alessandria, non nasconde la sua preoccupazione per le piccole realtà del commercio che costituiscono il cuore delle comunità, già in sofferenza per le conseguenze della pandemia.

Qual è il quadro?

Già prima la situazione non era rosea per chi, tutti i giorni, alzava la serranda del suo negozio. Il confronto con la grande distribuzione e l'on-line avevano già assestato duri colpi. Tuttavia, dopo il lockdown c'era una voglia di ripresa, un ottimismo anche psicologico direi, motivato dalla voglia di tornare alla vita, ma è stato un continuo stop and go. Lo scorso autunno ristoranti e alberghi stavano lavorando tantissimo, poi è arrivata la quarta ondata di Covid che ha determinato un blocco, con la cancellazione delle prenotazioni. Natale è solitamente il periodo clou in cui si tirano le somme degli sforzi fatti: lo scorso anno non è andata bene. Passata questa, arriva la guerra con un clima pesante e in contemporanea un aumento di materie prime ed energia che sta inquietando tutti perché impedisce di guardare avanti e fare una programmazione che è importante per fare impresa.

C'è molta preoccupazione per i prossimi mesi..

Assolutamente. Non si riesce a guardare al futuro e questa mancanza di prospettiva è quello che impedisce di avere la determinazione per continuare a lottare. Non mi riferisco solo alla quotidianità, ma penso agli investimenti che le piccole imprese vorrebbero fare; c'è timore per le sorprese che si possono trovare nella buca delle lettere. Non dimentichiamo che dietro le imprese ci sono le famiglie perché un barista, per citare un esempio, oltre a ritrovarsi una bolletta notevole al bar, poi riceve lo stesso, a casa sua, come privato cittadino. Si finisce per essere bersagliati su due fronti.

Come vi state muovendo per offrire vicinanza alle imprese?

Facciamo la nostra attività di sindacato chiedendo alle istituzioni, che hanno il potere di intervenire, di avere come priorità assoluta questo argomento. Certamente le questioni che il nuovo Governo deve affrontare sono molte e trasversali, ma non si deve perdere tempo: calmierare i prezzi e intervenire con aiuti concreti è una priorità, altrimenti molte imprese saranno costrette a chiudere. Già in questa fase ci sono aziende del mondo della produzione che non hanno più convenienza a farlo.

Il quadro che emerge, in effetti, è piuttosto preoccupante...

Si rischia il collasso dell'economia. Le imprese che sono sopravvissute al Covid rimangono dentro una morsa che sa di tempesta perfetta, perché dentro a un aumento reale ci sta anche tanta speculazione. Non vogliamo discutere di massimi sistemi o entrare in questioni macroeconomiche o di geopolitica globale che, in qualche modo, ci vedono protagonisti. Ma chiediamo a chi ha il potere, dall'Europa allo Stato, di intervenire in tempi rapidi, perché abbiamo gli ingredienti per poter dire 'ripartiamo', ma in questa situazione è tutto molto più complesso.



Manuela Ulandi
Presidente Confesercenti
della provincia di Alessandria

55 YEARS OF INNOVATION



Our job is complex, yet our mission is simple:
to accompany **our Customers** in the realisation of their **industrial project**

Automation Moulds & Assembly

GEFIT is now in our **55th** year as a global automation leader.

Our **two divisions** supply high-performance solutions for **industrial automation**, **thermoplastic injection molds**, and **high-speed assembly machines** to customers in **diverse industries** including **automotive** and **e-mobility**; **food and beverage**, **home and personal care**, **medical device** and **pharmaceutical**.



www.gefit.com

GRUPPO GEFIT:

una garanzia di successo da oltre cinquant'anni



Una società a conduzione familiare gestita dalla seconda generazione di imprenditori coadiuvati da un management di grande esperienza e competenza: si tratta del Gruppo Gefit, azienda fondata nel 1967 e che ad oggi, conta 400 dipendenti di cui il 50% in Italia. Gefit è presente anche in Messico, Usa, Cina, India e Ungheria: dunque i clienti possono contare su un partner globale preparato a gestire le criticità specifiche.

E a tal proposito, nonostante le ovvie difficoltà, l'incertezza e l'interruzione di business (peraltro abbastanza contenuta) causata dalla situazione pandemica, la società ha saputo reagire grazie alla costante fiducia della clientela. Il fatturato della casa madre è stato di 70,2 milioni nel 2019, 66,5 milioni nel 2020 e 71,2 nel 2021.

Forte crescita

Per quanto riguarda la Divisione Moulds&Assembly, l'azienda ha visto una crescita importante in particolare nella produzione e vendita di stampi per termoplastici, in conseguenza all'incremento della domanda per il settore farmaceutico e medicale, così come per packaging e chiusure nel food & beverage.

«Le tendenze per il prossimo futuro, vedranno una crescita dei volumi per la progettazione, produzione e assemblaggio di innovativi tappi "tethered" e chiusure che non si disperdano nell'ambiente ma restino attaccate alla bottiglia - sottolinea l'azienda - Possiamo prevedere anche un aumento della domanda per una nuova tipologia di macchine di assemblaggio per chiusure mono-materiali per garantire un più facile riciclo dei materiali».

Sul lato Automation, il mondo automotive, dopo un periodo di attese, prosegue ora la propria corsa negli investimenti nel mondo dell'elettrico, che rappresentano per la società una ulteriore possibilità di crescita.

Verso il futuro

Trasformazione digitale e sostenibilità ambientale sono i due filoni principali su cui si sta muovendo la società. Gefit infatti, si è dotata per ciascuna divisione, di un ente di Ricerca & Sviluppo con uno spazio fisico e risorse dedicate, costituendo una vera e propria organizzazione nell'organizzazione. All'interno di questo ente vengono studiate le potenzialità che le nuove tecnologie possono offrire alla società al fine di rendere il proprio prodotto più efficiente, più sicuro, più user friendly: in una parola, più sostenibile.

«Nel 2022, abbiamo avviato una revisione del processo mirante al miglioramento dell'efficienza energetica e - più in generale - all'impiego di risorse lungo lo sviluppo dei nostri prodotti. Sono state infatti promosse azioni, a tutti i livelli, per contrastare il cambiamento climatico ed incidere sulla nostra Carbon Foot Print. Anche per quanto concerne il prodotto, si è avviato un processo di ecodesign (alleggerimento strutture delle linee e macchine di assemblaggio) con contestuale riduzione e miglior monitoraggio dei consumi elettrici».

Il Gruppo Gefit rappresenta una vera garanzia di successo, che sceglie di mettere al primo posto il benessere dei dipendenti: a ciascuno è offerta la possibilità di sviluppare le proprie competenze (anche in ambiti paralleli al proprio) in modo da accrescere la propria professionalità. Tant'è che, Gefitacademy (l'ente formativo Gefit) nasce proprio con lo scopo (oltre a veicolare la formazione "istituzionale") di agevolare lo scambio ed il travaso di conoscenza. Senza dimenticare l'importanza dei valori sociali che, per l'azienda, sono un perno fondamentale: da sempre sceglie di supportare in modo costante associazioni filantropiche, è socio fondatore della Fondazione Viva ed molto presente nel mondo della scuola con diverse attività a sostegno dei giovani.



FONDAZIONE CASSA DI RISPARMIO DI ALESSANDRIA

Quei 5 milioni a disposizione del territorio per le fasce deboli e a sostegno del rilancio

di **Roberto Gilardengo**



Luciano Mariano
Presidente Fondazione
Cassa di Risparmio
di Alessandria

Il punto di partenza sono i numeri, che non sono freddi ma dicono che la Fondazione Cassa di Risparmio di Alessandria mette a disposizione del territorio, per il 2022, più risorse per sostenere progetti, aiutare le iniziative culturali della provincia e le fasce deboli della popolazione. Se, infatti, nel 2021, l'ente ha erogato 3.500.291 euro (il 7% in più rispetto al 2020), quest'anno si prevede di distribuirne 5 milioni e 140mila, cioè il 47% in più.

Luciano Mariano, il presidente della Fondazione Cra, non può non sottolineare come questo risultato sia frutto di un comportamento virtuoso da parte dell'ente, ribadendo quanto affermato nel corso della recente presentazione del Bilancio di missione, occasione nella quale ha ricordato le parole chiave che hanno permesso di raggiungere l'obiettivo: «*Trasparenza, risparmio ed efficienza. La prima voce trova spiegazione nella crescita dei bandi, che abbiamo proposto nell'ottica di garantire l'imparzialità nell'assegnazione dei fondi; il secondo è stato raggiunto con la riduzione delle spese interne, con il solo direttore a ricoprire un ruolo dirigenziale. L'efficienza? È testimoniata dalla velocità di intervento, indispensabile quando le richieste sono pressanti. Come ad esempio se in estate, a causa della siccità, manca l'acqua potabile e la Protezione civile ha urgenza di far uscire una cisterna per risolvere questa carenza.*

Ma nonostante il quadro positivo messo nero su bianco, mai come in questo momento è il caso di non abbassare la guardia: «*Il percorso virtuoso che abbiamo intrapreso - sottolinea Mariano - e dei cui risultati siamo soddisfatti, proseguirà anche nel corrente anno con l'obiettivo di affinare ulteriormente la capacità progettuale della Fondazione e con l'avvio di strumenti di rilevazione capaci di misurare le ricadute concrete sul territorio. Non dobbiamo tuttavia sottovalutare i fatti intervenuti recentemente: la guerra tra Ucraina e Russia è sul suolo europeo e gli scenari che il nostro sistema economico e politico dovrà affrontare saranno incerti e difficili. Per questo non faremo mancare il supporto alle iniziative umanitarie per attenuare le sofferenze inflitte dal conflitto.*

Da qualche anno la Fondazione Cra ha cambiato infatti indirizzo, tenendo conto della realtà del territorio entro cui opera e, appunto, delle sue sofferenze. Come spiega il presidente, si sono in sostanza progressivamente «*ricalibrate le attività previste per supportare il tessuto sociale, sanitario, economico e culturale del territorio, con l'obiettivo di garantire un livello di erogazione coerente alla programmazione annuale.*». Tra l'altro «*il 2021 è stato un anno complesso, ancora caratterizzato dalla pandemia che, nel primo semestre soprattutto, ha messo a dura prova non solo la quasi totalità delle attività produttive, ma anche il sistema sociale e la stessa organizzazione della quotidianità delle famiglie.*

Il rilancio del territorio resta però fondamentale. Per questo motivo, il presidente della Fondazione non si limita a illustrare asetticamente la ratio che ispira il sostegno ai progetti annualmente presentati (179 quelli di terzi, che si aggiungono ai 99 dell'ente), ma si addentra in valutazioni di natura politica, nel senso più alto del termine. E in proposte: «*Sono felice - ha voluto ribadire Mariano - che l'alta velocità passi sul nostro territorio. Per questo sarebbe essenziale che vi fosse una stazione in provincia. Ne beneficerebbe anche il turismo.*

SLALA ALESSANDRIA

Perseguire la crescita economica rispettando gli equilibri ambientali

di **Giordano Panaro**

La logistica può essere sostenibile? La risposta è affermativa e lo dimostrano i fatti. A partire dal "Protocollo Slala", elaborato dal consulente tecnico della Fondazione, l'ingegnere tortonese Fabrizio Dellachà, che dopo aver studiato e analizzato tutte le possibili interazioni tra un hub logistico intermodale di ultima generazione e il territorio di pertinenza, ha stilato un protocollo energetico / ambientale innovativo, denominato appunto "Protocollo Slala".

Il documento, tutelato anche da un marchio registrato dal Ministero dello Sviluppo Economico, ha ricevuto l'apprezzamento della Banca Europea per gli Investimenti (Bei) e del Ministero delle Infrastrutture e della Mobilità Sostenibili. Il protocollo si declina in una serie di misure - strutturate in un decalogo qualitativo - che consentono all'industria dei trasporti di perseguire una crescita economica ed uno sviluppo tecnologico che non intacchi o penalizzi i delicati equilibri ambientali, poiché ne analizza - punto per punto - le cause e gli effetti, suggerendo le strategie migliori per evitare ogni criticità.

Questo è uno dei principali fronti in cui è impegnata Slala (il presidente è Cesare Rossini), nata nel 2003 come società a responsabilità limitata e successivamente trasformata in Fondazione nel 2007 e in Fondazione di partecipazione nel 2019 cui hanno aderito enti pubblici, associazioni bancarie, associazioni di categoria ed associazioni private di natura commerciale.

Oggi Slala opera attraverso alcune Commissioni interne che raggruppano figure professionali di alto profilo e comprovata esperienza, maturata in ciascun settore specifico di appartenenza.

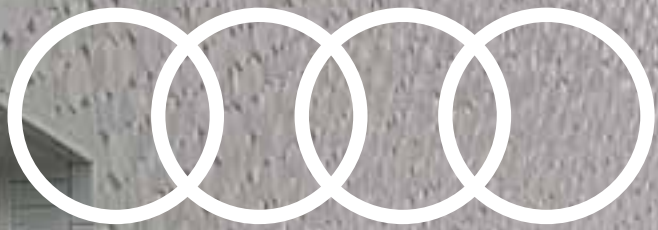
Le Commissioni attuali sono quelle per la logistica delle merci, gli interventi strategici, la logistica del lusso.

Il "Protocollo Slala" è stato rimodulato a gennaio 2022 ed è diventato "Protocollo Slala v.2". Le principali novità riguardano l'aggregazione delle varie misure in macrocategorie affini (aria, acqua, terra, energia & Ict, materiali, filiera, tempi di cantierizzazione, efficienza degli edifici, controllo di clima ed emissioni, naturalizzazione dei poli logistici). Si è aggiunta una misura specifica che impone un continuo e costante monitoraggio dell'aria, nonché di adottare sistemi di depurazione attivi (impianti e sensori) e passivi (filtri, speciali tessuti assorbenti e depuranti) dai particolati e dalle microparticelle biologiche, virus compresi.

L'approccio innovativo ai problemi ambientali della logistica e il "Protocollo Slala" hanno destato l'interesse del Green Building Council Italia, l'emanazione nazionale del World Green Building Council, la più grande organizzazione internazionale al mondo, presente in 71 Paesi, attiva nel mercato delle costruzioni sostenibili. In occasione dell'ultima assemblea nazionale il presidente Marco Mari ha annunciato che Slala sarà membro costituente della commissione nazionale trasporti e logistica del Green Building Council Italia, assieme ai principali player del settore tra cui spiccano Rfi e Sea - Aeroporti di Milano.



Cesare Rossini
Presidente Slala Alessandria



Il progresso è il partner perfetto per il tuo business.

Scopri le proposte Audi personalizzate per te o per la tua flotta.

Audi accompagna il viaggio del tuo business verso il futuro. Lo fa con soluzioni esclusive sviluppate in base alle tue esigenze, e con vetture che fanno dell'innovazione la loro bandiera. Merito di sistemi di assistenza avanzati, digitalizzazione superiore e una tecnologia sempre più attenta all'ambiente, per supportarti nel processo di elettrificazione della tua flotta aziendale.

Scopri di più nel nostro Showroom e su [audi.it/business](https://www.audi.it/business)

Gamma Audi A4. Consumo di carburante (l/100km) ciclo combinato (WLTP): 4,6 – 8,6. Emissioni CO₂ (g/km) ciclo combinato: (WLTP) 120 - 196.

I valori indicativi relativi al consumo di carburante e alle emissioni di CO₂ e/o, in caso di modello ibrido plug-in, al consumo di energia elettrica, sono rilevati dal Costruttore in base al metodo di omologazione WLTP (Regolamento UE 2017/1151 e successive modifiche e integrazioni). I valori di emissioni CO₂ nel ciclo combinato sono rilevanti ai fini della verifica dell'eventuale applicazione dell'Ecotassa/Ecobonus, e relativo calcolo. Eventuali equipaggiamenti e accessori aggiuntivi, lo stile di guida e altri fattori non tecnici, possono modificare i predetti valori. Per ulteriori informazioni sui predetti valori, vi invitiamo a rivolgervi alle Concessionarie Audi e a consultare il sito [audi.it](https://www.audi.it). È disponibile gratuitamente presso ogni Concessionaria una guida relativa al risparmio di carburante e alle emissioni di CO₂, che riporta i valori inerenti a tutti i nuovi modelli di veicoli.

Audi Zentrum Alessandria

Via Enzo Ferrari, 4 - Alessandria

Tel. 0131.242400

www.myaza.it - info@audizentrum-al.it

La grande capacità di rinnovarsi e di affrontare le prossime sfide

di **Roberto Gilardengo**

Tappi e macchine di assemblaggio. Ma, ovviamente, anche cappelli, profumi e laminati. E poi orticoltura diventata industria, vitivinicoltura, grissini e il famoso latte della 'Centrale'.

Alessandria, dal punto di vista imprenditoriale, è da sempre in grado di presentarsi sul mercato con una offerta di qualità nei comparti più diversi. Una diversificazione che è aumentata nel corso degli anni, con nuove imprese che si sono affiancate alle storiche aziende che a loro volta pensano a rinnovarsi. Sono emblematiche le parole di Debora Paglieri, amministratore delegato della omonima società che - con Borsalino - è sinonimo di Alessandria nel mondo: «Guardiamo al futuro, ma restando ben ancorati alle tradizioni. Essere imprenditori significa questo, significa essere - almeno secondo me - un po' visionario e sognatore, pur con un piede ben saldo a terra».

Il 2021 per le imprese alessandrine è stato l'anno della ripresa dopo il calo fisiologico dei fatturati accusato nei dodici mesi precedenti, quelli su cui ha inciso il lockdown. Anche il 2022, almeno per quanto riguarda i primi nove mesi, ha fatto registrare numeri in crescita. Ma dietro l'angolo c'è la grande incognita rappresentata dall'allarme per i costi energetici, delle materie prime e della logistica. Un problema che affligge, in realtà, tutta l'Eurozona, ma che spinge la presidente degli industriali della provincia, Laura Coppo, a parlare di rischio crescita zero, per il 2023, se non verrà messo un tetto al prezzo del gas. Anche perché gli aumenti, che significano maxibollette, non colpiscono solo le imprese, ma erodono il potere di acquisto delle fa-

miglie e avranno certamente incidenza sui consumi.

Nonostante tutto, le imprese continuano a investire e molte di loro stanno pensando al futuro e alle sfide che attendono il mondo dell'industria. Una di questa è la sostenibilità. Ne sono consapevoli multinazionali come la Guala Closures, leader mondiale delle chiusure per bottiglie e la Mino, che fa partire dalla città la rivoluzione green. Consiste nella graduale sostituzione della plastica con l'alluminio nel food packaging e nelle lattine per bevande, nonché quella dell'acciaio con l'alluminio nel settore automobilistico per rendere le auto più leggere e più moderate nei consumi. In questa direzione guarda anche la Fondazione Viva, voluta da Confindustria Alessandria, che già nel nome indica gli obiettivi che vorrebbe raggiungere: «Vicini alle imprese, vicini all'ambiente».

Più in generale, 'Viva' vuole offrire soluzioni e progetti, aprendosi alle nuove forme di imprenditorialità da coinvolgere sempre più attivamente. La strada da seguire? «Promuovere la cultura della sostenibilità e lo sviluppo di iniziative realizzate in rete con le diverse categorie economiche e produttive del territorio, con istituzioni, enti, Università, centri di ricerca e terzo settore. Ma anche giocare un ruolo di primo piano sulle grandi partite della logistica integrata, dell'economia circolare (a partire dal valore degli scarti) e della mobilità sostenibile».

La sede della Fondazione sarà la ristrutturata Casa del Mutilato di corso Borsalino, acquistata anche per farne quella dell'associazione e un palazzo aperto alla città. Ecco l'altra grande sfida.



ALESSANDRINO

AMAG

● **1976** anno di fondazione

● **10,2 MILIONI DI EURO** fatturato 2021

● **364** dipendenti

Perissinotto: «L'obiettivo? Efficientare i servizi e pensare alla comunità»

di **Marcello Feola**

Claudio Perissinotto è da un paio di mesi alla guida del Gruppo Amag. Un incarico prestigioso ma complesso, in una partecipata che è tra i 'motori' della comunità alessandrina.

Dottor Perissinotto, Amag è la più importante partecipata del Comune di Alessandria: quali progetti e quali investimenti sono in cantiere?

È stato nominato da poco il nuovo Consiglio di Amministrazione: stiamo valutando sia nuovi progetti che quelli in essere. Il nostro obiettivo è quello di rendere sempre più efficienti i servizi e quindi le priorità sono migliorare la raccolta differenziata e, dopo un'estate di siccità ed emergenza idrica come quella passata, implementare le fonti di approvvigionamento e ridurre le perdite. L'efficientamento energetico, considerate le difficoltà del periodo, è altrettanto imprescindibile.

Acqua e gas, rifiuti e reti: quali le priorità oggi del Gruppo?

Nel settore idrico, anche grazie al finanziamento del Pnrr di quasi 15 milioni di euro, potremo intervenire e migliorare la rete idrica per ridurre le perdite di acqua potabile in 20 Comuni della provincia di Alessandria, per un totale di 1.111 km di rete di distribuzione, al servizio di circa 133.500 abitanti. Nello specifico, saranno installati misuratori smart nelle case e nella rete idrica. La rete sarà distrettualizzata, cioè sud-

divisa in distretti funzionali alla localizzazione e alla riduzione delle perdite idriche e alla gestione ottimale delle pressioni. Sarà utilizzato un software che analizzerà le problematiche e pianificherà gli interventi di gestione e controllo attivo della rete. Inoltre, Amag Reti Gas sta lavorando alla sostituzione delle reti in ghisa grigia e relative derivazioni: un progetto ambizioso che vedrà l'avvio in lungo Tanaro San Martino. Un investimento di circa 60mila euro per circa 320 metri di rete [il primo intervento è stato realizzato in zona Cristo per 1,2 km circa, con un investimento di circa 165mila euro]. Successivamente proseguiranno i lavori in via Di Vittorio e spalto Borgoglio e a seguire le zone di piazza Garibaldi, Lungo Tanaro Magenta, zona Aci e l'area di Santa Maria di Castello.

Lei è da poco alla guida della holding: quali obiettivi si è dato?

Migliorare il rapporto di comunicazione con i cittadini è senz'altro prioritario: l'azienda è della comunità ed è al servizio di ognuno. I cittadini sono sentinelle del territorio, pertanto è importante avere un contatto diretto con loro per le segnalazioni. In particolare, sul tema dei rifiuti, è evidente che non possiamo chiedere ai cittadini di tenere la città pulita e ordinata se non siamo noi i primi a farlo ed è su questo fronte che anche i dipendenti hanno investito grande impegno.





BORSALINO

● **1857**
anno di fondazione

● **19 MILIONI DI EURO**
fatturato 2021

● **160 ca.**
dipendenti

ALESSANDRINO

La leggenda del cappello, la forza di un mito, la storia che guarda al futuro

di **Marcello Feola**



Borsalino guarda al futuro e non si ferma. Progetti importanti per la storica azienda alessandrina, come conferma il managing director, Mauro Baglietto: «Il nostro lavoro per il rilancio del brand dopo la crisi pandemica non si è mai fermato. Sia l'anno scorso che nei recenti mesi abbiamo seminato tanto e ora stiamo raccogliendo i frutti e reinvestendo in assunzioni sul territorio, nell'apertura di negozi e nella crescita del business. Riguardo ai mercati, ad esempio, ci siamo concentrati prima sulle aree più vicine a noi, e penso all'Italia in particolare e all'Europa in generale, per poi mettere una bandierina negli Stati Uniti, una zona che ci interessa molto ed è anche storicamente importante».

I numeri vi confortano?

«Borsalino si è consolidata in Italia e le risposte ottenute da Francia, Germania e Paesi nordici sono estremamente positive. L'obiettivo che ci siamo posti adesso, dunque, è quello di fare sempre meglio negli Usa per puntare quindi al mondo Asia Pacific, una volta conclusa l'emergenza pure sul fronte pandemico».

Dopo la pandemia, il 'caro energia' e

un mondo col fiato sospeso per il conflitto in Ucraina: i progetti sul mercato interno ed estero quanto sono condizionati?

«La parte produttiva certamente non è rimasta indenne dal caro bollette, ma abbiamo cercato di gestire l'incremento dei costi sia sulla materia prima che sull'energia. Non possiamo nascondere le difficoltà di reperimento della paglia nello specifico, perché ci arriva dall'Ecuador e il Covid ha fatto sì che molti lavoratori se ne andassero, provocando una drastica riduzione della produzione. Sui trasporti stessa cosa, perché i container sono difficili da trovare e i tempi di gestione e approvvigionamento si sono di conseguenza allungati».

Borsalino attualmente non è solo cappello, ma anche accessori e un'offerta sempre più diversificata: sorprese in arrivo?

«Vogliamo sicuramente restare leader nel core business che ci ha fatto conoscere nel mondo intero, ma è vero che guardiamo con attenzione alle richieste del mercato, e non potrebbe essere altrimenti: nella prossima stagione - svela Baglietto - lan-

ceremo una mini collezione da uomo in pelletteria. Abbiamo aperto negozi in aree resort come Mikonos, Montecarlo, Saint Tropez e Miami e avviato pure le prime operazioni nel travel retail, inaugurando boutique a Linate dopo Fiumicino: il viaggio, del resto, è una caratteristica di Borsalino. E, considerato che il brand lo consente, ci stiamo allargando verso nuovi target di clientela attraverso il primo beach restaurant Panama by Borsalino a Marina di Pietrasanta, in Versilia, un bagno di livello alto che ci consente di portare il nostro life style a 360 gradi nel tempo libero».

Alessandria e Borsalino, rapporto indissolubile?

«Senza Alessandria, Borsalino non esisterebbe. È il nostro Dna, il nostro cuore. Non è un caso che per garantire un avvenire importante all'azienda si stia agendo ora per un ricambio generazionale: questo è un mestiere che va insegnato, perché è un'arte che non si può perdere. L'obiettivo è far tornare Borsalino ai livelli dove merita di stare per forza, prodotto, brand e la stessa simpatia che sentiamo attorno al nostro marchio».

BIANCHI SRL ORTOFRUTTA

● **1964** anno di fondazione

● **3,5 MILIONI DI EURO** fatturato 2021

● **20** dipendenti

Dove l'oro è di colore rosso e ha la forma della barbabietola

di **Mimma Caligaris**



Dall'orto al bicchiere, passando per il forno: nella terra dove la barbabietola (Igp) è l'oro rosso, questo ortaggio, coltivato nell'esagono compreso tra Castellazzo, Castelspina, Sezzadio, Casalcermelli, Oviglio e Masio, è diventato il re del mercato grazie a processi innovativi di trasformazione, che hanno permesso di lasciare una posizione di nicchia per conquistare le cucine e le tavole di tutta Italia, sempre più presente anche nelle ricette dei grandi chef. Il merito è della Bianchi srl, azienda familiare, in una piccola frazione, Fontanasse, che lavora prodotti 'a km 0', li trasforma e li offre a un mercato che va dai piccoli negozi e dai mercati alla grande distribuzione. I 'pionieri' sono stati Camillo e Rina Bianchi, nel 1964, i primi a credere nella 'rapa rossa', all'epoca ancora marginale, pochi appezzamenti negli orti e nei campi a uso quasi esclusivamente domestico. Da piccola realtà, con il passare degli anni, e con il coinvolgimento di figli e nipoti, l'azienda assume l'attuale forma societaria, con una ventina di dipendenti qualificati, ma conservando sempre l'approccio delle origini, «perché fondamentale è garantire il controllo di

tutta la filiera e la qualità del prodotto finale». Dai piccoli forni domestici dei capostipiti, oggi la Bianchi si estende su un'area di quattromila metri quadrati, con magazzini per il deposito del raccolto, per i forni per la cottura, ad aria calda e a vapore, e per il confezionamento.

Sempre all'avanguardia, nel 2021 sono state aggiunte macchine per cuocere con nuove tecniche che permettono di ampliare le proposte. «Per le barbabietole, ad esempio, ai pezzi interi, a vapore e al forno, abbiamo aggiunto la versione a bastoncino, i 'barbàs', di uso più facile e immediato per la preparazione dei piatti, aggiungendo il condimento preferito». Non solo: a sottolineare la duttilità dell'ortaggio che è all'origine di una storia aziendale vicina ai 60 anni, nel 2020 è nata anche una bevanda, a base di barbabietola e mela, che piace molto ai bambini.

«Un modo per avvicinarli al consumo di frutta e verdura naturali, puntando sul sapore, e giocando anche sul colore. Ci piace ricordare il giudizio di Paolo Massobrio, che ha definito questa novità come una rivulazione nel campo delle bevande».

L'artigianalità di Camillo e Rina è l'eredità per tutti i familiari al lavoro. «Le barbabietole sono selezionate ancora manualmente, lavate e cotte, rispettando la naturalità del prodotto e poi confezionate senza additivi e conservanti per preservare il valore nutrizionale. Nella nostra filosofia aziendale l'intervento manuale ha avuto e avrà sempre una fortissima valenza, anche potendo disporre di at-

trezzature sempre più evolute».

Da qualche anno a Fontanasse è nata una linea 'bio', anche per altri ortaggi, dalle cipolle alle carote.

«Dalle barbabietole rosse con cui hanno iniziato i nonni, oggi lavoriamo e prepariamo, nei nostri forni, anche mais, patate con buccia e senza buccia, polpa di zucca tagliata a cubetti, per sottolineare il legame con un altro ortaggio molto coltivato nelle campagne della zona, soprattutto a Castellazzo».

Per le castagne la Bianchi adotta un processo meccanico di peeling a freddo prima della cottura a vapore, «che conserva dolcezza e consistenza». Oltre a mele e pere al vapore, la frutta è proposta anche negli snack a base di polpa di frutta al 100 per cento ricavata da prodotto fresco, senza zuccheri aggiunti o coloranti. «Dopo il trattamento termico, le polpe sono confezionate in vaschette da 100 grammi, che ci hanno permesso di conquistare altri segmenti di mercato».

Sempre fedeli alle 'regole' dei nonni, tramandate di generazione in generazione e condivise con la famiglia 'allargata' dei dipendenti.





PICO MACCARIO

● **1997**
anno di fondazione

● **4 MILIONI DI EURO**
fatturato 2021

● **20**
dipendenti

ALESSANDRINO

Un percorso con l'Università di Piacenza. La qualità si sposa con l'innovazione

di **Marcello Feola**



È una storia di passione e di famiglia, quella della Cantina Pico Maccario di Mombaruzzo: fondata ormai venticinque anni fa [era infatti il 1997] dai fratelli Pico e Vitaliano Maccario, oggi è simbolo di modernità e qualità. Nel Monferrato, sono oltre cento gli ettari suddivisi tra i vitigni Barbera, Vio-gnier, Sauvignon Blanc, Cortese e Moscato d'Asti, mentre nella zona delle Langhe vengono coltivati vigneti di Nebbiolo nei Comuni di Neive, Serralunga d'Alba e Barolo. Qui, in particolare, Pico Maccario raccoglie all'interno del famoso Cru Cannubi, riconosciuto come il più antico d'Italia [risalente al 1752] e ritenuto uno dei vigneti più importanti al mondo. L'affinamento, in struttura, avviene in acciaio, botte grande, tonneau o barrique, nel rispetto per i tratti originari del frutto ma con un occhio attento all'innovazione. Con risultati importanti. «Questa, per noi, è stata un'annata sopra le previsioni - racconta Vitaliano - Tutti i nuovi progetti, a cominciare dalle champagne e dalle Langhe, sono

andati fortissimo: la fascia alta è quella che è ripartita subito, la gente finiti i periodi di lockdown aveva voglia di uscire e socializzare e noi siamo riusciti a raggiungere nel giro dei primi sei mesi l'obiettivo annuale che ci eravamo prefissati. Un traguardo inatteso, che ci consentirà adesso di guardare ad altri obiettivi con il consueto ottimismo e con importanti risorse da reinvestire». In che modo? «Amplieremo la gamma dei vini, sia quelli di nostra produzione che quelli d'importazione. Vogliamo continuare a dare slancio alle grandi collaborazioni che abbiamo avviato in Francia, ad esempio: ecco perché adesso stiamo cercando percorsi analoghi nel resto del mondo, con famiglie come la nostra per crescita, conoscenze e network». Tra gli obiettivi potrebbero esserci pure nuovi mercati in cui entrare? «In quelli principali ci siamo: il nostro brand, arricchito di Champagne e Baroli, è sinonimo ormai di eccellenza tra le etichette italiane.

Di conseguenza, le opportunità sono aumentate in misura importante e, avendo la possibilità di ampliare clientela, fasce di mercato e di prezzo, potremmo farlo con piccole chicche di vini di eccellente qualità». Ci sono novità in arrivo nella cantina di Mombaruzzo, la vostra casa? «Stiamo facendo investimenti sui legni di affinamento e sulle attrezzature tecnologiche - conferma Maccario - Insieme all'Università di Piacenza, altrettanto, stiamo portando avanti una sperimentazione su un innovativo metodo di vendemmia automatizzata in cui si riesce a separare il prodotto, sullo stesso filare, in base alla maturazione». Come è possibile? «Tramite foto satellitari, dopo aver mappato i nostri vigneti: ora "parliamo" alla macchina e in un unico passaggio provvediamo a raccogliere solo l'uva al top della maturazione. È il terzo anno che lavoriamo con l'ateneo piacentino e siamo ormai alla fine dell'iter di certificazione».

ENERGY WAVE

● **1939** anno di fondazione

● **51,2 MILIONI DI EURO** fatturato 2021

● **140** dipendenti

Una crescita costante per affrontare le nuove sfide

di **Giordano Panaro**

Energy Wave è una E.S.Co. certificata attiva nei servizi per la sostenibilità e l'efficienza energetica, nello sviluppo di soluzioni sostenibili e da fonti rinnovabili con un focus su edifici residenziali, immobili appartenenti al settore del terziario e servizi e patrimoni immobiliari in generale, in grado di accogliere le sfide del mercato dell'energia per poter soddisfare in modo efficace le richieste dei clienti del settore residenziale e B2B. Energy Wave continua a crescere nel settore dell'efficientamento energetico confermando la propria presenza e radicamento sul territorio. L'affidabilità e l'esperienza sono il risultato di una guida visionaria che ha permesso alla società di interpretare sempre le nuove esigenze e intraprendere le sfide che il settore energetico le ha posto.

Oggi le parole d'ordine sono transizione ecologica, riduzione dei consumi e gestione energetica sostenibile che Energy Wave è in grado di pronunciare e attuare grazie a un'offerta di servizi dedicati con una forte caratterizzazione verso l'efficienza e l'innovazione. Per raggiungere obiettivi così ambiziosi Energy Wave opera su molti fronti: impiega stabilmente persone di valore sul territorio e preserva il vantaggio competitivo con conoscenze tecniche interne evolute, puntando all'eccellenza dei servizi amministrativi e dei processi. La società è in grado di offrire servizi a supporto dell'efficientamento delle proprietà immobiliari di privati, imprese e operatori del settore terziario, divenendo così per molti clienti il partner specializzato e affidabile di riferimento per la gestione energetica.

«Grazie all'appartenenza al Gruppo GETEC, oggi Energy Wave si propone



con ancora più forza e affidabilità come attore evoluto nell'offerta di Servizi Energia e Gestioni Calore, con piani di crescita che sono parte di un progetto internazionale. Poter contare sulla solidità di GETEC, anche da un punto di vista economico e finanziario, permette a Energy Wave di affrontare le difficoltà del mercato con la sicurezza e solidità necessarie per garantire gli approvvigionamenti energetici e i servizi ai propri clienti», commenta Roberto Belli (nella foto), Amministratore Delegato.

GETEC è leader nell'efficienza energetica con un ampio portafoglio di società focalizzato su una crescita sostenibile, sull'eccellenza operativa e sulla leadership di mercato.

Energy Wave, nonostante appartenga a un gruppo internazionale, si distingue per la propria strategia di "prossimità" mantenendo centrale l'attenzione verso il cliente [amministratori, condomini e imprese], motivo per il quale quest'anno sono stati aperti i nuovi uffici ad Alessandria, in viale Milite Ignoto, agevolando coloro che hanno la necessità di incontrare la società di persona.





PUCCIPLAST

● **2010**
anno di fondazione

● **9 MILIONI DI EURO**
fatturato 2021

● **40**
dipendenti

ALESSANDRINO

Una storia di innovazioni e brevetti cominciata nel lontano 1948

di **Giordano Panaro**



Dalla sua nascita la Pucci è legata al territorio ma con una visione strategica aperta e dinamica e una filosofia produttiva incentrata su innovazione tecnologica, nuovi prodotti concepiti per soddisfare le esigenze di utenti e installatori, un servizio completo e appassionato.

La storia della Pucci è caratterizzata da numerose e importanti innovazioni che hanno accompagnato l'evoluzione del bagno italiano.

Nel 1948 viene realizzata la prima cassetta a incasso, in rame, un vero punto di svolta. Nel 1990, in forte anticipo sui tempi, nasceva la prima cassetta italiana a doppio tasto, la Pucci Eco. Iniziava l'era del risparmio idrico, che sarebbe poi diventato un dovere etico. La campagna pubblicitaria relativa aveva un headline, "Acqua, oro del futuro", che metteva in risalto la questione ambientale e la necessità di usare con razionalità il nostro bene più prezioso.

Negli anni seguenti tutte le cassette Pucci sono diventate anche eco, seguendo la cassetta apripista.

Nel 2019 Pucci vede riconosciuto l'impegno ambientale con l'Oasis Green Innovation Award, in riferimento alla cassetta Pucci Eco Matic, per il contributo innovativo in termini di sostenibilità ambientale e per il perseguimen-

to della responsabilità sociale nello svolgimento dell'attività produttiva.

Tutti gli anni duemila sono segnati dall'evoluzione delle placche, sia sotto il profilo tecnologico che estetico. Prima le placche diventano ultra-sottili, solo 4,7 mm, poi arriva la Pucci Eco Sfiato a comando touch, nella quale la tecnologia, i materiali e il design si fondono in una placca elegante e ultracontemporanea.

E arriviamo all'oggi, con una nuova rivoluzione: Sara Tronic. La cassetta a impulso elettrico specializzata in servizi a uso pubblico è la prima programmabile da smartphone tramite APP. In modo intuitivo si possono programmare la distanza dal wc a cui entra in azione lo scarico, da 0,50 a 1,50 m. e i litri di scarico: i classici 9 litri, 6 litri

per risparmiare l'acqua, 4 litri per wc particolari. Tante funzioni in una sola cassetta, programmabile secondo le esigenze specifiche.

Coniugando tradizione e innovazione, Pucci continua a produrre al 100% in Italia, è una garanzia verso gli installatori e il pubblico, in fatto di controllo qualità, ricambi, servizio, rispetto delle norme ambientali.

Nel 2021 l'azienda è entrata nel Registro Speciale dei Marchi Storici di Interesse Nazionale, curato dall'Ufficio Italiano brevetti e marchi, presso il Ministero dello Sviluppo Economico. Il Registro dei Marchi Storici valorizza le eccellenze dell'industria italiana, le aziende che hanno una storia importante, che producono Made in Italy e innovano la tradizione con prodotti tecnologici e funzionali.





Pico Maccario. La tradizione guarda avanti



PICO
MACCARIO

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



Pico Maccario: quando tradizione e modernità si incontrano

Fondata e diretta dai fratelli Pico e Vitaliano Maccario nel 1997, 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 di squadra, che dalla vigna, giunge in cantina, e dall'Italia tocca ogni angolo del mondo.

L'affinamento avviene in acciaio, botte grande, tonneau o barrique, ricercando sempre la massima qualità e nel rispetto per i tratti originari del frutto. Per questo motivo la cantina si dedica alle innovazioni e alla ricerca in vigna, perchè l'innovazione e la tecnologia è la via principale per ottenere la massima qualità produttiva.

Nel Monferrato Pico Maccario possiede oltre cento ettari suddivisi tra i vitigni Barbera, Viognier, Sauvignon Blanc, Cortese and Moscato d'Asti. 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.

A delimitare i vigneti aziendali a corpo unico, più di cinquemila piante di rosa e mille pali matita colorati apportano gioia e colore identificando la storia e il mood di Pico Maccario nel totale rispetto delle tradizioni.

Nella zona delle Langhe Pico Maccario coltiva vigneti di Nebbiolo nei Comuni di Neive, Serralunga d'Alba e Barolo, in quest'ultimo Comune in particolare all'interno del famoso Cru CANNUBI, riconosciuto come il più antico d'Italia (risalente al 1752) e ritenuto uno dei vigneti più importanti al mondo.

Nel comune di Serralunga d'Alba viene prodotto il prestigioso Barolo Vigna Rionda Riserva.

I suoli della Langa dove si producono il Barolo e il Barbaresco sono molto antichi: appartengono al periodo geologico del Miocene. Caratterizzati da terreni compatti e di fine tessitura, conferiscono ai vini eleganza e un'evoluzione unica nel tempo.

CENTRALE DEL LATTE

● **1953** anno di fondazione

● **24,5 MILIONI DI EURO** fatturato 2021

● **45** dipendenti

Pietro Cerlesi: novità e sacrifici per combattere la crisi

di **Marcello Feola**

La Centrale del Latte di Alessandria e Asti è la storia stessa della nostra città: ha un sapore di tradizione e di terra, il bene primario su cui si poggiano le fondamenta di una comunità. Con il direttore Pietro Cerlesi, abbiamo perciò affrontato un viaggio all'interno di questa splendida realtà.

Che realtà è oggi la Centrale del Latte di Alessandria e Asti?

«La Centrale del Latte di Alessandria e Asti sta attraversando una fase di profondi cambiamenti interni, in un contesto esterno molto problematico e con criticità davvero rilevanti. Ciò in riferimento sia al mercato specifico, sia alle condizioni generali di tensione e continuo incremento dei costi. Nonostante questo scenario, Centrale sta proseguendo il suo percorso di innovazione, sia per quanto riguarda i suoi asset produttivi, sia per le attività di marketing, commerciali e logistiche. Sta per essere ultimato un importante investimento riguardante una nuova linea di produzione di Latte Microfiltrato, che permetterà la produzione di una tipologia di latte con caratteristiche organolettiche e nutrizionali molto vicine al latte fresco, ma con durata di almeno 15 giorni. Questa tipologia di prodotto è sempre più richiesta dai consumatori, che per svariate ragioni, tendono a ridurre la frequenza di acquisto presso i punti vendita. A livello di offerta è continuata l'innovazione di prodotto: ad esempio, da poco è presente in gamma il nuovo latte fermentato da bere "Star Bene", nuovi dessert come il "Bunet" e poi anche latte uht e le mozzarelle senza lattosio».

Quello del latte è un mercato in continua evoluzione: quali le difficoltà del comparto?

«Oggi le criticità sono purtroppo molteplici. Dopo il periodo dei lockdown, che per due anni ha determinato rilevanti perdite di fatturato per la chiusura di molti dei nostri canali distributivi abituali - ad esempio i bar - si è passati, con l'anno in corso, a una fase di continui e imprevedibili aumenti dei costi di tutti i fattori produttivi, dalla materia prima ai materiali di confezionamento fino ai detergenti, e soprattutto di quelli relativi alle componenti energetiche come carburanti, metano ed energia elettrica. Questi ultimi con aumenti che, come è noto, hanno visto aumentare i prezzi di oltre quattro volte nel giro di meno di un anno, ma anche di cinque o sei volte se paragonati a due anni fa. A queste gravi tensioni, si deve aggiungere la grande difficoltà di reperimento di svariati componenti elettronici, che rientrano in molteplici applicazioni relative alle nostre linee di produzione e che hanno provocato molti ritardi nell'ultimazione dei nuovi investimenti, con notevoli ripercussioni negative su progetti commerciali e ipotesi di lavoro che non sempre è possibile cogliere fuori tempo. Tale spirale inflazionistica ha determinato la necessità di aumentare i listini di vendita per poter mantenere marginalità adeguate, operazione che tende ovviamente a deprimere i volumi di vendita».

La Centrale non è mai rimasta ferma e la clientela ha sempre risposto bene: quali i prodotti su cui si punta oggi e possibili novità in vista?

«È stato ultimato il nuovo family feeling sulla grafica delle confezioni, che ha puntato a un'immagine maggiormente dinamica e vivace sottolineando un logo - la grande "A" - di Ales-



sandria come sinonimo di una qualità da prima serie. La logistica ha visto la riorganizzazione distributiva sia delle zone storiche, Alessandria e Asti, con snellimento della flotta e miglior distribuzione sul territorio, sia la terziarizzazione di due 'depositi' storici come Savona e Viareggio, oggi trasformati in 'transit point' molto più flessibili e con azzeramento di costi fissi. Sempre in area logistica, inoltre, stiamo provvedendo a un aggiornamento della strumentazione di supporto ai venditori, dotandoli di terminali palmari in grado non solo di produrre i documenti fiscali di vendita, ma di raccogliere gli ordini dai clienti e trasmetterli automaticamente al sistema informativo aziendale».



CENTOGRIGIO

● **2011**
anno di fondazione

● **1,2 MILIONI DI EURO**
fatturato 2021

● **13**
dipendenti

ALESSANDRINO

Uno spazio a disposizione delle persone, da riempire con contributi sempre diversi

di **Mimma Caligaris**



«Lo sport è impresa». È la filosofia di Gilberto Preda, presidente e amministratore unico di Centogrigio, che ha trasformato un'area di 43mila metri quadrati in un villaggio dello sport e del benessere, «in uno spazio polivalente a disposizione delle persone, che possono riempire ogni volta la loro presenza di contenuti diversi. Ci piace essere innovativi, siamo stati i primi a portare il padel ad Alessandria, l'innovazione è la strada che abbiamo scelto per continuare a crescere. Lo faremo anche con il curling, che dall'autunno 2022 è la nuova "voce" nella programmazione sportiva».

Un'azienda giovane, nata il 24 aprile 2011, nell'area al quartiere Cristo (via Bonardi) che era stata occupata dal centro sportivo comunale, inutilizzato da tempo. Undici anni di investimenti, tre tappe per ampliare gli spazi e la proposta sportiva e ricreativa, acquistando altri terreni su cui progettare e realizzare le strutture, alcune gestite direttamente, altre affidate a società che completano il "menù" delle scelte possibili per una utenza di tutte le età, «da 0 a 100 anni, come si usa dire. Per Centogrigio è la regola che ci siamo dati dal primo giorno e in

tutti i passaggi successivi in cui sono stati aggiunti terreni, trasformandoli in campi, spogliatoi, palazzetti, aree verdi, luoghi per la cura e per il tempo libero». Il primo nucleo completato nel 2014, le aggiunte successive nel 2017 e nel 2019: la dotazione attuale è due campi da calcio da 11 e tre da 8, tutti con fondo in sintetico e illuminazione a led, uno per il beach volley, sei indoor e due outdoor per il padel, che hanno permesso di diventare "Accademia", aperta ad accordi anche con le scuole per collaborare a una proposta didattica allargata, il "Palagym" per la ginnastica artistica e, presto, anche una pista in ghiaccio sintetico per il pattinaggio, in tutte le stagioni, e per il curling, la disciplina che gli italiani hanno scoperto alle Olimpiadi di Torino 2006 e che agli ultimi Giochi ha regalato una straordinaria medaglia.

L'Alessandria Calcio ha qui la "casa" del suo settore giovanile, ci sono anche 40 spogliatoi a disposizione di squadre e singoli, ci sono associazioni con le loro palestre, che arricchiscono la proposta sportiva, dalla danza al fitboxing, dalla ginnastica posturale e pilates al cycling.

Centogrigio ospita "Casa della salute", poliambulatorio specialistico privato all'avanguardia, con diagnostica per immagini, oculistica, cardiologia, medicina sportiva, prelievi, fisiokinesiterapia e odontoiatria. Contenuti modulari, per organizzare, e ospitare, meeting nazionali, eventi sociali e tornei sportivi, a disposizione anche bar e ristorante, con sala per congressi e riunioni.

«Cambiare faccia per rispondere alle richieste e alle aspettative di tutti ci ha aiutati a crescere. Le presenze stimate, in un anno, sono oltre 280 mila». Con una forza lavoro di 13 persone direttamente impegnate nella gestione del centro e 90 complessive conteggiando collaboratori e tecnici nelle diverse realtà associative all'interno. «Centogrigio funziona perché è pensato e strutturato come una squadra, in cui ognuno ama il ruolo che gli è stato assegnato e vive ogni nuova sfida imprenditoriale con entusiasmo: questo ci ha permesso di resistere alla pandemia e di essere ancora più competitivi - sottolinea Preda - in un mercato che, in questa città, per lo sport, ha ancora grandi margini di sviluppo».



GRISSITALIA®

**il Buon®
PANE**

Via Valle San Bartolomeo, 37
15122 Alessandria (AL)
Tel: 0131 59153 - info@grissitalia.it
www.grissitalia.it



ALESSANDRIA



PRATO SESIA



MOMBERCELLI



ORICOLA

Grissitalia srl il Buon Pane fatto come una volta

Grissitalia srl è un'azienda italiana dinamica e innovativa nel segmento bakery da oltre 40 anni, fortemente radicata sul territorio con 4 stabilimenti situati tra Piemonte (alla sede centrale di Alessandria si affiancano quelle di Mombercelli, Prato Sesia) e a Oricola in Abruzzo.

Tramite i nostri prodotti trasmettiamo la passione del pane fatto come una volta, unendo tradizione a innovazione. Dal 1974 infatti raccontiamo, con il nostro lavoro, la storia e il rispetto verso l'arte della panificazione in tutte le sue forme.

Nel polo di Alessandria - dove si producono storicamente i grissini torinesi - è stata avviata la produzione di pane sandwich, segmento bakery in forte crescita sul mercato italiano e l'ampliamento della gamma ambient (pan carrè e filone).

Grissitalia srl continua a ricercare nuovi prodotti, forme e gusti diversi per venire incontro al trend di mercato, come quelli ricchi di fibre e con semi.

È stata infatti da poco lanciata la linea di **American Sandwich** in quattro differenti ricette: classico, integrale, rustico e grano duro e il filone semi e noci. La quota di mercato più importante resta ancora quella legata al Private Label: quasi l'80% del fatturato proviene da produzioni per conto terzi che trovate sugli scaffali di molti supermercati e negozi. Siamo ugualmente in crescita con il nostro marchio "Buon Pane" per il quale abbiamo sviluppato un assortimento dedicato di pani morbidi, pani da sandwich e grissini.

Grissitalia investe molto nella diversificazione della gamma di prodotti e nel continuo miglioramento delle qualità organolettiche, ecco perché sempre più consumatori li preferiscono e li cercano nei vari punti vendita. Un esempio? Il più apprezzato è il Filone Rustico a marchio Buon Pane, un pane morbido ricco in fibre che abbina la farina di grano tenero e segale a una miscela di semi (girasole, sesamo e lino). Morbido e gustoso.

Grissitalia è al contempo attenta al tema della sostenibilità produttiva: l'azienda cerca di ottimizzare il consumo di imballaggi, riducendo carta e plastiche nel packaging.



GUALA CLOSURES

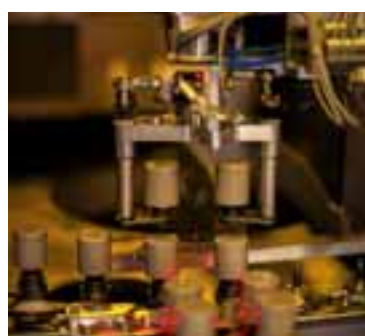
● **1998** anno di fondazione

● **660 MILIONI DI EURO** fatturato 2021

● **4850** dipendenti

Anche per il colosso delle chiusure la parola d'ordine è «sostenibilità»

di **Roberto Gilardengo**



Guala Closures è un autentico colosso, leader mondiale nella produzione di chiusure per bottiglie di alcolici, vini, acqua, bevande. Ha 30 stabilimenti in cinque continenti ma la "testa", la sede principale, in via Rana, tra Spinetta Marengo e Castellerio, dove da sempre si progetta e si guarda al futuro di un settore che non consente di restare indietro.

Per questo la recente partecipazione a Drinktec, la fiera mondiale per l'industria delle bevande e degli alimenti liquidi di Monaco di Baviera, è vista con un particolare orgoglio da parte dell'azienda. Closurelogic - diventata Guala Closures Deutschland dopo l'acquisizione completata all'inizio del 2020 - in passato aveva già partecipato a questa importante fiera del settore che si era tenuta per l'ultima volta nel 2017, cinque anni fa.

Guala Closures, che nel 2021 ha prodotto più di 4,5 miliardi di chiusure per il segmento delle acque minerali e delle bevande, ha fatto il suo debutto alla kermesse internazionale tedesca presentando una gamma completa di chiusure per acqua e bevande analcoliche in bottiglie di vetro, tra cui alcuni nuovi prodotti delle linee "sostenibili" e "connesse". Sono state presentate

anche le chiusure "Musa" e "Capture", due nuovi modelli della gamma premium dedicati al settore delle acque di lusso. Il modello di punta della linea di prodotti per il comparto delle acque minerali è la chiusura "Talog", già ampiamente adottata dai principali marchi internazionali del settore. Questa chiusura è costituita da un tappo in alluminio con una fascetta anti-manomissione in plastica che si rompe alla prima apertura, assicurando così l'integrità del prodotto. Un altro modello di chiusura particolarmente apprezzato è "Alu-Star", un tappo dalla forma simile a 'Talog', ma con credenziali ancora più sostenibili.

Questa chiusura è dotata di un anello in alluminio, che si rompe in più sezioni alla prima apertura, ma che ha una peculiarità specifica: quella di rimanere attaccata al tappo. La gamma comprende anche una soluzione per le bottiglie in alluminio ("Star-Log"), una chiusura sempre più adottata per i prodotti 'ready-to-drink' e i soft drinks.

La sostenibilità, si diceva. Oltre ai modelli standard, l'azienda a Monaco ha presentato, ad esempio, 'Spring Blossom', un tappo per acqua e bevande con chiusura tamper-evident realiz-

zato con plastica da fonte rinnovabile. E poi ci sono le chiusure connesse, categoria che appartiene alla ormai famosa gamma NeSTGATE, quella dotata di un codice qr sulla parte superiore che consente la lettura delle informazioni relative al prodotto direttamente dal proprio smartphone. Questo spiega perché Arturo Martorelli, direttore commerciale del gruppo, sottolinei «l'orgoglio di aver partecipato a questo importante evento internazionale». Il motivo? «Il mercato dell'acqua minerale e delle bevande analcoliche rappresenta un'area del nostro business sempre più importante e in crescita. Grazie alla preziosa attività svolta negli anni da Closurelogic, oggi - aggiunge Martorelli - siamo impegnati da un lato a consolidare la formidabile gamma di chiusure che abbiamo ereditato in questo ambito, dall'altro a migliorarla attraverso lo spirito innovativo e la proiezione verso il futuro che da sempre caratterizza Guala Closures».

Dallo scorso anno, la società è nelle mani del finanziere Andrea Bonomi, che aveva concluso con successo una offerta pubblica di acquisto del gruppo, poi uscito dalle negoziazioni della Borsa.



IMA AUTOMATION

● **1961**
anno di fondazione

● **1,7 MILIARDI DI EURO**
fatturato 2021

● **6200**
dipendenti

ALESSANDRINO

Telerobot incorporata nella maxi divisione leader nel settore dell'assemblaggio

di **Roberto Gilardengo**



Da Telerobot a Ima Automation. Il passaggio dell'azienda alessandrina, incorporata all'inizio di quest'anno in Ima, nel segmento dedicato all'automazione industriale, sancisce la ragguardevole solidità della società con sede nella zona D4, che rientra così nel piano di riorganizzazione strutturale previsto dal gruppo bolognese.

Scompare il marchio Telerobot, ma le capacità e la tecnologia che sono sempre state una caratteristica del polo alessandrino di questo segmento non solo restano, ma vengono anzi rafforzate da questa operazione, pensata allo scopo di far crescere competenze e tecnologie dedicate all'automazione avanzata.

Lo stabilimento di Alessandria, del resto, rimane il punto di riferimento di eccellenza per la produzione di macchine di assemblaggio nel mercato caps & closures. Con la possibilità di offrire un'ampia gamma di piattaforme sia a movimento continuo che alternato. Negli ultimi anni, tra l'altro, Telerobot si era rinnovata raddoppiando l'area produttiva, creando occupazione e sviluppo delle compe-

tenze sul territorio e investendo in nuove tecnologie (qui si realizzano macchine che producono fino a 100mila tappi l'ora) che puntano su flessibilità e rapidi tempi di consegna. Gli altri stabilimenti di Ima Automation sono a Zola Predosa (Bologna), a Barberino Tavarnelle (Firenze), a Montecchio Maggiore (Vicenza), a Chaux de Fonds e Gals (Svizzera), a Shanghai, a Loves Park (Usa) e a Penang (Malesia). Come spiega Lorenzo Maldarelli, direttore generale di Ima Automation «l'attuale scelta strategica ci vede impegnati a creare un nuovo modello organizzativo: abbiamo avviato un processo che sta portando le attività e gli impianti verso una forte integrazione, maggiori sinergie e potenza in ambito tecnologico. Allo stesso tempo il servizio di customer care ne esce rafforzato e ampliato grazie a una più capillare presenza per una migliore gestione delle attività sul campo».

Il gruppo Ima è un autentico colosso, con oltre sessant'anni di storia alle spalle, leader mondiale nella progettazione e produzione di macchine au-



tomatiche per il processo e il confezionamento di prodotti farmaceutici, cosmetici, alimentari, tè e caffè.

È presieduto da Alberto Vacchi (nella foto), ha oltre 6.200 dipendenti, di cui circa il 63% in Italia, ed è presente in circa 80 paesi, sostenuto da una rete commerciale composta da 28 filiali con servizi di assistenza e vendita in Italia, Francia, Svizzera, Regno Unito, Germania, Austria, Spagna, Polonia, Israele, Russia, Stati Uniti, India, Cina, Malesia, Thailandia e Brasile. Gli stabilimenti sono in tutto 53, divisi tra Italia, Germania, Francia, Svizzera, Regno Unito, Spagna, Stati Uniti, India, Malesia, Cina e Argentina. Entrare a far parte della famiglia Ima aveva significato, anni fa, per l'alessandrina Telerobot, compiere il classico salto di qualità che incide anche sulla solidità dell'azienda. Ora che il rapporto è diventato sempre più stretto, si può pensare al completo rilancio.

PADEL 22

● 2022 anno di fondazione	● N.D. fatturato 2021	● 5 dipendenti
-------------------------------------	---------------------------------	--------------------------

Sono sei i campi disponibili, ma nel 2023 si crescerà ancora

di **Marcello Feola**

È stato inaugurato ufficialmente a metà ottobre, il Padel 22 di Alessandria: un centro sportivo unico nel suo genere, perché interamente dedicato a una disciplina che negli ultimi due o tre anni ha conosciuto una crescita straordinaria.

L'idea è dell'imprenditore Piero Necchi e, come racconta il figlio Edoardo, «nasce a gennaio 2021, in piena pandemia, quando abbiamo visto crescere a dismisura anche sul nostro territorio il numero dei praticanti.

Al momento abbiamo messo a disposizione di tutti gli appassionati cinque campi coperti più uno scoperto, oltre a club house e punto bar, ma il prossimo anno ci ingrandiremo ulteriormente: dobbiamo solo decidere se puntare su altri due campi con tribune per ospitare eventi nazionali e internazionali in modo da alzare ulteriormente l'asticella oppure se farne altri quattro».

Il tutto, con l'ambizione di creare una vera e propria Academy: «È vero, questo è il fulcro del nostro progetto - spiega Necchi - Il nostro obiettivo non è solo quello di un semplice centro dove venire a giocare a padel, ma insegnarlo portando avanti il concetto di accademia di Gustavo Pratto, il consulente al quale ci siamo affidati che è stato nella top 10 mondiale per 15 anni, ha vinto i Campionati del Mondo con l'Argentina nel 2012 e oggi è allenatore di Arturo Coello, un classe 2002 attualmente nella top 10 mondiale che ha fatto la storia del World Padel Tour vincendo il suo primo torneo a Miami a 19 anni».

Quali sono i suoi consigli e il percorso che intende costruire ad Alessandria? «Gustavo sarà in contatto costante

con i nostri istruttori: ogni settimana faranno il punto della situazione, ragionando sull'evoluzione dei metodi di allenamento, e verrà in città due o tre volte all'anno per organizzare clinic e corsi».

Chi sono i vostri istruttori?

«Mio fratello Filippo, che è già protagonista del circuito nazionale e che probabilmente a gennaio si trasferirà in Spagna, a Valladolid, per proseguire la crescita; Santino Giuliani, un ragazzo argentino che proviene dalla scuola di Pratto, e Andres Milone: loro tre si dedicheranno a coloro che vorranno avvicinarsi alla pratica o anche a chi chiederà di crescere e perfezionare la propria tecnica».

La struttura è anche tecnologicamente all'avanguardia: «Abbiamo un'app sulla quale si possono prenotare i campi o iscriversi a lezioni aperte: i nostri istruttori, guardando i vari giocatori sia nei corsi che in partita, daranno a ciascuno un livello, grazie al quale si potrà interagire con altri e organizzare sfide tramite l'applicazione. Su ogni campo, inoltre, sono presenti tornelli, uno sponsor dedicato e un semaforo: col verde si gioca, col giallo si deve sapere che mancano solo 5' alla fine dell'ora, con il rosso si finisce. E, grazie a un accordo con l'azienda di design Triade, ogni giocatore avrà modo di posare la propria borsa o riposarsi su accessori di arredamento di alto livello».

Padel 22, insomma, è nato per stupire: aperto tutti i giorni dalle 9 alle 23, promette di diventare nel giro di breve tempo un autentico punto di riferimento in Piemonte - e non solo - della disciplina che sta facendo impazzire tutti.





GRISSITALIA

● **1974**
anno di fondazione

● **55,7 MILIONI DI EURO**
fatturato 2021

● **201**
dipendenti

ALESSANDRINO

Grissitalia, il profumo del pane che conquista il mondo

di **Marcello Feola**



Dai Grissini (Torinesi, friabili, artigianali, fusetti...) alla gamma Pane Morbido in cassetta, dalla linea Bio (grissini integrali, pane bianco, filone fior di lino, pane al kamut) a quella American Sandwich, senza dimenticare il pane fresco, quello surgelato e i dolci: questo, e molto altro, è Grissitalia.

Dobbiamo tornare indietro addirittura al 1974, per ricordare i primi passi di questa storica azienda: siamo a Mombercelli, in provincia di Asti, e al piano terra di un antico palazzo in pieno centro storico si veniva catturati dal profumo di pane, che invadeva ogni vicolo. Una fragranza che, ovunque, faceva ricordare il desiderio di stare a casa insieme.

Oggi l'azienda vanta 4 stabilimenti in Italia (ad Oricola, nell'Aquilano, la specializzazione è quella dei pani a lunga conservazione, con un totale di 21.400 tonnellate all'anno; Alessandria si occupa del tipico grissino "stirato" torinese pinzato alle estremità e dei mini-grissini, per 4.500 tonnellate annue, e dallo scorso anno anche del pane morbido, principalmente dell'American Sandwich; a Mombercelli si prepara il pane surgelato, per 2.500 tonnellate

ogni dodici mesi; a Prato Sesia, nel Novarese, quello fresco e il pangrattato, per un totale di 7.900 tonnellate) e una produzione annua di 36.300 tonnellate, distribuita poi nei più importanti canali di mercato nazionali: grande distribuzione, discount e Ho.Re.Ca.

Proprio ad Alessandria, nel maggio 2021, l'inaugurazione del nuovo impianto produttivo iniziato l'anno prima: obiettivo dichiarato dell'azienda, «*perseguire nel nostro percorso di sviluppo sul mercato italiano e rafforzare ulteriormente la nostra presenza all'estero*». Questo, grazie a nuove linee e macchinari automatizzati di ultima generazione capaci di assicurare elevata produttività, abbinata a grande qualità. Nel segno, come detto, dell'American Sandwich: una nuova gamma a marchio "Buon Pane" lanciata dodici mesi fa con l'obiettivo di offrire un pane in autentico stile Usa. Si tratta infatti di un pane italiano al 100% (disponibile bianco, integrale, grano duro e multicereali) che racchiude però tutta la tradizione americana, con fette grandi e morbide per panini farciti a più piani oppure da guarnire con marmellate e creme.



Non per nulla, Grissitalia è stata tra i player della fiera parigina Sial Innovation-Inspire Food Business, che si è tenuta all'ombra della Tour Eiffel a metà ottobre: un punto d'incontro per i più importanti brand del mondo intero per discutere di invenzione, transizione, reinvenzione e previsione, in merito alle novità e alle tendenze dei consumatori dell'industria alimentare globale. Un vero e proprio osservatorio mondiale dell'innovazione del settore a cui Grissitalia, e Alessandria, sono stati protagonisti.

PAGLIERI

● **1876** anno di fondazione ● **147,6 MILIONI DI EURO** fatturato 2021 ● **147** dipendenti

Sogni e visioni, ma ancorate alla realtà

di **Marcello Feola**

Duecento anni di storia e una 'vision' che già da oggi guarda ai prossimi duecento: Paglieri, sinonimo di Alessandria nel mondo, guarda al futuro ma restando ben ancorata alle tradizioni.

«Essere imprenditori significa questo - spiega Debora Paglieri, amministratore delegato del Gruppo - Dopo tanti anni abbiamo consolidato la maggioranza in azienda e questo ha consentito di fare riflessioni profonde. Dal mio punto di vista, l'imprenditore è un po' visionario e sognatore, pur con un piede ben saldo a terra: ecco perché sento una grande responsabilità nei confronti di tutti i nostri collaboratori ed è ciò che ha insegnato mio padre. Valori come la rettitudine e il sacrificio in primis: la gente ti guarda e devi essere sempre il primo a entrare e l'ultimo a uscire»

Quanto è cambiato il mercato negli ultimi anni?

«Moltissimo, specialmente in funzione delle nuove necessità dei consumatori a partire dalla pandemia. In pieno lockdown ci fu grandissima richiesta di saponi liquidi o prodotti per l'igiene, mentre deodoranti, ammorbidenti o detersivi ebbero un calo. Categorie che invece adesso si stanno riprendendo».

Quanto influiscono sugli investimenti i rincari di materie prime e i costi energetici?

«Dobbiamo far fronte a un aumento dei prezzi fino al 120%, il che comporterà per noi una redditività dimezzata, nonostante la proiezione del fatturato sia molto soddisfacente, con una stima di +10/11% rispetto all'anno passato. Riguardo all'energia, abbiamo tagliato le attività promozionali e stiamo cercando di capire se

occorra fare aumenti di listino. Siamo invece pronti a realizzare 3mila metri quadri di pannelli solari sul tetto dello stabilimento entro la prima metà del 2023 (potenza installata 650 kW), in linea con un'idea di sostenibilità che è tra i filoni principali della nuova vision dell'azienda: abbiamo ad esempio sostituito le luci con i led e introdotto un sistema che consente di ridurre le acque di lavaggio delle tubazioni (il cosiddetto Sistema "Pig", completato nel 2021 su macchina P22 - linea bagno Felce Azzurra - che porta un risparmio di 100.000 kg. di acque da smaltire; quest'anno verrà completato anche per la linea ammorbidenti, con analogo saving di acque rifiuto), senza dimenticare l'internalizzazione della produzione di ammorbidenti e detersivi con conseguente risparmio di emissione CO₂ [-962 tonnellate in 4 anni] grazie all'eliminazione del trasporto su gomma. Sempre riguardo a Felce Azzurra - aggiunge l'amministratore delegato - è stata creata una linea bio realizzata in materiale plastico riciclato al 100%, mentre alcuni anni fa è stata operata una rigrammatura del flacone del bagnoschiuma Felce Azzurra tale da ridurre il peso della plastica [-80.000 kg plastica/anno]. Inoltre, la nuova linea Doypack, acquistata nel 2021, ha già portato a una riduzione di circa 100.000 kg. di plastica». Parlando di mercato, dov'è rivolto lo sguardo di Paglieri?

«Siamo presenti in 50 Paesi, ma con un fatturato ancora da sviluppare perché fino a oggi rappresenta solo una piccola quota. In tal senso, vorremmo investire e crescere in maniera veloce attraverso acquisizioni e abbiamo incaricato un paio di operatori per indi-



viduare società estere interessanti. Ciò non toglie che se dovessimo individuare un marchio che consentisse una diversificazione, attirerebbe la nostra attenzione. Lo stesso dicasi per l'Italia, magari nell'oral care o nella deodorazione».

Quanto è importante il rapporto con i collaboratori?

«Il fatto di avere una squadra che crede nel tuo progetto e sia affezionata al marchio è uno dei compiti principali di un imprenditore. Ecco perché abbiamo pensato a una serie di innovazioni che possano venire incontro alle esigenze dei dipendenti: in mensa, totalmente rinnovata, è stato istituito un consulto con una nutrizionista ogni settimana; abbiamo poi un servizio di "maggiordomo" per le piccole incombenze quotidiane, dal pagamento bollette alla lavanderia, fino al baby sitting; è stato aperto un locker per la ricezione dei pacchi; stiamo pensando a un percorso wellness attorno all'azienda. Noi per primi dobbiamo essere i portatori dei principi e dei valori su cui è basata la nostra realtà e non possiamo tradire la fiducia di chi ogni giorno lavora con noi».



MINO

● **1840** anno di fondazione

● **80 MILIONI DI EURO** fatturato 2021 [gruppo]

● **220** dipendenti

Da Alessandria in tutto il mondo la rivoluzione «green» dell'alluminio

di **Marcello Feola**



Mino è uno degli orgogli alessandrini nel mondo. Con il presidente, Cesare Pettazzi, analizziamo il momento e rivolgiamo lo sguardo al futuro.

Il 2022 è il primo anno successivo alla crisi pandemica: quale il bilancio della Mino?

«Dalla seconda metà del 2021 abbiamo riscontrato una vigorosissima ripresa degli investimenti nel nostro settore. Prima di tutto siamo di fronte a una riorganizzazione globale dell'industria primaria della metallurgia, in cui alcuni Paesi - soprattutto Usa, Europa e India - vogliono affrancarsi dalla dipendenza cinese. Ciò spiega i massicci investimenti americani negli ultimi cinque anni per dotare gli Stati Uniti di un'industria all'avanguardia per la produzione di laminati di alluminio. Il secondo è quello che riguarda i cosiddetti 'megatrends' del nostro settore di riferimento (l'alluminio), legati alla sostenibilità ambientale. Un altro 'megatrend' che sta spingendo gli investimenti in laminati per bassissima spessore è quello del 'battery foil': si tratta di fogli sottilissimi di alluminio laminato fino a uno spessore 10 micron [cioè 0.010 mm, ricordo che il diametro tipico di un capello è 20 micron!] che fungono da catodo nelle batterie agli ioni di litio, oggi massicciamente usate nelle auto elettriche

di ultima generazione».

Mino è uno dei brand che portano con orgoglio il nome di Alessandria nel mondo: quali i progetti realizzati e quelli in cantiere?

«Sono molto fiero di dire che la Mino è saldamente presente in tutti i trend di crescita che ho spiegato prima. Abbiamo appena consegnato un nuovo laminatoio a freddo per alluminio per un cliente americano, il cui montaggio inizierà a novembre in Texas. Stiamo ultimando in Grecia, per la Società Elval, la messa in servizio del laminatoio a freddo per alluminio più avanzato d'Europa, specializzato nella produzione di lattine. Ne stiamo progettando un altro per l'India, dedicato al 'food packaging'. Contemporaneamente, stiamo montando a Caserta, per il nostro cliente storico 'Laminazione Sottile', un laminatoio di tipo 'foil' che potrà produrre fogli sottilissimi di alluminio per 'food packaging', nonché per le batterie agli ioni di litio per auto elettriche. Ma non è tutto! Abbiamo attualmente in fase di progettazione e costruzione due nuovi laminatoi a caldo per alluminio per clienti italiani che cambieranno totalmente il panorama europeo della produzione, dato che aggiungeranno nel nostro Paese più di 300.000 tonnellate all'anno di laminati a caldo! In particolare, il mac-

chinario per la Profilglass è un vero e proprio 'mostro' nelle dimensioni, visto che laminerà nastri e piastre di alluminio fino alla notevole larghezza di 2,8 metri, quando quella più tipica non supera oggi i 2 metri. Sarà il più grande d'Italia e uno dei più grandi d'Europa». Investimenti e rincaro di materie prime e costi dell'energia: gli obiettivi, e le risposte, di Mino?

«Il problema è sentito, ma ci si presenta sotto due distinti punti di vista. Da una parte riscontriamo aumenti nei prezzi d'acquisto delle sub-forniture chiave, dalle grosse fusioni ai grandi motori elettrici. Per quanto riguarda le parti meno 'nobili', siamo spinti a ricorrere maggiormente alla nostra consociata cinese, la Mino Tianjin. Paradossalmente, il rincaro delle materie prime e dei costi dell'energia dà impulso alla collaborazione con il nostro partner americano [la Hazelett Corporation di Colchester, Vermont, di cui la Mino detiene una partecipazione azionaria]. Con loro abbiamo sviluppato una tecnologia per la produzione di laminati di alluminio che permette, già oggi, di risparmiare il 25% dell'energia. Le due aziende stanno collaborando intensamente per portare, nei prossimi anni, tale risparmio di energia e riduzione di impronta di CO2 addirittura al 50%».

GEFIT

● **1967** anno di fondazione

● **71,2 MILIONI DI EURO** fatturato 2021

● **400** dipendenti

Dalla Cina al Messico, una crescita continua: l'azienda di famiglia alla conquista del mondo

di **Roberto Gilardengo**

Gefit è la dimostrazione di come un'azienda a conduzione familiare possa diventare leader mondiale. Nella fattispecie, nel settore dell'automazione industriale, nella costruzione di stampi per termoplastici e macchine di assemblaggio ad alta velocità. E questo, come noto, non è l'unico esempio alessandrino, quasi a confermare la vocazione a esportare da parte degli imprenditori del territorio. Non solo ciò che realizzano, ma anche le proprie competenze. Tutto inizia nel lontano 1967, quando Pietro Zavattaro fonda l'azienda che nell'acronimo fa capire i propri obiettivi: Gruppo engineering fornitura impianti e tecnologie. In un contesto industriale già avviato, quello della produzione di chiusure in plastica, che proseguì contemporaneamente e che rappresentò il naturale destino degli impianti di produzione necessari alla meccanizzazione, si decise di capitalizzare le proprie competenze nel campo della produzione industriale. Zavattaro intuì le potenzialità dell'automotive e, con un piccolo ma efficiente gruppo di ingegneri, iniziò a progettare macchinari per l'industria automobilistica.

Ampliato il team di dipendenti, Gefit proseguì quindi nella costruzione di stampi per termoplastici, utilizzati per la produzione di chiusure per il settore alimentare, cosmetico e farmaceutico, cui si affiancherà più avanti la produzione di macchine ad alta cadenza per l'assemblaggio delle chiusure multi-componenti. Fu così che si giunse alle due attuali divisioni dell'azienda: la 'Automation Division', che ha il quartier generale in via De Negri, ad Alessandria, e la "Moulds & Assembly Division", che ha sede a Fubine.

La "Automation" progetta e costruisce soprattutto linee per la componentistica auto. Lo fa assemblando complessi

componenti, integrando sofisticati sistemi di controllo, accompagnando spesso i clienti dalla prototipazione alla produzione. La "Moulds & Assembly" progetta e realizza stampi per termoplastici, utilizzati per la produzione di chiusure più o meno complesse e di componenti per il settore alimentare, cosmetico, farmaceutico e medicale, oltre a macchine di assemblaggio ad alta velocità e precisione per componenti in plastica.

Gefit ha stabilimenti in Nord America, Ungheria, India, Cina, cui si è aggiunto di recente l'unità produttiva Gefit Mexico Engineering di Monterrey, un distretto industriale che ha conosciuto negli ultimi anni un notevole sviluppo, diventando il principale centro economico del Messico. Una scelta, quest'ultima, spiega l'azienda, che scaturisce «dall'importanza strategica che questa area geografica riveste per le nostre due divisioni». E poi ci sono uffici commerciali e di assistenza tecnica in tutto il mondo. L'ufficio di Mosca viene aperto nel 1975, quello di Pechino nel 1991, nel 1998 si avvia la divisione meccanica a Tatabanya, in Ungheria, nel 2005 la joint venture a Dalian, in Cina, diventa completamente di proprietà del gruppo alessandrino. Un'espansione che è proseguita negli anni a venire.

Nel 2006, ad esempio, viene confermata l'acquisizione dell'americana Gefit Livernois Engineering. Nel 2019 sono stati aperti un ufficio tecnico e service a Shanghai e una struttura produttiva in India, nel distretto di Pune. Come sottolinea da tempo l'ad Massimo Margaglione, «l'impegno di Gefit nei confronti dei suoi clienti non termina con la consegna dell'impianto. La collaborazione prosegue fino a quando l'ottimizzazione non è stata raggiunta: è questa la nostra forza».





SOLVAY

● **1905 (SPINETTA)**
anno di fondazione

● **1,6 MILIARDI DI EURO**
fatturato 2021

● **660**
dipendenti

ALESSANDRINO

«Investire in tecnologia e sostenibilità» con la sfida della mobilità a idrogeno

di **Roberto Gilardengo**



Il recente appuntamento con 'Fabbriche aperte', che ha consentito [non accadeva dal 2015] l'apertura dello stabilimento, con circa mille persone condotte a una visita guidata degli impianti, ha permesso di fare un bilancio dei vent'anni di Solvay a Spinetta Marengo.

Ovviamente, per parlare dei risultati raggiunti e, sottolinea l'azienda, «dei progetti in corso in ambito di ricerca, di innovazione e di tutela ambientale», visto che dal primo giorno della sua presenza nel polo chimico alessandrino, «Solvay ha sempre investito in tecnologia e sostenibilità per fare del sito di Spinetta Marengo un'eccellenza del gruppo e della chimica nel mondo».

Dando uno sguardo ai numeri, in questi vent'anni sono stati investiti oltre 600 milioni per lo sviluppo, la modernizzazione e la sostenibilità ambientale di tutti gli impianti dello stabilimento. Tra gli impegni considerati «prioritari», il progetto di messa in sicurezza operativa e i primi interventi di bonifica – per i quali sono stati spesi oltre 40 milioni di euro e approvati finanziamenti per altri 30 nei prossimi anni – adottando «le migliori e più innovative tecnologie

disponibili per la rimozione degli inquinanti dovuti alle produzioni del passato e precedenti la gestione Solvay».

Nei primi mesi dell'anno è stato inaugurato il nuovo impianto di polimerizzazione Tecnoflon. Non c'è dubbio che, con i suoi 31 milioni di euro, costituisca il singolo investimento strategicamente più importante ed economicamente più consistente nel ventennio. Si tratta di un impianto che consente di rispondere alla richiesta di applicazioni e soluzioni innovative e sostenibili per diversi settori, ad esempio automobilistico, aeronautico ed elettronico.

Il sito alessandrino guarda con particolare attenzione alla mobilità a idrogeno, come conferma il prossimo avviamento di un impianto semiscala per lo sviluppo di materiali per prototipi industriali. Un innovativo polimero prodotto a Spinetta Marengo ed essenziale per lo sviluppo di questa strategia è Aquivion, utilizzato sia nei dispositivi per la produzione dell'idrogeno green dall'acqua (celle a idrolisi) sia nelle fuel cells dove l'idrogeno torna a essere acqua.

Sul versante della sostenibilità, e con uno sguardo al futuro, 'Fabbriche

aperte' è stata l'occasione per inaugurare ufficialmente il nuovo impianto a osmosi inversa e visitare quello a carboni attivi, risultato di un investimento che raggiunge la cifra complessiva di 40 milioni e ha una ricaduta significativa sul territorio, visto che le imprese coinvolte sono quasi tutte locali: «Due impianti – viene sottolineato – che testimoniano quanto la sostenibilità sia per Solvay un impegno concreto sul quale non si smette di investire e che contribuiranno al miglioramento ambientale, portando l'attuale efficacia dei sistemi di trattamento delle acque alla rimozione pressoché totale dei fluorotensioattivi Pfas».

A proposito del tema dei temi, Solvay vuole aggiungere che «se le performance richieste a livello europeo sono dell'80%, gli attuali valori di rimozione a Spinetta, con le migliori tecnologie disponibili, superano il 99% e, con i nuovi impianti, si potrà raggiungere lo zero termico».

Un obiettivo «che si inserisce nella strategia globale del gruppo, che ha annunciato di eliminare volontariamente l'uso dei tensioattivi: entro il 2026 Solvay realizzerà quasi il 100% dei suoi fluoropolimeri senza i Pfas».

PLT

● **2007** anno di fondazione

● **13,6 MILIONI DI EURO** fatturato 2021

● **64** dipendenti

Niente follie per il superbonus: «Non è tutto» Si punta sui lavori per industrie e commercio

di **Roberto Gilardengo**

I segnali positivi dello scorso anno sono confermati dal volume di affari in crescita per Plt, l'azienda alessandrina che opera nel settore delle costruzioni e che ha chiuso il 2021 con un fatturato superiore ai 13 milioni. Un incremento «legato al nuovo clima che si respira nel comparto – spiegano in azienda – per via del bonus edilizia, ma anche grazie al nuovo slancio che l'uscita dal tunnel del covid ha dato al settore». Un trend che si conferma anche nel 2022, visto che a luglio il fatturato della società aveva già raggiunto i 9 milioni, con un portafoglio ordini consolidato di oltre 14. Ma il superbonus 110% non è tutto. Anzi, la scelta operativa è stata questa: prima di lanciarsi a testa bassa nella riqualificazione di palazzi, è stata fatta una riflessione legata alle difficoltà normative, che rendono complicata ad esempio la riscossione del credito: «Siamo stati prudenti. Questa continua modifica alla norma ha messo in difficoltà molti colleghi». E allora si è percorsa una strada conosciuta, quella dei lavori nei settori grande distribuzione, industriale e terziario, «sviluppando e consolidando legami per noi strategici». Rientrano in questo discorso i due cantieri EasyBox Self Storage aperti a Cinisello Balsamo e Sesto Fiorentino, per i quali ci sono in filiera diverse gare «che daranno impulso al giro d'affari», e la collaborazione con Coop Liguria. In quest'ultimo caso, si parla di un progetto da 10 milioni di euro partito di fatto la scorsa settimana con la posa della prima pietra di un negozio di bricolage. Tornando alla Lombardia, da segnalare i lavori all'innovativo parco commerciale di Vimodrone, vicino a Milano, che saranno completati il prossimo anno.

Concluso, invece, il restauro a Courmayeur del secentesco palazzo sede della cooperativa produttori di latte, portato a termine con il placet della Soprintendenza valdostana [«è la passione che ci ha spinti a farlo»]. In provincia, interventi sempre nel settore immobiliare per il gruppo Eltek (automazione e robotica) e per Euronics Dimo (negozi di elettronica), a Casale Monferrato. Insomma, mentre nel recente passato si è puntato su Francia e Belgio, adesso l'attenzione si è concentrata in modo particolare sul territorio nazionale.

Dalla nascita come Polo logistico agli interventi per la grande distribuzione

L'assetto di Plt si è definito nel tempo. Si tratta di un'azienda nata nel 2007 come Polo Logistico Tortona, che ha cambiato indirizzo nel 2013, l'anno in cui, con l'acquisto delle quote da parte della famiglia Saggini, è partita la trasformazione e la conseguente operatività nei settori su cui, adesso, si punta al consolidamento. Quelli dei lavori per le industrie, il commercio e la grande distribuzione.

La sede operativa della società (che ha aumentato il numero dei dipendenti ed è alla ricerca di alcuni profili professionali tra i giovani) è in zona Micarella, nel territorio di Castellazzo Bormida, quella legale a Milano. Oggi l'azienda è partecipata al 100% dalla holding Fipi.

La filosofia è sempre la stessa: progettazione e realizzazione di edifici 'chiavi in mano', ma anche «responsabilità nei confronti del territorio e dei nostri lavoratori».



Ma cos'è questa crisi? E grazie all'e-commerce...

di **Roberto Gilardengo**

Se il 29 agosto, passeggiando per le vie di Valenza, si sente il confortante rumore dei trapani in azione nei laboratori già in piena attività «è segno – come sottolinea Barbara Rizzi, presidente del Consorzio DiValenza – che le aziende lavorano e le cose vanno bene. Ci sarebbe stato da preoccuparsi, piuttosto, se ci fosse stato silenzio». In effetti la città dell'oro ha affrontato l'autunno partendo alla grande già a fine estate, confortata dalle previsioni raccolte da Confindustria Alessandria che indicavano, per il trimestre luglio-settembre, una decisa risalita dell'export che tornava a +2 dopo il preoccupante -12 del trimestre precedente. E, come noto, il settore gioielleria-pietre preziose è da sempre il traino dell'esportazione provinciale. Era anche logico che l'attività riprendesse di buona lena in previsione di Vicenzaoro, la fiera più importante del settore che è un po' il termometro che verifica lo stato di salute del comparto e a cui si deve arrivare con il carnet pronto. E quest'anno le insidie, per tutti, sono rappresentate dal vertiginoso aumento dei prezzi delle materie prime e dell'energia che allunga le sue ombre fino alla fine dell'anno.

Nelle pagine successive, le aziende confermano – fatturati alla mano – che le sensazioni degli imprenditori, raccolte nella periodica indagine congiunturale, sono confermate dai fatti. Certo, c'è stato da prendere atto di un'altra emergenza, quella legata alla guerra in Ucraina, che ha penalizzato gli orafi privandoli di un mercato importante come quello russo, ma le aziende hanno risolto il problema puntando su altre parti del mondo. Come ad esempio Pasquale Bruni, che negli ultimi anni aveva già portato avanti una strategia commerciale che aveva lo scopo di ridurre l'incidenza dei ricavi dalla Russia sostenendo al

contrario la crescita di altri mercati, tra cui quelli di Stati Uniti e Italia. A cui si è aggiunto il Medio Oriente, effetto legato anche al grande successo, in quella regione, del film 'Marry Me', dove Jennifer Lopez indossa i gioielli del famoso brand valenzano.

Nel mondo che cambia, un aiuto può arrivare dal web e dalle startup innovative come 'Gioielleria Italiana', che quest'anno era presente alla fiera veneta. Sede legale ad Albissola, operativa a Valenza, questa nuova impresa ha lanciato uno slogan accattivante che non è una trovata pubblicitaria ma ne sintetizza gli obiettivi: 'Il gioielliere sei tu'. In sostanza, il cliente potrà esaminare il catalogo digitale, scegliere il gioiello e dare indicazioni su come realizzarlo. Appena più 'anziana' è 'Doralia', una startup nata nel 2018 con lo scopo di internazionalizzare i piccoli artigiani dei più importanti distretti orafi, dando loro la possibilità di vendere, in questo caso, negli Stati Uniti, e anche di prenotare pacchetti viaggio esclusivi e di lusso nelle località in cui vengono prodotti gli articoli.

Tutto questo grazie all'e-commerce. Insomma, la vendita online ha da tempo affiancato quella tradizionale.

Valenza, in realtà, ha un altro problema, rappresentato dalla logistica. Per dirla molto semplicemente, dai difficili collegamenti con le più importanti città del Nord, ma anche con quelle vicine, vista la particolare posizione della stazione ferroviaria. Un passo in avanti sulla strada che dovrebbe portare a quella che viene definita la 'logistica del gioiello' è arrivato nei mesi scorsi, quando la Fondazione Slala è entrata a far parte di 'Mani Intelligenti', che a sua volta ha aderito a Slala.

In quest'ottica rientra anche l'adesione di 'Di Valenza' e il quadro, dunque, si completa.



VALENZANO



Gruppo Wama 43 anni dedicati alla **sicurezza**



Non è semplice descrivere in poche righe la *mission* del Gruppo Wama, specializzato nella protezione alle persone ed al loro patrimonio (abitazioni, aziende ed enti di ogni settore, soprattutto quando i valori sono ingenti come nel settore orafa).

Leggendo lo slogan, però, è molto più facile: *Security to Freedom*.

L'unico, concreto ed attuale obiettivo di Mauro Minardi, fondatore della Wama nel 1978, è quello di poter garantire alla propria selezionata clientela un'unica certezza: la libertà di sentirsi sicuri grazie ai servizi erogati. Libertà in ogni luogo, dalla propria abitazione all'ufficio, collegati al PC piuttosto che durante l'utilizzo quotidiano dello smartphone, in Smart working o in una video conferenza.

SICUREZZA reale che percepiamo maggiormente se ci sentiamo protetti, se non ci sentiamo soli perché consapevoli di essere aiutati in ogni momento.

LIBERTÀ che si ottiene con la costante prevenzione, ovvero l'insieme della protezione associata ad un servizio dedicato di assistenza continua.

SERVIZIO che nel tempo è stato improntato all'ininterrotta ricerca del prodotto migliore da installare, tanto che quello Wama da molti anni è giudicato "privo di falsi allarmi". Il sistema Camnet Akita, applicato a termocamere di ultimissima generazione, ne è la riprova.

Un servizio che non poteva fare a meno di una Centrale Operativa presidiata h24 per 365 giorni: la **Cestel di Valenza [AL]** che, sin dal 1992, assicura la gestione ed il controllo costante degli eventi. Fiore all'occhiello *tecnologicamente avanzato e certificata UNI10891 e UNI50518*, la Cestel già nel 2009 ottiene la licenza per operare sull'intero territorio nazionale.

B4web-Cyber Security con le modalità del Wamagroup

B4web, affermata software house alessandrina che nasce dalla sinergia e dalla pluriennale esperienza nel mondo dell'informatica di Federico Lamborizio e Michele Rizzetto, collabora con la Wama per lo studio del progetto Camnet, il sofisticato programma utilizzato per la gestione degli eventi. Nel 2020, con l'ingresso della B4web nel Gruppo, Wama lancia la sfida anche al *cyber crime*, il nuovo reato, con quello che sa fare meglio: **prevenire**, ovvero **protezione endpoint** combinata ad un'assistenza dedicata.

Il punto di forza di B4web risiede nel fatto che tutte le **informazioni e gli alert vengono registrati e gestiti dalla Centrale Operativa Cestel, la quale potrà attuare - H24 - le procedure di bonifica e messa in sicurezza immediata** in sinergia con gli IT aziendali se presenti.

B4web non solo offre una protezione gestita, ma esegue anche dei **checkup**, evidenziando le vulnerabilità dei sistemi aziendali, i cosiddetti **VA (Vulnerability Assessment) anche quotidiani e PT (penetration test) eseguiti dai suoi ETHICAL HACKER**. Infine, per dare un servizio completo B4web eroga **corsi di formazione al personale** su come difendersi e non essere truffati nel mondo informatico, migliorando la loro **security awareness**. Grazie alla certificazione di B4web ISO 9001:2015 Settore IAF37 le aziende possono beneficiare di un **credito d'imposta fino al 70%**.

Riteniamo che la videosorveglianza, i sistemi di intelligenza video, le tele gestioni integrate alla cyber security siano il futuro per la salvaguardia dei patrimoni e delle persone.

Soluzioni di Cyber Security

VULNERABILITY ASSESSMENT & PENETRATION TEST
PROTEZIONE GESTITA ENDPOINT / ANTIVIRUS E ANTISPAM
CLOUD SANDBOX / XDR / SOLUZIONI MULTIPIATTAFORMA



INFOLINE 0131 1926569



GIOJ

● **1979**
anno di fondazione

● **75 MILIONI DI EURO**
fatturato 2021

● **60-65**
dipendenti

Gioj e la crescita del distretto Si punta su artigianato e innovazione

di **Massimo Brusasco**



La risposta dopo il Covid è stata come neanche il più ottimista si sarebbe potuto attendere. Un'esplosione. Richieste su richieste, contratti su contratti, quasi come si fosse ripiombati nel tempo in cui la gioielleria valenzana era al top.

Passi da Gioj, al numero 23 di strada Citerna, alla periferia della città ma neanche troppo, e il sempre brillante e originale Jacopo Beneventi ti fa capire che aria tira.

«*Franca*mente non ci aspettavamo questo successo - dice - e non parlo solo per la mia azienda, ma credo di poter interpretare il pensiero di molti miei colleghi. La ripresa è stata ottima per tutto il distretto, per una serie di concause che andrebbero analizzate con puntualità.

Ma non è questo il problema. Semmai quello che ci preoccupa è riuscire a evadere tutti gli ordini. C'è carenza di manodopera, e questo lo possono testimoniare quasi tutti a Valenza. È un disagio che stiamo affrontando e che non ha colpe specifiche se non, forse,

una formazione non adeguata».

O più probabilmente - si potrebbe dire - una formazione che, anni addietro, non poteva immaginare quello che sarebbe successo e, dunque, oggi, si sente la mancanza di personale.

Poi c'è altro da dire. Ad esempio che il mondo del gioiello è tornato appetibile e che, come aggiunge Beneventi «*anche il settore della moda sta cominciando a vendere gioielli. E ha trovato a Valenza alcuni importanti punti di riferimento. Tutto concorre, dunque, a far crescere il distretto».*

Secondo Beneventi, «*dopo il trauma del Covid, una sorta di desiderio di rivincita è normale. Ma certo è che non potevamo aspettarci un boom del genere».*

È un'impennata che ormai dura da qualche mese, ma che non si sa fino a quando andrà avanti. Ecco perché in città si avverte quella prudenza di chi non vuole comunque fare il passo più lungo della gamba.

Sta di fatto che Gioj nel 2021 ha fatturato 7.5 milioni di euro, ma quello

stimato per il 2022 è di circa 10 milioni.

L'azienda non ha un brand da promuovere ma lavora per chi un marchio ce l'ha. È in questa sede da maggio 2018, ma la storia è cominciata nel 1979 con la 'Argentini di Mattacchio Giovanni & C'.

Beneventi ha scelto un architetto per uscire dai canoni della banalità. E così Claudio Deangelis ha pensato a questa struttura che punta su verde e innovazione.

«*Nel 2001 - ricorda Beneventi - ci siamo trovati di fronte a un bivio: o continuare a 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 vuole affidarsi ai creativi dell'azienda. Particolare non secondario: Gioj sostiene la fondazione 'Mani intelligenti', che dà impulso all'artigianato di qualità.


ACQUA ORO 1990



CASSETTE

PUCCI®

stile e tecnologia italiani
www.pucciplast.it



DEL FUTURO 2022

Quando il risparmio dell'acqua era il tema di una minoranza, Pucci presentò sul mercato la prima cassetta a doppio pulsante: Pucci Eco. Lo slogan con cui il prodotto venne fatto conoscere era "ACQUA, ORO DEL FUTURO" un concetto in netto anticipo sui tempi, e che sarebbe diventato fondamentale nella consapevolezza ecologista. Dopo oltre trent'anni è

sempre più attuale lo slogan "ACQUA, ORO DEL FUTURO"! La Eco è stata la prima cassetta a consentire e promuovere un forte risparmio idrico giornaliero, con riduzione dei costi, sia ambientali sia economici. Una svolta semplice ma rivoluzionaria, che ha offerto la possibilità di scegliere, ad ogni scarico, quanta acqua usare evitando lo spreco.

PASQUALE BRUNI

● **1967** anno di fondazione

● **18,4 MILIONI DI EURO** fatturato 2021

● **100** dipendenti

Il mercato russo che manca all'appello? Si cresce in Usa, Italia e Medio Oriente

di **Roberto Gilardengo**



Anche Pasquale Bruni fa i conti con l'aumento delle materie prime, come tutte le aziende orafe, del resto: «*Incidono, nel nostro caso – sottolinea la maison – soprattutto oro e diamanti e questo ci ha costretti a rivedere il nostro listino prezzi già due volte dall'inizio del 2022 e, allo stato attuale, non possiamo escludere una terza revisione, come hanno già fatto diversi nostri competitor. Si tratta di un cambiamento molto significativo, in passato tra un aumento e l'altro trascorrevamo normalmente qualche anno.*

Uno dei brand valenzani più noti al mondo deve però fronteggiare un'altra emergenza, quella provocata dalla guerra in Ucraina che ha inciso – come del resto inevitabile – sul mercato russo «*che per noi, per diversi anni, – viene ricordato – ha giocato un ruolo fondamentale, diventando il nostro principale mercato di riferimento. Negli ultimi anni, però, abbiamo perseguito una chiara strategia commerciale rivolta a decrescere l'incidenza sul nostro fatturato, seppur incrementandolo, grazie alla crescita che abbiamo fatto registrare in altre parti del mondo, principalmente Stati Uniti e Italia.*

E non è tutto, a dimostrazione del fatto

che alla creatività, caratteristica e punto di forza di Pasquale Bruni, deve essere affiancata da una visione commerciale lucida e al passo coi tempi e con i gusti del pubblico. Un aiuto, in questo senso, arriva dal cinema, nella fattispecie dal film 'Marry Me', in cui la protagonista Jennifer Lopez indossa i gioielli della casa valenzana e la nomina esplicitamente durante i preparativi del suo matrimonio. Risultato, incremento in diversi paesi europei, in particolare Francia e Benelux, ma soprattutto in Medio Oriente, dove il film ha avuto molto successo. Grazie a queste iniziative, insomma, «*lo stop dalla Russia non ha avuto un effetto penalizzante sull'azienda. Al contrario, ci ha consentito di concentrarci su altri mercati emergenti sostenendone la crescita, accrescendo nel contempo la nostra struttura interna per riuscire a incrementare la capacità produttiva in vista dei prossimi anni.*

Un aiuto importante arriva anche dal retail, come dimostra la crescita dei negozi di Roma e Milano che a fine estate avevano già raggiunto, con quattro mesi di anticipo, il budget annuale. Numeri come questi, si spiegano con il gradimento di uno zoccolo di clientela locale creatosi durante la

pandemia e con l'appeal che il marchio ha sempre avuto su quella turistica, in particolare mediorientale. Sempre parlando di crescita, il fatturato del 2022 fa già registrare un aumento del 100% sull'anno scorso e del 50 rispetto al budget (mercato russo compreso).

Pasquale Bruni Bossio, da quando è arrivato a Valenza da Ajello Calabro, all'età di 13 anni, di strada dunque ne ha fatta. Senza mai perdere di vista l'estro creativo che ha sempre caratterizzato il suo lavoro, ma perfezionando, negli ultimi anni, la propria rete distributiva privilegiando partner selezionati, top players nei loro mercati di riferimento: «*Prapongono il brand con passione e dedizione – è la considerazione sia del fondatore che dei figli Eugenia e Daniele – e questo permette di capitalizzare il loro investimento e di sviluppare la desiderabilità dei nostri gioielli.*

E la sostenibilità?

«*Ci stiamo molto attenti, sia per le materie prime usate per la creazione dei nostri gioielli, sia per i processi di fabbricazione così come per la vita quotidiana dell'azienda. La sostenibilità aiuta a garantire il futuro delle nostre generazioni.*



BORSALINO DIAMANTI

VALENZANO

● 1978
anno di fondazione

● 8 MILIONI DI EURO
fatturato 2021

● 11
dipendenti

La marcia verso la ripresa e il lavoro che aumenta. «Il 2021 anno d'oro»

di **Roberto Gilardengo**



La marcia verso la ripresa del distretto orafa continua. E Marco Borsalino, il fondatore dell'azienda di via Mazzini che dal 1978 importa e vende diamanti tagliati, può confermarlo anche quest'anno. Anzi, aggiunge: «*Dal 2020 c'è stato un crescendo*». Peraltro confermato dalle recenti risultanze di VicenzaOro, la fiera di inizio settembre dove gli orafi hanno respirato un rinnovato ottimismo, con grande affluenza di operatori, sia esteri che italiani, e molto interesse per il settore.

Tornando a Valenza, di cui Borsalino Diamanti rappresenta l'autentico magazzino e, dunque, un osservatorio significativo, i problemi sono dimenticati, «*anche se per il futuro non si può mai sapere*». In particolare, l'azienda fa registrare «*un 2021 eccezionale, tanto che pareggiare i risultati ottenuti sarebbe già un successo*». E peraltro anche la prima metà del 2022 è in crescita, poi si tratterà di fare i conti al 31 dicembre. Lo scorso anno ha portato alla 'Borsalino' anche la certificazione secondo il sistema Rjc [Responsible Jewellery Council], lo standard di riferimento per la filiera della gioielleria, ottenuta dopo i fisiologicamente lunghi tempi di attesa, che prevedono

anche corsi di formazione per il personale

Entrando nel dettaglio, il fatturato dello scorso anno è stato quasi raddoppiato rispetto al 2020 e i dipendenti sono aumentati. Del resto le richieste dei clienti sono tante, si fatica a soddisfarle e dopo la crisi di qualche anno sono aumentate, così chi lavora per i grandi marchi ha poco tempo per rispettare le commesse. Le ricadute su ogni attività del settore sono dunque inevitabili.

Il fondatore Marco [che, per la cronaca, i cinquant'anni di attività li ha già superati] ha fatto un passo indietro e lascia sempre più spazio ai figli Miriam e Matteo, tutto il giorno con lente e pinzette per esaminare e trattare le pietre. E poi c'è il fratello Luigi che si occupa della parte amministrativa. Nel gruppo sono entrati anche due giovani che muovono i primi passi di un lavoro difficile, che richiede preparazione e voglia di apprendere. Il problema della manodopera che scarseggia?

La famiglia Borsalino è concorde nell'ammettere come in passato «*non ci sia stata lungimiranza*», ma adesso il problema della formazione del personale è particolarmente sentito dal

Gruppo orafi di Confindustria, e allora non è il caso di essere pessimisti. «*E poi - viene sottolineato con pragmatismo tutto valenzano - se il lavoro aumenta, aumenteranno anche gli stipendi...*».

Gli standard da rispettare

Nonostante il lavoro che [per fortuna] aumenta, gli standard da mantenere sono sempre una prerogativa dell'azienda. Per essere chiari, «*pietre tagliate male non ne trattiamo, seguiamo sempre questa politica*», sottolinea Matteo. E il padre Marco aggiunge con soddisfazione: «*La gente è diventata sempre più esigente e, piano piano, sempre più competente. Se devo dire - è l'ulteriore osservazione - noto all'interno della categoria un'apertura mentale che anni fa non c'era. Non c'è più la concorrenza diretta, la paura che gli altri laboratori scoprissero i tuoi segreti. È un segnale positivo*». Se l'oreficeria gira, la città ne guadagna. Valenza, che pensa quasi esclusivamente al lavoro, in realtà si è sviluppata, in proporzione, molto meno rispetto alla crescita e alla considerazione che il suo distretto ha in Italia. Ma questo è un altro discorso...




Studio Cirri
RELAZIONI PUBBLICHE D'IMPRESA



*“Raccontiamo la vostra storia,
comunichiamo il vostro futuro”*



VALENZA (AL) - Via G. Carducci 3, Palazzo Terzano
Tel. 0131.941251 - Cell. 338.7348952 - 338.3290789
www.studiocirri.com -  studiocirri - info@studiocirri.com

STUDIO CIRRI

La comunicazione sartoriale al servizio delle aziende

In un mondo sempre più bombardato da messaggi visivi e acustici, in cui la socialità ha trovato nuovi canali e nuove forme istantanee in cui veicolare le informazioni, comunicare nel modo corretto è diventato fondamentale.

Lo Studio Cirri – relazioni pubbliche d'impresa – ha compreso da tempo questa esigenza articolando la propria azione su due fronti sinergici e complementari: la comunicazione e la formazione, sviluppando un approccio professionale rivolto a tutte le attività professionali e imprenditoriali, a prescindere dalle dimensioni e dalle capacità economiche.

L'approccio professionale si fonda su due concetti: verticalità e affiancamento della clientela in ogni fase del percorso prescelto. Dove per verticalità intendiamo una consulenza che comprende ogni fase di quel Communication mix garantito dai partner di stampa, media, radiotelevisione che collaborano stabilmente con lo studio.

Il passo fondamentale successivo è quello che chiamiamo "comunicazione sartoriale", ovvero costruire un progetto studiato sulle esigenze reali del cliente, dei pubblici di riferimento e del contesto in cui opera. Partendo da un punto fondamentale, l'Ascolto. Solo così è possibile definire le reali aspirazioni, gli obiettivi ed anche i sogni lavorativi da realizzare. Solo così ci è consentito comprendere a fondo le reali motivazioni che stanno alla base di una richiesta di comunicare. Ecco, allora, che il vecchio adagio dei comunicatori continua ad essere un punto di riferimento: "Oltre a saperlo fare, dobbiamo farlo sapere". Con professionalità, per creare business ed engagement valorizzando la propria storia. La Formazione è l'altra faccia della medaglia che contribuisce a creare valore in ogni contesto professionale. I nostri corsi sono rivolti a team aziendali, singoli professionisti, ordini professionali e ad ogni altra figura che necessiti di un empowerment delle proprie skills in campo delle relazioni.



La riservatezza viene garantita da corsi one to one in cui il contatto esclusivo con il formatore assicura una dinamica efficace ed esclusiva. I corsi vengono suddivisi in tre aree tematiche:

- 1. Competenze relazionali di base (Comunicazione Interpersonale, Public Speaking e Soft Skills)
- 2. Comunicazione professionale avanzata (Strategie e Tecniche di Negoziazione, Gestione delle Relazioni Conflittuali, Crisis Management e Storytelling di Impresa)
- 3. Parti speciali (Preparazione ai Colloqui di Selezione, No positivo, Business Writing, Comunicazione Persuasoria e Gestione delle Relazioni con i clienti).

Studio Cirri è accreditato presso la Camera di Commercio di Alessandria e Asti per la cattedra di Strategie e Tecniche di Negoziazione, è partner dell'IIS Benvenuto Cellini per ciò che attiene progetti del MIUR e collabora stabilmente con emittenti radiotelevisive e testate giornalistiche con rubriche di cultura manageriale rivolte alle imprese del territorio. Contribuiamo inoltre alla formazione di insegnanti e studenti con progetti ministeriali. Realizziamo eventi culturali, anche con finalità benefiche.

Studio Cirri è condotto dal dottor Giuseppe Alfonso Cirri, socio professionista di FERPI (Federazione Relazioni Pubbliche Italiana). Specializzato in Comunicazione e Relazioni Pubbliche di Impresa è iscritto nell'albo dei professionisti che hanno conseguito l'Executive Master MARPI presso l'Università IULM di Milano. Le competenze dello studio sono completate da una componente femminile, quella della dottoressa Claudia Salciccia Cirri, specializzata in Comunicazione e Relazioni Pubbliche, responsabile dei rapporti con le aziende e progettazione di piani di comunicazione.

GIOIELLI DI VALENZA

● **1992** anno di fondazione

● **57 MILIONI DI EURO** fatturato 2021

● **400** dipendenti

Tradizione e innovazione: da trent'anni sempre al fianco dei propri clienti

di **Fabiana Torti**

Creatività e innovazione sono sicuramente i segreti del successo che stanno alla base della produzione di Gioielli di Valenza. Una realtà familiare, fondata nel 1992 dal fabbricante di gioielli Giuseppe Maggi, e oggi gestita principalmente dai figli Davide e Sara che, con impegno e passione, portano alto il nome dell'azienda. Azienda che continua a crescere, senza arrestare la sua corsa e che quest'anno, ha vissuto un periodo decisamente florido.

«Il nostro comparto sta vivendo un momento davvero importante: nonostante tutte le difficoltà, compresi lo strascico lasciato dalla pandemia e l'aumento delle materie prime, abbiamo registrato vendite decisamente superiori alle aspettative – sottolineano Davide e Sara Maggi, amministratori e soci di maggioranza dell'azienda – In molti credono nel progetto e scelgono di acquistare un gioiello, come regalo ma anche per se stessi».

E i dati parlano chiaro: «Se prendiamo come riferimento il 2019, annata virtuosa e pre-Covid, nel 2021 il fatturato è cresciuto del 25% mentre ad oggi, abbiamo già registrato un ulteriore incremento del 15% rispetto all'anno scorso – proseguono – Tutto questo significa che, se da un lato i clienti storici continuano a scegliere il nostro brand, dall'altro sono in aumento anche i nuovi ingressi. Siamo orgogliosi e soddisfatti perché, in entrambi i casi, è un investimento di fiducia che non è mai scontato».

C'è da dire che, un'accelerazione notevole è arrivata grazie allo shopping online che «continua ad es-

sere un punto fondamentale per la nostra azienda e rappresenta una vetrina trainante dell'attività».

I clienti infatti possono rimanere informati sui diversi prodotti, iscrivendosi alla newsletter o consultando gli articoli, le pubblicazioni e i blog a disposizione sul sito.

Il tutto, senza dimenticare la vendita in negozio. «La crescita online è certamente favorevole sotto diversi aspetti. Ad esempio in tanti utilizzano il sito per farsi un'idea dei prodotti ma preferiscono concretizzare l'acquisto in negozio. Questo per noi resta il momento più gratificante in cui riusciamo a percepire la soddisfazione dei clienti per i servizi offerti, anche attraverso i loro racconti. Spesso condividono con noi il momento della proposta di matrimonio o di come è avvenuta la consegna del regalo: è l'aspetto umano del nostro mestiere che ci emoziona sempre, ogni volta come se fosse la prima».

E proprio a tal proposito: «Abbiamo aperto due nuovi negozi, uno a Genova in corso Sardegna e l'altro all'interno di un centro commerciale a Busnago, in provincia di Milano ma stiamo lavorando anche ad altre tre prossime aperture – concludono – Per il 2023 abbiamo due obiettivi principali: arrivare a sessanta punti vendita focalizzando l'attenzione su format e location nuove e internazionalizzare completamente il sito per coinvolgere tutta l'Europa. Sono progetti ambiziosi ma non ci spaventano. L'unione fa la forza e noi siamo una bella squadra».





DAMIANI

● **1924**
anno di fondazione

● **116 MILIONI DI EURO**
fatturato 2021

● **800**
dipendenti

VALENZANO

Guido Grassi Damiani: non ci fermiamo e guardiamo al mondo

di **Marcello Feola**

È uno dei brand più riconosciuti a livello globale. Ma le sue radici, solide, sono a Valenza. Da qui, dalla terra alessandrina, il Gruppo Damiani guarda ai prossimi anni. E il presidente Guido Grassi Damiani ci spiega in che modo.

Dottor Damiani, il Gruppo non si ferma e continua a investire e a programmare il futuro: quali i prossimi passi? *Stiamo procedendo celermente con la strategia cominciata negli scorsi anni che ci ha dato ritorni importanti e nuove energie per incrementare progetti e investimenti. In particolare, con il rafforzamento dei mercati già presidiati come la Corea e il Giappone, con attività che declinano le nostre strategie e la nostra immagine localmente attraverso il coinvolgimento di celebrities; le nuove aperture o l'ampliamento delle attuali boutique; lo sviluppo di nuovi mercati come la Cina, dove oltre ai negozi Damiani abbiamo appena aperto tre boutique Salvini a Shanghai. Abbiamo recentemente aperto anche la nostra subsidiary a Taiwan e la prima boutique a gestione diretta nel Paese.*

Stiamo inoltre intervenendo in maniera progressiva in Medio Oriente, rendendo la sede di Dubai il centro dello sviluppo del territorio, e in America Latina, oltre a rafforzare la presenza in Europa e anche in Italia, dove con Rocca abbiamo esteso la politica di supporto alle realtà di eccellenza locali, acquisendo il controllo delle gioiellerie Floris Coroneo a Cagliari e Porto Cervo. Abbiamo inoltre reso ancor più esclusivo il nostro ruolo di Luxury partner con Rinascente a Roma e a Milano, dove sempre Rocca, oltre a Damiani e Salvini, gestisce numerose boutique dei brand del lusso

dell'orologeria e della gioielleria.

Dopo la pandemia, il "caro energia" e un mondo col fiato sospeso per il conflitto in Ucraina: i progetti sul mercato interno ed estero quanto sono condizionati?

A dire il vero, guardiamo con attenzione gli scenari mondiali ma, anche se nell'ultimo periodo le difficoltà sono andate via via inasprendosi, le politiche e le strategie adottate dal gruppo, e la solidità, l'affidabilità che abbiamo perseguito e costruito negli anni ci han consentito di reggere prima, e di affrontare poi, questa situazione con soluzioni pronte ed efficaci, di sostegno alla nostra rete di partner e di servizi al cliente finale. Tutto questo, accompagnato da un design sempre attento, da proposte commerciali e di partnership innovative e da prodotti e collezioni di valore concreto oltre che stilistico, ci ha permesso di mantenere fede alla nostra visione e ai nostri progetti per il futuro. In particolare, l'aumento del costo dell'energia sta incidendo pesantemente su Venini, che ora paga il gas 10 volte in più dello scorso anno. Nonostante questo, è una delle poche fornaci rimaste aperte e attive, per poter garantire le proprie opere agli estimatori di tutto il mondo.

Damiani e Valenza, unione inscindibile: a che punto siamo con il PalaFiere? *Nonostante l'ampia distribuzione internazionale, la diffusione nel mondo di oltre 70 boutique e il riconoscimento del brand come riferimento del Made in Italy, la nostra famiglia e la nostra azienda restano molto attaccati e affezionati a Valenza e alle radici da cui veniamo. Il progetto del PalaFiere, che ha subito uno stop forzato causato dal Covid proprio poco prima*



che iniziassero i lavori edili, è tornato ad essere uno dei progetti di prossima attuazione. Anzi, il piano si è evoluto e prevede ora una maggiore strutturazione, per dotare il gruppo di una più ampia, prestigiosa ed efficiente unità produttiva, con un numero di addetti più che raddoppiato rispetto al precedente disegno.

Questo si lega anche al processo di formazione di nuovi talenti dell'arte gioielliera a cui tramandare il prezioso know how dei nostri artigiani, che abbiamo cominciato già da anni con l'attivazione della Damiani Academy, che ha consentito di formare e di assumere già oltre un centinaio di giovani.

L'INTERO CICLO DI RECUPERO DEI METALLI PREZIOSI, AL SERVIZIO DELLE IMPRESE



AFFINAZIONE | LABORATORIO E RICERCA |
FUSIONI | SOLUZIONI GALVANICHE |
BANCO METALLI | INVESTIMENTI



PRECIOUS METALS REFINING



LONDON
PLATINUM &
PALLADIUM
MARKET

tcaspa.com



TCA SpA

Qualità e responsabilità, certificate

Alla base della sempre più crescente social corporate responsibility delle aziende c'è la presa di coscienza che impresa e profitto vadano perseguiti seguendo principi di sostenibilità a livello ambientale, sociale e di governance. Specialmente in un settore come quello del recupero metalli preziosi in cui TCA SpA opera da 46 anni e in cui vale l'esperienza molto forte, la ricerca continua di soluzioni tecnologiche e innovative.

Sempre più spesso la competitività di ogni impresa nel suo mercato è legata a scelte consapevoli di approvvigionamento delle materie prime, che siano certificate in maniera indiscutibile e che producano effetti positivi sul territorio e per la comunità, non solo a livello locale.

Anche TCA ha ottenuto importanti certificazioni di enti indipendenti

internazionali sulle prassi aziendali e sulla filiera produttiva, grazie alle quali si è distinta per l'attenzione e la responsabilità a ogni livello.

Il cliente TCA chiede sempre più spesso prodotti di qualità e rispettosi, premiando il fornitore che si comporta in modo corretto. Basti pensare che le lavorazioni che riguardano metalli RJC (Responsible Jewellery Council, l'ente di cui TCA è membro), sono aumentate nella sede valenzana (una delle tre dell'azienda) del 32 per cento.

Competitività e responsabilità vuol dire anche scegliere con attenzione i partner con cui lavorare. TCA garantisce approvvigionamenti stabili, continuativi - soprattutto in un periodo di incertezza come quello attuale - rafforzando la propria posizione grazie a strumenti come le certificazioni non solo per la convinzione di poter migliorare il pro-

cesso produttivo, ma anche per sostenere che quei concetti, business e sostenibilità, non sono contrapposti e che per quanto sia impegnativo i modelli di business possano essere ridisegnati in modo da abbracciare entrambe le istanze.

Il mercato premia anche la qualità: l'accreditamento nella lista dei pochi raffinatori al mondo per il Platino e il Palladio si allinea al percorso intrapreso negli anni e che continua a portare i suoi frutti in termini di standard e riconoscimenti raggiunti e questo fa pensare che la strada in cui TCA SpA continua a muoversi, quella della serietà, competenza e della voglia di offrire servizi controllati, attuati tramite investimenti solidi, sia quella giusta. Sono solo 30 al mondo le raffinerie di metalli preziosi capaci di soddisfare questi altissimi standard di qualità e TCA ne fa parte con orgoglio.



STUDIO CIRRI

● **2018** anno di fondazione

● **N.D.** fatturato 2021

● **0** dipendenti

Il sarto della comunicazione, la strategia come un abito perfetto

di **Marco Bertoncini**



Decisivo, nel tracciare il profilo di Giuseppe Alfonso Cirri, titolare dello studio che porta il suo cognome è stato il solco tracciato dal padre Giulio che, manager d'azienda, nel 1958 aveva gestito le relazioni internazionali all'Industrial Fair di Teheran venendo insignito per la sua preziosa opera di un riconoscimento direttamente dallo Scì di Persia, Reza Pahlavi.

Seguirlo tra Firenze, Milano, Emilia Romagna e Spagna è stato fondamentale per il figlio: «In tutte le sue esperienze si è occupato di relazioni industriali e io ho avuto la fortuna di condividere al suo fianco tanti anni di lavoro. Ancora oggi capita di adottare meccanismi di ragionamento che ponevamo in essere insieme».

Professionalmente a Valenza solo dal 2018 'Beppe', che si è sempre occupato dell'aspetto comunicativo in tutte le sue esperienze lavorative, non ha dipendenti ma una fitta rete di collaboratori, a partire dalla moglie Claudia e dal figlio Giulio ma anche tanti altri specialisti. Nella prestigiosa location di palazzo Terzano, con un ma-

ster in relazioni pubbliche d'impresa, consulente senior di Ferpi, la Federazione Relazioni Pubbliche Italiana, il professionista vuole porsi ai suoi partner con lo spirito di un artigiano specializzato in un settore, quello della comunicazione, troppo spesso considerato erroneamente secondario: «Dalla piccola lavanderia fino alla grande azienda, dalla fondazione o all'ente pubblico, l'idea è quella di poter essere utile a tutti, come con un abito sartoriale, fatto su misura delle esigenze personali del cliente» prova a sintetizzare. Qualunque sia l'interlocutore, il punto di partenza è sempre lo stesso: «L'ascolto. Solo dopo questa approfondita fase si può iniziare a creare un piano di comunicazione il più aderente possibile all'obiettivo». Valenza però, specialmente sulle novità, talvolta è terreno particolarmente ostico alla semina: «Il problema è quello della penetrazione, il nostro lavoro viene percepito con difficoltà, eppure le competenze non sono una spesa ma un investimento. La nostra grande sfida è questa, spe-

cialmente in un difficile momento come quello odierno dal punto di vista socioeconomico. La spesa in comunicazione viene spesso cancellata o ridotta nelle fasi di crisi ma è uno sbaglio, perché ci si affida poi a chi non ha le armi e il bagaglio per farlo correttamente e si ottiene un risultato opposto, addirittura una perdita di reputazione». Cirri però in Valenza crede e sul territorio provinciale si spende anche in attività filantropiche, dove mette a disposizione gratuitamente la sua preparazione per eventi benefici o, ad esempio, per alcune iniziative dell'istituto Cellini. Ma dove sta andando il mondo delle relazioni pubbliche? «I comunicatori sono diventati sempre più spesso figure manageriali che siedono nei cda delle grandi aziende dove vengono coinvolti attivamente nelle scelte strategiche. Oggi le frontiere con cui confrontarsi sono l'intelligenza artificiale e il metaverso ma ogni nuova tecnologia non sostituirà mai la comunicazione e il rapporto tra le persone. L'uomo rimarrà al centro».



MYFAMILY

● **2011**
anno di fondazione

● **16,5 MILIONI DI EURO**
fatturato 2021

● **133**
dipendenti

VALENZANO

Grandi novità per l'azienda specializzata nelle targhette per animali

di **Massimo Brusasco**



MyFamily arriva anche negli aeroporti. E, se vogliamo usare la metafora, è il chiaro segno che quest'azienda è decollata.

A Valenza non è tutto oro quello che luccica, ma anche medagliette per cani (soprattutto) e gatti, perché questo – in particolare – viene prodotto negli stabilimenti di strada Solero dove però, anno dopo anno, ci si è specializzati per soddisfare le esigenze dei piccoli animali e dei loro padroni. E sono i numeri a certificare la bontà di un'azienda che, dal 2010 ha immesso sul mercato 12.000 macchine per l'incisione delle targhette, è presente in 12.000 punti vendita dove smercia 1.500 tipologie diverse di prodotti, grazie a 43 distributori. Con 155 dipendenti, ha come riferimento 139 catene e 89 paesi di tutto il mondo. Per capire i progressi registrati basti pensare che nel 2011 vennero prodotte 300.000 medagliette e che ora siamo nell'ordine dei 6 milioni.

Il tutto per un'avventura iniziata in un semplice ufficio. La tradizione della famiglia incentrata sull'oreficeria non soddisfaceva abbastanza. E allora Alessandro Borgese decise di guardare avanti, rimanendo nel settore dei metalli ma puntando sull'universo pet. "Innovarsi senza paura" potrebbe essere lo slogan. Senza presunzione, ma con la presa di coscienza delle richieste del mercato.

E poi c'è la carta entusiasmo, da giocare per vincere. E così, oltre alle collezioni di medagliette definite "uniche al mondo per varietà e qualità delle finiture", spicca il settore di collari, guinzagli e pettorine, unendo bellezza a efficienza e funzionalità.

Il must sono le macchine per incidere: significa che il cliente può rivolgersi al negozio di fiducia per ricevere, in pochi minuti, la targhetta personalizzata, con l'incisione prescelta.

La grande novità di MyFamily del 2022 è l'inaugurazione del punto vendita

monomarca all'aeroporto di Orio al Serio, in provincia di Bergamo. Non sarà, però, l'unica iniziativa di questo genere, perché in programma ci sono aperture analoghe a Venezia, Roma e in Spagna, sempre negli aeroporti dove i "pet shop" non sono presenti. Particolare interessante: lì si potranno incidere anche le targhette per le valigie, che sono un'altra opportunità offerta da MyFamily oltre alle incisioni per i citofoni. Tra le novità va inclusa la vendita, anche nelle ferramenta, di macchine per incidere.

L'azienda, dunque, è in chiara espansione, tanto più dopo la pandemia. La quale, però, se da un lato ha rallentato l'attività, dall'altro ha fatto crescere l'affezione per gli animali da compagnia, ai quali viene riservata sempre maggior attenzione.

Lo si è riscontrato anche nelle grandi fiere di settore, alla quale MyFamily ha partecipato, da Zoomark di Bologna a Interzoo di Norimberga.



IL LUOGO del LAVORO

GIOJ
manifattura
valenzina

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



Coltivare, consolidare e diversificare

di **Alberto Marella**

Casale e il Monferrato restano saldamente ancorati ai propri capisaldi economici coltivati e consolidati a partire dalla seconda metà del Novecento. E se non si registrano nuovi insediamenti industriali (anche se si fa largo l'ipotesi di un investitore pronto a realizzare una piattaforma logistica nell'area di San Bernardino), si cementano le realtà attorno alle quali ruota il sistema socioeconomico del Casalese: la multinazionale del cemento Buzzi Unicem, la regina delle macchine per il packaging Bobst, i diversi "rami" industriali della famiglia Bonzano (da BCube a Bonzai, da Ibl a iPan), la Zerbinati in ambito alimentare, la Eltek e la Euromac in quello meccanico, il Gruppo Stat nel settore turistico e del trasporto, fino alla Iarp, realtà che fa parte di Epta, Gruppo che si starebbe preparando ad una quotazione in Borsa.

'Diversificare' è diventata una delle parole chiave degli imprenditori monferrini che, a livello locale, lo hanno fatto soprattutto nel settore dell'accoglienza turistica. Chi con il vitivinicolo (strada intrapresa dalle famiglie Bonzano e Vogliotti, ad esempio) chi con un progetto più articolato, come quello della famiglia Rosso che, parallelamente alla Cold Car, ha sviluppato con successo il 'polo' di Cascina Faletta: struttura che opera attraverso b&b, vitivinicolo e ristorazione.

È crescente, invece, la sofferenza delle aree più periferiche, basti pensare alla Valcerrina che anno dopo anno vede sfiorire la componente industriale, già flebile di per sé. Una dinamica che ha un effetto domino sulla demografia, sul mercato immobiliare e dunque sui servizi.

CASALESE

Da 30 anni, **Dimsport** è leader nel tuning elettronico per l'automotive con strumenti e software di ricalibrazione, moduli aggiuntivi, banchi prova potenza.



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



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



Valis Environmental Technologies si occupa di progettazione e installazione di impianti dedicati al recupero dei vapori di benzina.



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



Agridea è la società del gruppo che guarda a un futuro sostenibile in ambito agricolo e ricettivo, valorizzando il territorio e formando giovani professionisti.



Bigas sviluppa e produce componenti e sistemi completi per conversione a GPL e Metano per autotrazione.



HOLDIM

group

"Abbiamo trasformato
la nostra passione
in un lavoro"

- G. Deregibus

HOLDIM s.p.a.

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



ANTOS

● 1989 anno di fondazione	● 1,4 MILIONI DI EURO fatturato 2021	● 7 dipendenti
-------------------------------------	--	--------------------------

Quando la cosmesi guarda al turismo

di **Marco Bertoncini**



Come può un'azienda di piccole dimensioni che si occupa di cosmetici naturali strizzare l'occhio al turismo? Lo spiega Gianluca Mortara che con la sorella Silvia [presidente] è a capo di Antos, sulle colline di Ozzano. Con la fine della fase più acuta della pandemia si è deciso di potenziare, e rendere meno 'estemporanea', l'iniziativa del laboratorio aperto: si tratta di speciali visite guidate gratuite in gruppo allo stabilimento che, oltre a uno sguardo approfondito ai locali e al funzionamento delle strumentazioni, comprendono anche un'esperienza unica, quella che, prima del passaggio allo spaccio aziendale, permette di assistere a una dimostrazione di produzione personalizzata, nella quale sono gli stessi visitatori a scegliere le essenze e i profumi delle creme che di fatto stanno contribuendo a realizzare. «La partecipazione è stata decisamente buona quest'anno che lo abbiamo così reso un appuntamento fisso mensile [tra l'inizio della primavera e l'inizio dell'autunno], nel fine settimana, su prenotazione tramite il nostro sito e i nostri canali social.

Vi hanno preso parte circa 30 persone ogni volta, un numero adeguato per permetterci di rispondere alle domande e di dedicare a tutti la giusta attenzione». Un'idea semplice ma efficace, sia per intercettare nuovi clienti ma, soprattutto, per fidelizzare chi un prodotto Antos lo abbia già provato e magari voglia conoscere cosa c'è dietro. «In pratica offriamo un vero e proprio servizio turistico, molti approfittano per una giornata in Monferrato o anche un intero fine settimana. Per questo spesso ci troviamo a consigliare altre attività, dove dormire, dove mangiare».

Il successo è tale che si pensa a migliorare l'offerta: «Magari con una zona dove proporre un servizio benessere, o addirittura la ricettività. Si potrebbe anche studiare qualche convenzione o collaborazione con altre realtà, offrendo un pacchetto turistico completo».

L'offerta dell'azienda si conferma ampia, a 360° con prodotti corpo, viso e capelli ma pure repellenti antizanzare, solari e chi più ne ha più ne metta. Le linee guida sono sempre le stesse: la

semplicità, con il minor numero di ingredienti possibili, la creatività con cosmetici sempre più innovativi e originali e la freschezza, con un bassissimo ricorso all'uso dei conservanti. Gli ingredienti sono sempre naturali, con derivazione a base vegetale. «Stiamo lavorando per rinnovare la linea legata all'uva, per renderla più completa e funzionale. L'idea è di giungere a un concetto di economia circolare, collaborando con le aziende del territorio sempre di più».

Per quanto riguarda le cifre degli ultimi mesi, la vendita diretta nello spaccio aziendale 'pesa' per il 10% del fatturato, il 50/60% arriva invece dall'online. Il 'resto' è invece ad appannaggio dei rivenditori, qualcuno dei quali lavora anche con l'estero ma, almeno per adesso, la maggior parte della clientela è italiana.

E la crisi energetica?

«Non abbiamo ancora ritoccato il nostro listino prezzi ma lo faremo a inizio 2023, sia per i costi energetici della produzione ma anche per l'aumento delle materie prime, che arrivano dall'agricoltura».

BOBST

● 1960

anno di fondazione
[sede di S. Giorgio]

● 156 MILIONI DI EURO

fatturato 2021
[Bobst Italia]

● 507

dipendenti
[Bobst Italia]

Le tre declinazioni di sostenibilità e un target ambizioso

di **Marco Bertoncini**

«Vogliamo evitare di parlare di sostenibilità senza che le nostre affermazioni vengano seguite dai fatti» spiega Sara Alexander (nella foto), Marketing & Communication Manager Flexible Packaging Industry.

Sostenibilità è però un concetto assai ampio, tanto che nel gruppo sussistono tre differenti gruppi specificamente dedicati a seguirla nelle sue possibili declinazioni, creando paradigmi per tutte le sedi e tutti i dipendenti.

C'è quella corporate, c'è quella legata alle macchine che vengono progettate e realizzate e pure quella legata ai prodotti.

«I nostri clienti ci hanno dato un target ambizioso, da raggiungere entro il 2025 – continua la Alexander – quello di poter produrre prodotti al 100% riciclabili e/o riutilizzabili».

Si lavora insieme per realizzare nei fatti i concetti dell'economia circolare. Si opera all'interno di specifiche partnership, nelle quali i clienti sfruttano con profitto il grande apparato di ricerca e sviluppo di Bobst, il know how e le potenzialità offerte dalla professionalità degli addetti. «Li chiamiamo ecosistemi, ambienti nei quali ricerchiamo le migliori soluzioni per il mercato». Le 'Colonne d'Ercole', in parte già oltrepassate, sono quelle del packaging flessibile monomateriale, più idoneo al riciclo. La tecnologia oneBARRIER è già in grado di fornire macchinari e processi per arrivare all'imballaggio con un singolo polimero-film (un esempio sono le confezioni del caffè) anziché in strati di diversa tipologia. A questa, lanciata nel 2021, si è recentemente aggiunta una oneBARRIER a base carta,

adatta ad esempio alle confezioni di prodotti in polvere.

Non finisce qui, perché, pur ancora in fase di ricerca e sviluppo, si sta perfezionando un'applicazione verso un packaging home compostabile, quindi idoneo al conferimento nelle semplici compostiere domestiche, a disposizione di tanti utenti di tutto il mondo.

A San Giorgio

Bobst Italia, la cui sede principale è all'ex Rotomec di San Giorgio (l'altra è a Piacenza), figura tra le perle più lucenti di un gruppo multinazionale svizzero presente in oltre 50 paesi, con 19 impianti di produzione diversi in 11 stati, e per il quale lavorano oltre 5800 persone.

La sede di San Giorgio di Bobst Italia (dove lavorano 420 persone) produce macchine per la stampa e la trasformazione di imballaggio flessibile dal 1960, anno in cui fu fondata come Rotomec S.p.A. Nel 1987 passò al gruppo finlandese Valmet Converting, a sua volta acquisito da Bobst nel 2004. L'operazione rientrava nella strategia dell'azienda svizzera costruttrice di macchine per imballaggio in cartone teso e ondulato, volta a diversificare ed estendere in modo significativo l'attività nel settore dell'imballaggio flessibile. Poco dopo, il sito è diventato il centro di eccellenza del Gruppo per le tecnologie di stampa rotocalco, accoppiamento e spalmatura. Nel 2020 sono stati inaugurati i nuovi uffici e le nuove aree produttive dopo un processo di ristrutturazione durato qualche anno e un investimento importante.





BUZZI UNICEM

CASALESE

● 1907 anno di fondazione	● 3,4 MILIARDI DI EURO fatturato 2021	● 9.664 totali 1.500 Italia dipendenti
-------------------------------------	---	--

Guardare al futuro nell'ottica di una riduzione delle emissioni

di **Marco Bertoncini**



Il 2021 di Buzzi Unicem, multinazionale con sede a Casale, è stato caratterizzato da una crescita del fatturato del 6,9%. Un periodo agrodolce, da un lato l'affievolimento della pandemia, dall'altro l'esplosione dell'inflazione. Poi sono arrivati gli ostacoli alle catene di fornitura globali, le tensioni geopolitiche internazionali e gli incrementi senza precedenti nei prezzi di combustibili, energia, logistica, materie prime, servizi, diritti di emissione CO².

L'azienda integra in maniera organica la sostenibilità nel proprio modello di business, ponendo grande attenzione alle tematiche ambientali, sociali e di governance. «L'attenzione è sempre più focalizzata sui temi ambientali: in particolare il tema delle emissioni di CO² sarà una possibile rivoluzione epocale nel nostro settore. Il processo di riduzione è già in corso e dovrà subire una decisa accelerazione, ricercando nuovi prodotti e favorendo l'evoluzione dei processi di produzione, comprendendo anche tecnologie innovative in corso di sviluppo per la cattura della CO₂» spiegano dal gruppo.

Recentemente è stata presentata la roadmap 'Our Journey to Net Zero', per guardare al futuro e raccontare il percorso verso la riduzione delle emissioni al 2030 e perseguire la neutralità carbonica al 2050. Buzzi Unicem, insieme a tutta la filiera, è impegnata a svolgere un ruolo chiave ripensando i propri metodi e processi e facendosi portavoce di nuove tecnologie e materiali che consentono una riduzione dei consumi energetici. Il componente principale del cemento è il clinker: due terzi delle emissioni derivano dalla sua fabbricazione.

Il contenuto di clinker nei cementi tenderà a diminuire, senza pregiudicare le prestazioni.

Si punta all'innovazione con una linea di prodotti opportunamente selezionati e adatti a contenere la loro impronta carbonica: «La linea di cemento CGreen è stata formulata selezionando idonee aggiunte attive, parzialmente sostitutive del clinker, ottimizzando le condizioni di macinazione e miscelazione e utilizzando additivi di nuova generazione».

Le ultime novità

Built (Buzzi Unicem Innovation Lab and Technology) è il nuovo laboratorio tecnologico di Vercelli: in collaborazione con l'Upo svolge attività di Ricerca & Sviluppo. Le attività svolte sono focalizzate sulle analisi chimiche, fisiche e strumentali mirate ad affrontare la sfida della sostenibilità. Hinfra è una start-up innovativa di cui Buzzi Unicem rappresenta il socio di maggioranza relativa.

È un nuovo modello di impresa di costruzioni che si traduce in un hub tecnologico per le principali opere di ingegneria civile. Protagonista il calcestruzzo. L'obiettivo è renderlo digitale su larga scala e sostenibile in tutto il suo ciclo di vita. Continua l'impegno costante dell'azienda verso le comunità locali.

Nel 2021 è stato possibile mantenere vivo il dialogo e il rapporto con gli stakeholder e dare vita a nuovi progetti, declinati in diversi ambiti, tra cui quello sociale, culturale ed educativo anche in Monferrato.



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, 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 UNI EN ISO 14001:2015 e quello riferito alla sicurezza sul lavoro UNI EN ISO 45001:2018.

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!



ISO 9001
ISO 14001
ISO 45001



BUREAU VERITAS
Certification

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



BCUBE

● 1952 anno di fondazione	● 532 MILIONI DI EURO fatturato 2021	● 4000 dipendenti
------------------------------	---	----------------------

CASALESE

La novità di Bcube, la PharmaValley a Livorno

di **Marco Bertoncini**



Ha sede a Casale Bcube, una delle più importanti, probabilmente la più importante tra le aziende di logistica italiane. Una storia di imprenditorialità familiare che prosegue da generazioni ma che guarda con convinzione, e non potrebbe essere diversamente visto il campo d'azione, all'internazionalità. Oggi Bcube – il nome è recente, del 2014, quando per il restyling del brand ci si affidò a Oliviero Toscani – conta un centinaio di sedi operative in tutto il mondo. È un operatore di logistica integrata che interviene in diversi settori industriali e in tanti mercati: Automotive, Industrial, Energy, Aerospace & Defence, Air Cargo, Consumer, Pharma e Global Transport Services.

Alla guida c'è Piero Carlo Bonzano, cavaliere del lavoro e presidente, figlio del fondatore Luigi.

Una delle iniziative più rilevanti e recenti è PharmaValley che riguarda un investimento di Bcube nell'area dell'interporto Amerigo Vespucci di Livorno [e in grado di sfruttare lo scalo marittimo della città ma pure l'aeroporto di Pisa]. Si tratta di una piatta-

forma logistica integrata finalizzata alla conservazione e alla distribuzione di farmaci su scala nazionale e internazionale. Proprio quello della logistica dei prodotti farmaceutici è uno dei principali campi d'azione del gruppo.

Si tratta di un investimento cospicuo, nell'ordine dei 100 milioni di euro da parte di Bcube. Una spesa che permetterà la costituzione della più estesa piattaforma digitale d'Europa integralmente dedicata al settore Life Science. Si prevede che metà della superficie totale di 60mila metri quadrati di PharmaValley possa essere completata entro la fine del prossimo anno, il 2023, e produrre un giro d'affari di 40 milioni di euro ogni anno, il triplo per l'indotto. Una struttura del genere significa anche, ovviamente, posti di lavoro. In totale siamo nell'ordine delle 600 persone, un terzo delle quali si aggiungeranno ai 400 attuali dipendenti di Bcube in Toscana.

Un occhio di riguardo è doverosamente rivolto alla sostenibilità, almeno la metà dell'energia utilizzata

sarà di origine solare ed è prevista inoltre una consistente riduzione delle emissioni bypassando l'esigenza di utilizzare i poli di Milano e Roma evitando le spedizioni doppie.

Più in generale, allargando l'analisi all'attività dell'intero gruppo, quello della sostenibilità è un aspetto primario, che prosegue nel suo cammino a braccetto con l'innovazione. Ne è un esempio la ricerca nel campo del packaging industriale, un altro dei core business.

Un ulteriore elemento da considerare, nell'ambito dei trasporti, è quello delle soluzioni intermodali, che spostano il carico di merce movimentata da 'via gomma' a 'via ferrovia', contribuendo all'abbassamento delle emissioni di CO₂ che caratterizzano il trasporto via strada.

«Bcube è sicuramente un importante interlocutore per la definizione di progetti strategici di portata nazionale, dato che dispone di un'infrastruttura ferroviaria adeguata, presso i propri siti operativi, pronta per essere messa a disposizione» spiegano dal gruppo.

Fondata nel 1987, opera nel settore dei sistemi industriali e automazione, sia in Italia che all'estero. L'azienda è specializzata in costruzioni e cablaggio di quadri elettrici di comando e controllo, sistemi plc, automazione, progettazione elettrica e meccanica, messa in servizio e assistenza tecnica.

La nostra specializzazione riguarda anche la conoscenza di macchine per la stampa flessografica e rotocalco.



PROGETTAZIONE
COSTRUZIONE
LAVORAZIONE
CONTO TERZI
IMPIANTI ELETTRONICI
ED ELETTROTECNICI

CASALE MONFERRATO (AL)
Via Bruno Buozzi 16
Tel. 0142.478528
www.grafica-elettronica.it
morano@grafica-elettronica.it



ANTICA DISTILLERIA DI ALTAVILLA

CASALESE

● **1846**
anno di fondazione

● **500 MILA EURO**
fatturato 2021

● **CONDUZIONE FAMILIARE**

Famiglia e qualità valori imprescindibili La forza della tradizione

di **Marcello Feola**



«I primi sei mesi dell'anno sono andati molto bene, adesso vediamo il periodo autunno/inverno, che per noi è ovviamente fondamentale: il momento è quello che è e conosciamo tutti la situazione di ristoranti e locali pubblici, dopo gli anni di pandemia sinceramente non ci voleva. Ma occorre guardare avanti con fiducia»: Fabrizio Mazzetti, che con il fratello Alessandro e l'intera famiglia è l'anima dell'Antica Distilleria di Altavilla, è l'emblema di quanto siano importanti radici e tradizioni.

Non potrebbe essere altrimenti, in una attività distillatoria avviata nell'ormai lontano 1846 da Filippo Mazzetti e tramandata di padre in figlio attraverso ben sei generazioni.

E, oggi come allora, in azienda arrivano le più profumate vinacce del Monferrato, dalle quali si estraggono altrettante grappe monovigtino in alambicchi a vapore che sono un'autentica opera d'arte, poi conservate per anni in pregiate botti di rovere e in barriques di ciliegio, castagno, mandorlo e rovere francese. Risultato, un prodotto di qualità unica per gusto e aroma, dalle specifiche note floreali e fruttate.

«Le nostre grappe sono inconfondibili - ammette Mazzetti - anche perché originate da vinacce tutte piemontesi: Ruché, Moscato, Nebbiolo da Barolo, Grignolino, Malvasia di Casorzo, Brachetto, Chardonnay, Freisa... Negli ultimi anni, poi, abbiamo riservato particolare attenzione al discorso delle non filtrate che consigliamo di bere fresche d'estate: un prodotto che ha avuto particolare successo, insieme alle aromatiche. Così come le referenze speciali 'Alambicco del Tramvai', una Ruché riserva 2011 e una Nebbiolo riserva 9 anni che la trentina Proposta Vini mette sul mercato in esclusiva abbinandole anche a un tour nelle nostre cantine che prende il via dall'antica ciminiera, passa dalla sorgente di acqua solforosa e si conclude nel nucleo centrale della distilleria»

Dove tra fotovoltaico e biomasse il "caro energia" è stato affrontato senza timori: «Ora stiamo studiando il modo di diventare completamente autonomi, ma i passi effettuati negli anni scorsi oggi stanno assumendo un valore davvero importante».

E il tutto avviene, come appare evidente al primo assaggio, all'insegna della



qualità. E i premi ricevuti nei mesi scorsi lo possono testimoniare: «Con la riserva Saeculum Tertium, una grappa di Ruché e Barbera distillata con un sistema discontinuo a bassa pressione con alambicchi in rame funzionanti a vapore e utilizzo di piccole botti di essenze diverse, abbiamo ottenuto diversi riconoscimenti, compreso quello della Guida del Touring». Perché la tradizione, come detto, è importante. E non serve fretta per fare cose belle. Specialmente in un momento in cui sembra che tutti debbano per forza correre, o rincorrere qualcuno e qualcosa.

GRAFICA ELETTRONICA

● **1987**
anno di fondazione

● **980 MILA EURO**
fatturato 2021

● **3**
dipendenti

Una realtà artigiana che resiste contro i grandi colossi

di **Marco Bertoncini**

Non è facile sopravvivere nel "Mare Magnum" del mondo dell'industria del cosiddetto converting. Eppure questa è la dimensione della Grafica Elettronica di Casale, una realtà nata 35 anni fa, nel 1987, e che oggi, progettando e costruendo impianti di automazione per macchine del settore sfida i grandi colossi pur rimanendo un'azienda di dimensioni, almeno numericamente, ridotte.

«Serve coltivare le conoscenze e saper fare un po' di tutto. Ancora oggi che mi occupo in prima persona principalmente della parte commerciale, cercando nuovi clienti, portando avanti le trattative oppure tenendo i rapporti con quelli affezionati e fidelizzati al nostro modo di lavorare, non ho vergogna di "tirare dei fili", se serve ed è necessario» spiega il titolare Massimo Morano, che solo sporadicamente si affida ad agenti esterni per procacciare affari alla Grafica Elettronica.

L'avventura, alla fine degli anni '80, era incominciata con lui e suo padre, entrambi reduci dall'immenso bagaglio di esperienze pluriennali acquisito lavorando nella storica Cerutti. Si è andati avanti con questa dimensione artigiana [Massimo non ha assolutamente alcuna vergogna a ribadire il concetto, elevandolo a bandiera e tratto distintivo della "sua" creatura] che, a fronte di un rapporto con i clienti che è ovviamente direttissimo, comporta diversi inevitabili ostacoli. «I piccoli spesso vengono snobbati in un settore come il nostro» va avanti Massimo. Per 25 anni in via Magenta, da qualche

tempo l'azienda è in una zona più centrale di Casale, in via Bruno Buozzi 16, lungo il canale.

La crisi globale ha colpito anche loro: «Alcuni materiali sono diventati difficili da reperire e le aziende tendono a non investire in un periodo come questo, così invece di rinnovare le loro macchine affidandosi a noi preferiscono fare scorte». E dire che, concettualmente, il lavoro non manca e teoricamente mai mancherà: «Lavoriamo a servizio delle industrie alimentari, finché la gente mangerà ci saranno delle opportunità» continua Massimo.

Il core business è questo: l'intervento su macchinari già esistenti con upgrade, cioè aggiornamenti e innovazioni, potenziamenti. Le performance delle strumentazioni così migliorano, si adattano alle esigenze del cliente con un rapporto diretto, in cui la dimensione ridotta dell'azienda rappresenta evidentemente un vantaggio competitivo. Ci sono poi, tra i campi di intervento, evidentemente anche la sostituzione dei pezzi obsoleti e la manutenzione. Alcune volte, tuttavia, capita pure di realizzare qualcosa ex novo: «Qualche anno fa è capitato addirittura per il Governo della Corea del Sud. Ci avevano contattato via mail e inizialmente pensavo si trattasse di spam! - Racconta con orgoglio Massimo - Solo alla terza comunicazione cestinata in pochissimi giorni mi sono reso conto che era tutto vero, siamo andati a Seul a trattare e poi a installare. Una bella soddisfazione: ci avevano conosciuto da un altro nostro lavoro, finito in India».





ZERBINATI

CASALESE

● 1970 anno di fondazione	● 43 MILIONI DI EURO fatturato 2021	● 213 dipendenti
------------------------------	--	---------------------

Un'importante storia di famiglia. La crisi non ferma progetti e idee

di **Marcello Feola**



«Stiamo cercando di mantenere la barra dritta rispetto a quelli che erano i nostri obiettivi e i nostri progetti, ma certamente non è semplice»: Simone Zerbinati, general manager dell'azienda di famiglia, fondata a Casale Monferrato nel 1970 da Ferdinando Zerbinati, non nasconde le complessità di un periodo storico che probabilmente è il più difficile dalla fine della Seconda guerra mondiale a oggi.

Zerbinati oggi è tra i leader di mercato nella produzione di verdure fresche pronte al consumo (IV gamma) e di piatti pronti freschi (zuppe, vellutate, contorni e burger vegetali), ma tra caro bollette e rincari dei costi dell'energia è sempre più dura competere: «Tutto è iniziato alla fine del 2021 con i primi rincari sugli imballi, poi nel 2022 si è proseguito con materie prime, imballi primari e secondari (i primi vengono utilizzati per confezionare il prodotto, i secondi per trasportarlo), trasporti, gas ed energia. Tutto ciò ci pone davanti a scelte

importanti da fare, in modo da capire come affrontare i prossimi mesi sia dal punto di vista della produzione, che sotto il profilo di vendite, assortimenti e clientela. Obiettivamente, una mazzata del genere nessuno se la aspettava, oltretutto perché nessuno sa quando e come finirà». Nonostante ciò, però, Zerbinati continua a investire...

«Lo spirito che ci caratterizza è sempre stato quello di innovare e guardare avanti. Il 24 settembre, ad esempio, abbiamo presentato sul mercato una nuova linea di burger e crocchette panate a base di verdure, e questo ci ha distolto un po' dai problemi della quotidianità. I numeri stessi ci dicono che stiamo crescendo del 15% a livello di fatturato rispetto al 2021 ed è un paradosso, perché ora come ora non è detto sia un bene, perché più produci e più aumentano i costi e la stagione invernale per noi coincide con le settimane di massima produzione e vendita».

Sono cambiate le modalità di con-



sumo della clientela, per via della pandemia e della crisi?

«Non abbiamo attualmente notato contrazioni, ma dobbiamo anche dire che i nostri prodotti non hanno avuto aumenti di prezzo allo scaffale. E ciò, oggi, ha un risvolto negativo sulla produzione fino a impattare sulla parte agricola, perché comprime i margini che ci sono nella nostra filiera. In un frangente in cui la quarta gamma sul mercato nazionale sta facendo registrare una crescita del 6%».



edilizia



ambiente



energia



agricoltura

**quattro divisioni,
un obiettivo in comune:
la sostenibilità**



Allara Spa Str. Frassineto Po, 42 | 15033 Casale Monferrato (AL)



per saperne di più



Il Gruppo **ALLARA** al servizio della sostenibilità

Il Gruppo Allara è una realtà industriale che opera da più di cinquant'anni nel settore estrattivo, raggiungendo e consolidando una posizione di leadership nel mercato della fornitura di aggregati naturali, calcestruzzi e asfalti in tutto il Nord Ovest.

Avendo puntato su una forte integrazione del processo produttivo, che si estende dalla fase di estrazione della materia prima arrivando fino alla realizzazione di opere edili, l'azienda è in grado di monitorare e di assicurare la qualità dei propri prodotti lungo tutta la filiera.

Le attività principali del Gruppo

- *Estrazione e Lavorazione di Ghiaie e Sabbie*
- *Regimazioni Idrauliche con asportazione di Inerti*
- *Produzione di Calcestruzzi premescolati*
- *Produzione di Conglomerati Bituminosi*
- *Produzione di Manufatti Prefabbricati*
- *Costruzione di opere edili e di grandi infrastrutture*
- *Realizzazione di opere di ingegneria naturalistica*
- *Sviluppo e costruzione di centrali di produzione di energia da fonti rinnovabili*
- *Recupero di rifiuti da attività di costruzione e demolizione*
- *Attività derivanti dalla coltivazione della terra*

Uno dei prodotti di punta del Gruppo è rappresentato dai calcestruzzi: attraverso una rete di impianti di betonaggio collocati strategicamente sul territorio piemontese e un parco macchine proprietario, ALLARA S.p.A. è in grado di servire i propri clienti su un vasto raggio geografico, assicurando allo stesso tempo la qualità della fornitura e del servizio. Tutte le centrali di betonaggio sono dotate di Sistemi di Automazione Industriale di ultima generazione al fine di assicurare la certezza della qualità del prodotto. All'interno del Gruppo è attivo anche un reparto di controllo qualità per garantire il prodotto finale.

Dagli anni Duemila, il Gruppo ha deciso di diversificare, introducendo ulteriori divisioni aziendali.

La Divisione Ambiente: nel 2006 è stata costituita la controllata Bioinerti Srl per rispondere all'esigenza del mercato e delle Pubbliche Amministrazioni di recuperare il materiale di scarto dell'attività edilizia. Tra le attività, oltre al noleggio di cassoni scarrabili per il conferimento delle "macerie", al trasporto dei rifiuti presso i centri di

recupero e alla vendita di materiale inerte riciclato, spicca quella di trasformare i rifiuti in materia prima secondaria, senza rinunciare alla qualità. Questo tipo di attività è riconducibile al modello di economia circolare che si sta affermando come il modello economico più adatto e resiliente alla crisi che stiamo attraversando. Nel caso di Allara, la circolarità si esprime nel recupero di rifiuti da demolizione e nella successiva trasformazione in un prodotto utilizzabile per alcuni tipi di lavorazione - come la costruzione di piazzali - in cui non è richiesto un materiale più "nobile", come quello usato per costruire le case. Allara con questo tipo di recupero incide sul risparmio di una materia prima preziosa, come l'inerte da scavo, e riutilizza un rifiuto, altrimenti destinato alla discarica. Attualmente Bioinerti può ricevere più di 50 mila tonnellate l'anno di materiale da costruzione e demolizione.

Nella divisione Ambiente di Allara S.p.a. rientra anche l'attività di bonifica di siti inquinati.

La Divisione Energia si occupa della creazione e della partecipazione a progetti diversi nel campo delle fonti rinnovabili. Il Gruppo presta molta attenzione al tema del proprio efficientamento energetico. Sono diversi gli impianti fotovoltaici, come quello nella sede di Sezzadio, che contribuiscono in maniera decisa all'auto alimentazione. Per il nuovo sito estrattivo di Casale Nord sono allo studio piattaforme fotovoltaiche galleggianti per sfruttare lo spazio dei laghi di bacino senza impattare ulteriormente sul terreno. L'azienda si propone come partner nello sviluppo di soluzioni mirate all'autoproduzione di energia elettrica da fonti rinnovabili.

La Divisione Costruzioni Generali, grazie anche all'integrazione con realtà affermate sul territorio, ha acquisito negli anni le capacità tecniche e organizzative per realizzare grandi opere infrastrutturali e ingegneristiche. Allara ha conseguito la qualificazione SOA (una certificazione necessaria alla comprova della capacità dell'impresa a concorrere ed eseguire opere pubbliche con importo maggiore a 150 mila euro) per 11 categorie di opere. A oggi Allara si posiziona a livello regionale tra le prime dieci imprese di costruzione. Ha la più alta classificazione nelle categorie Dighe e Lavori in terra: in questi due casi, Allara può costruire opere pubbliche sopra i 15 milioni di euro in autonomia. Una categoria specialistica in cui Allara eccelle sono le opere di recupero ambientale che hanno come ricaduta la tutela del territorio. Il Gruppo Allara, oltre a credere convintamente nell'importanza di uno sviluppo sostenibile, rispettoso nei confronti dell'ambiente, offre anche diversi servizi in linea. Per conoscere meglio i servizi offerti, è visitabile il sito.

HOLDIM

● 1991 anno di fondazione	● 41 MILIONI DI EURO fatturato 2021	● 18 dipendenti
-------------------------------------	---	---------------------------

Continuare nel cammino verso il futuro, senza sentirsi mai arrivati

di **Marco Bertoncini**

Dici Holdim e parli di un gruppo che al suo interno raccoglie tante diverse anime. La più nota è senza dubbio la 'sorella maggiore', Dimsport, capofila con la sua esperienza nel mondo del tuning elettronico, un'avventura iniziata nel 1991.

Ad Autopromotec, la più importante fiera di settore sul suolo nazionale, si è avuto riscontro di come il profilo del cliente Dimsport sia cambiato nel corso di questo trentennio. Un'altra conferma è arrivata nello scorso settembre ad Automechanika a Francoforte.

La reputazione è di quelle che si costruiscono solo con grande fatica, quella di una piattaforma regina per l'ottimizzazione del rendimento di qualsiasi tipo di motore.

Gli ingredienti del successo sono pochi, ma fondamentali: affidabilità (il meglio per il business dell'officina senza scendere a compromessi in tema di qualità), personalizzazione (un 'vestito su misura' cucito sulle esigenze del preparatore e su quelle del suo cliente), completezza (un ecosistema di strumenti e software per semplificare il lavoro di ottimizzazione) e soprattutto l'ingrediente invisibile, la passione: dietro i grandi numeri, una vivace community di clienti, sviluppatori e un apprezzato servizio di customer-care. L'azienda non si sente comunque in nessun caso 'arrivata' e per questo continua a investire per fare i conti con lo spettro della fine dei motori endotermici. In quest'ottica va letta l'acquisizione di Eos di Parma, oggi ribattezzata Byterd. Un'arma in più in ambito diagnosi con l'idea che diventi un incubatore di progetti e sviluppi per Dimsport e il gruppo Holdim.

Mentre Dimsport prosegue nel suo percorso, su un binario parallelo la 'sorella' Ecomotive Solutions corre forte per rafforzare la sua posizione di 'partner nella transizione energetica' per i più disparati player dell'energia, dell'oil&gas oltre che dell'automotive (tutto partì da lì nel 2009 con la piattaforma diesel dual fuel).

Nel corso del 2022 sono state perfezionate diverse operazioni di rilievo. L'acquisizione di Autogas Italia ha trasformato quella di Modena in una sede distaccata di Ecomotive. L'ingresso di Cavagna Group ha dato nuova linfa ai progetti per lo sviluppo di motori policarburante avanzati. L'arrivo nella compagine societaria di una personalità come quella di Mariano Negri è da considerarsi strategica per lo sviluppo di soluzioni ibride non solo per il light duty.

Visto il momento difficile per il metano si guarda ad alternative sostenibili e per questo ha fatto molto discutere in positivo l'annuncio di sviluppo di soluzioni di soluzioni ibride in sostituzione del tradizionale diesel per alimentare un mezzo pesante.

Il biometano è un cavallo di battaglia dell'azienda, e la recente strabiliante prova in ambito sport motoristici è una lieta conferma: percorrenza record di 56,8 km con 1 kg di biometano raggiunta nel campionato Green Endurance con una Renault Clio E-Tech Hybrid trasformata a biometano grazie al kit Autogas Italia di Ecomotive Solutions.

Recentemente, infine, Holdim ha acquistato Bigas che in unione con Ecomotive Solutions e Autogas Italia, permette al gruppo monferrino di afferinarsi nel settore.





KRUMIRI ROSSI

● 1878 anno di fondazione	● 1,7 MILIONI DI EURO fatturato 2021	● 12 dipendenti
-------------------------------------	--	---------------------------

CASALESE

Nel laboratorio dove lavoro e vita privata si mescolano senza conflitti

di **Marco Bertoncini**



Dopo la pandemia, durante la quale comunque, al netto delle chiusure obbligate, i tanti affezionati del ricurvo biscotto simbolo di Casale Monferrato non si erano comunque privati della loro passione per i Krumiri Rossi, sono arrivati gli aumenti dei costi di produzione, anche ma non solamente a causa del conflitto in Ucraina. È aumentato il prezzo dei trasporti così come dei materiali che compongono il tradizionale e ormai iconico packaging, la scatola di latta rossa, ma tanto sono cresciuti pure i costi degli ingredienti del dolce che rappresenta il più stimato e riconosciuto ambasciatore della città nel mondo, in particolare il burro.

«A fronte di un aumento medio del 45% - spiega Anna Portinaro, alla guida dell'azienda con il marito Carlo - Abbiamo alzato i nostri prezzi solamente del 5%».

Sorride la signora dei Krumiri, la cui famiglia nel 1953 rilevò il brevetto del biscotto. «In questi ultimi mesi - racconta - è sostanzialmente cambiata la situazione. È cresciuta la vendita del prodotto sfuso, che noi proponiamo sottovuoto nel formato preferito dal

cliente, affinché non perda la sua fragranza e le sue qualità». Non è l'unico cambio di paradigma di un'attività che dallo storico negozio-laboratorio di via Lanza diffonde per tutto il quartiere un inconfondibile aroma: «Abbiamo aumentato la stagionalità, il periodo nel quale aggiungiamo dipendenti al nostro organico per potenziare la produzione che comunque mai si ferma. Prima andava sostanzialmente da settembre a Natale ma ora, per evitare di rimanere senza prodotto, proseguiamo fino a febbraio con un maggior numero di addetti».

Un'altra gustosa sorpresa sono le domeniche di apertura, ora la maggior parte delle 52 di un anno, per venire incontro alle esigenze del turismo in cerca del ricordo perfetto di Casale. Non per caso si tratta di un prodotto largamente esportato dai monferrini stessi: «Il casalese non va in vacanza senza una o più confezioni, da regalare nei luoghi di villeggiatura, è una tradizione».

La clientela, ovviamente, non è composta solo da monferrini, ci si avvale di fidati rivenditori e anche di spedi-

zioni. «Magari il contatto inizia con una mail, ma poi finisce sempre con una telefonata, serve alla fidelizzazione, i nostri clienti tornano, è la cosa più importante» continua Anna.

Dopo tanti decenni in negozio, impossibile non guardare al domani: «Sarà giovane e fantastico, prima o poi passerò il testimone ma non in modo immediato, sarà un processo a scalare di cui nessuno si accorgerà, la famiglia Portinaro rimarrà» commenta Anna. «Non intendo andarmene! Magari arriveranno anche altri volti, ma difficilmente più belli dei nostri» interviene scherzando il marito Carlo.

«Questa è la nostra vita, qui ci sono cresciuta, è un modo di vivere, non c'è mai stata una distinzione privato e lavoro, non è mai stato un sacrificio ma se andassi via, mi dovrei trovare un lavoro, un modo per passare il tempo!» va avanti la signora dei Krumiri che, come lei, non sono mai cambiati, rimanendo un prodotto artigianale e uguale, oggi come nella seconda metà dell'800: «Restiamo un'azienda-famiglia, o una famiglia-azienda, veda lei!».

ALLARA

● 1954 anno di fondazione	● 28 MILIONI DI EURO fatturato 2021	● 97 dipendenti
-------------------------------------	---	---------------------------

La nuova vita delle ex cave estrattive

di **Marco Bertoncini**

Leader del settore estrattivo, delle infrastrutture edili e del movimento terra nel Nord Ovest Italiano, il Gruppo Allara è oggi impegnato ad ampio raggio nel campo della sostenibilità, come dimostrano i numerosi interventi inerenti alle fonti rinnovabili [idroelettrico a Casale Monferrato, progetti di eolico in Sardegna e produzione di biogas di 'filiera' a Frassineto Po e Bosco Marengo].

Oltre alla tutela ambientale il Gruppo si occupa di sicurezza del territorio dal punto di vista idrico, come dimostrato dai tanti interventi di laminazione che ha portato avanti e continua a condurre in diversi punti strategici del Nord Ovest. «*Aver colto molto tempo fa la stretta connessione tra rinaturazione e laminazione ci rende particolarmente orgogliosi*» afferma il titolare Giuseppe Balbo.

A Casale Monferrato, in Località Baracone, il recupero ventennale della cava ha portato a 90 ettari che attualmente rappresentano un vero e proprio bacino di sfogo nel caso di un'eventuale piena del fiume.

Attualmente, nell'ambito di un progetto di rinnovo e ampliamento della cava in località Cascina Rognone a Castellazzo Bormida, Allara ha abbinato l'attività estrattiva all'esigenza di ridurre il rischio idraulico del comune di Castellazzo Bormida. Il progetto utilizza la presenza del vuoto estrattivo come bacino di laminazione per un rio (il rio Trinità) che in occasione di eventi alluvionali non riesce a smaltire le portate provocando l'allagamento per rigurgito di parte del concentrico, così avvenuto nell'autunno 2019. Inoltre, il recupero ambientale dell'area, di tipo eminentemente naturalistico, con-

sentirà di incrementare in maniera significativa la presenza di habitat con la creazione di specchi d'acqua, aree umide ad acque basse e aree boscate.

Sulla base di un'analisi idraulica commissionato allo studio Anselmo di Torino, che comprende la zona tra l'autostrada A26 e la sponda sinistra del torrente Orba, situata nei comuni di Predosa, Castellspina, Casal Cermelli e Castellazzo Bormida, si è giunti alla conclusione che gli interventi nella zona devono rientrare in due categorie: l'alleggerimento delle portate da monte verso valle attraverso scolmatori e la riduzione delle portate mediante dispositivi di laminazione.

L'analisi ha reso evidente che la ricalibratura dell'alveo resta l'unico mezzo disponibile per evitare gli allagamenti in corrispondenza di elementi da proteggere. Una soluzione purtroppo estremamente onerosa; i dispositivi di laminazione sono quindi l'unico mezzo di controllo delle portate al fine di ridurre l'incremento verso valle.

L'analisi ha condotto alla conclusione che, invece che deviare il corso d'acqua per alleggerire la portata, conviene ridurla mediante dispositivi di sottrazione del volume all'interno del bacino idrografico in argomento.

In questo disegno è determinante l'utilizzo delle ex-cave: con l'invaso adiacente al lago Blu si potrebbe scongiurare l'allagamento della periferia Sud di Casal Cermelli e, a valle, si può utilizzare la ex cava di Via Martina e, in prospettiva, utilizzando l'attuale cava Rognone a valle della confluenza del Rio Trinità in territorio di Castellazzo Bormida.





ENERGICA

CASALESE

● **2008**
anno di fondazione

● **21 MILIONI DI EURO**
fatturato 2021

● **13**
dipendenti

Crisi gas. Energica realizza il primo step, per il secondo serve lo Stato

di **Marco Bertoncini**



Di proprietà al 100% di Amc Spa, Energica, creata nel 2008 (l'attuale denominazione è stata assunta nel 2018), si occupa dell'acquisto e della vendita del gas metano sul territorio casalese e non solo, vantando clienti anche in diverse regioni italiane. Alla fine del 2021 erano circa 19mila.

Da gennaio di quest'anno l'azienda si occupa anche di vendita di energia elettrica a clienti finali (in qualità di reseller), estendendo così la sua azione a un altro mercato concorrenziale, caratterizzato da elevata competitività e stimoli commerciali e di gestione. Nei primi mesi di attività ne sono già stati acquisiti oltre 1.000.

«Energica interpreta il concetto di azienda nel senso più moderno del termine, perchè lavora per raggiungere precisi obiettivi commerciali senza dimenticare il rispetto e il sostegno al territorio in cui opera. Questo concetto si traduce in un'attenzione particolare alla propria clientela, servita attraverso un efficiente sportello locale con una collocazione storica e quindi ben conosciuta dai cittadini ma al tempo

stesso moderna ed accogliente» spiegano dall'azienda.

L'intera attività dei dipendenti viene svolta anche grazie ad un contratto di service garantito dalla capogruppo Amc spa, mediante la fornitura di servizi qualitativamente di alto profilo, sia amministrativi che di tipo informatico. Visto il momento storico, impossibile non affrontare la questione della crisi energetica.

«È caratterizzata da due fattori: la scarsità di gas naturale disponibile sul mercato e le tensioni finanziarie derivanti dall'aumento sproporzionato del prezzo della materia prima, oltre all'alta volatilità e alla paura dei mercati che gli utilizzatori non possano presto assolvere ai pagamenti delle bollette» spiega il presidente Paolo Secco.

«Il gas ad oggi non è mai realmente mancato fisicamente ma sono bensì mancati i soggetti disposti a venderlo - prosegue Secco - Energica rispetto a moltissime altre aziende italiane operanti nel settore distribuzione è riuscita a superare la prima grande sfida ovvero quella dell'individuazione

di un trader di primario livello di solidità e capacità, con il quale instaurare un rapporto di fiducia e sottoscrivere un contratto di fornitura per l'anno termico 22/23.

All'azienda tocca ora affrontare la restante parte delle difficoltà, ovvero quelle rappresentate dallo stress finanziario derivato dal divario temporale tra il momento di pagamento del gas e l'incasso delle bollette: a prezzi attuali si traduce in un impatto mostruoso sul capitale circolante che, seppur mitigato da una solida posizione finanziaria iniziale della stessa Energica, rimane estremamente difficoltoso da affrontare. In questa ottica il mercato italiano attende con ansia un intervento dello Stato.

Senza è a rischio un'intera catena commerciale ovvero tutte quelle delle aziende che operano a vario titolo nel campo della vendita di energia, un vero disastro che porterebbe a migliaia di disoccupati e soprattutto il venir meno di decine e decine di aziende che rappresentano un supporto fondamentale come fornitori per il tessuto produttivo italiano».

STAT

● 1919 anno di fondazione	● 22,2 MILIONI DI EURO fatturato 2021	● 180 dipendenti
-------------------------------------	---	----------------------------

Una crescita che, in autobus, viaggia veloce (e green)

di **Marco Bertoncini**

Una netta ripresa quella del 2021 per il gruppo Stat, un segno più che si sta confermando fino al ritorno alla normalità pre-pandemia legato alle previsioni del 2022. Il gruppo casalese, che annovera nella sua famiglia i marchi Stat Turismo, Autoticino di Stac, Volpi, Callero, Pesci e le agenzie di viaggio Stat Viaggi (Casale, Vercelli e Asti), Sassone (Casale), Goldtravel (Valenza) e Geotravels (Genova) è un punto di riferimento per la logistica delle persone. Nel 2021 si è inoltre perfezionato l'ingresso del gruppo nel capitale della ditta Maestri Autoservizi di Ticineto, storica azienda di trasporto monferrina. Crescita quindi. Trainata dai riscontri dell'ormai tradizionale "catalogo dei viaggi guidati" di Stat Viaggi, e dalla ripartenza delle apprezzate crociere e dall'aumento dei viaggi d'istruzione.

I numeri sono importanti e raccontano i fatti meglio delle parole: 180 i dipendenti, 110 i mezzi in servizio. Nel 2021 in 11mila hanno usufruito delle linee turistiche [+25% sul 2020], oltre 5.500 hanno prenotato viaggi in catalogo [+400%]. Il fatturato ovviamente ne ha beneficiato: +42%.

L'utenza apprezza: nel 2022 il gruppo ha vinto il secondo posto al premio 'Anav Smart Move' nella categoria customer care per il progetto legato alle linee estive dell'estate 2021, quando pionieristicamente si offrì una copertura assicurativa ai propri viaggiatori contro ogni possibile contrattempo dovuto al Covid19. Nel 2022 questa attenzione al pubblico è stata confermata dall'introduzione del servizio Follow my bus che permette di seguire il proprio

bus in tempo reale. Basta inquadrare il QR code presente in fermata, inserire il numero del proprio biglietto per accedere alla geolocalizzazione del pullman, oppure andare sulla pagina internet dedicata. Inoltre è attiva l'app Stat che fornisce indicazioni precise circa la posizione delle fermate, poi una volta lì, sempre inquadrando il QR code, si possono avere informazioni sullo stato del servizio Infine i biglietti possono essere acquistati anche on line.

Risultati raggiunti [anche] sotto la bandiera della sostenibilità ambientale, uno dei punti di forza del gruppo. Si tratta di una scelta legata ai mezzi: sempre più ECO 6 nel parco veicoli che nel 2022 si è ulteriormente ampliato con altri sette bus con questa certificazione.

Uno studio Anav 2021 conferma che il trasporto in pullman ha un coefficiente di emissioni molto più basso di qualsiasi auto, non soltanto in termini di CO² (è il 4% di quella generata dal traffico dei mezzi privati), ma anche di composti organici volatili, particolato e ossidi di azoto, tutti nocivi per il passeggero e per l'atmosfera. E poi c'è naturalmente la caratteristica del bus di offrire un servizio di trasporto cumulativo, con linee che permettono di collegare capillarmente anche piccole località. Una peculiarità che ad esempio fa preferire i bus Stat come vettori per recarsi in vacanza verso le riviere di Adriatico e Liguria e le montagne di Valle d'Aosta e Dolomiti che anche nel 2022 hanno performato molto bene in termini di viaggiatori. Ogni bus che parte per queste località toglie decine di auto private dalla strada.





MAZZETTI D'ALTAVILLA DISTILLATORI DAL 1846

CASALESE

● 1846 [7 generazioni] anno di fondazione	● 10,6 MILIONI DI EURO fatturato 2021	● 56 dipendenti
---	---	---------------------------

Dodici mesi da record per la grande famiglia della grappa

di **Marco Bertoncini**



ph. Paolo Bernardotti



Nel 2021 Mazzetti d'Altavilla ha fatto registrare un aumento di quasi il 40% di fatturato rispetto all'anno precedente. Per l'azienda, fra le più storiche nel panorama italiano nella produzione di distillati, dodici mesi da record nei quali non soltanto la pandemia non ha rallentato la crescita ma, anzi, ha fatto sì che si registrasse un trend fortemente positivo che ha interessato pressoché tutti i canali. Con le vendite che in Italia hanno spiccato il volo e la crescita dei numeri anche su export, e-commerce e nella rete dei Grappa Store, l'anno si è chiuso superando per la prima volta con il solo comparto dei distillati la quota dei dieci milioni di euro, rispetto agli oltre sette del 2020. Risultati ottenuti anche grazie ad una continua programmazione. Durante l'anno sono state incrementate le referenze della linea Originali con l'ingresso di nuovi liquori di tradizione secondo ricette a firma Mazzetti d'Altavilla (Mirtillo, Fragolina, Miele, Amaretto) e con l'arrivo di

nuove soluzioni di regalistica. Il 2021 ha portato con sé anche uno speciale traguardo aziendale: i 175 anni di ininterrotta attività, festeggiati con i tanti riconoscimenti unitamente all'attribuzione del Marchio Q "Ospitalità Italiana" promosso dalla Camera di Commercio Alessandria - Asti sia per il Grappa Store di Altavilla Monferrato sia per il ristorante Materia Prima. Ciliegina sulla torta, il marchio di Mazzetti d'Altavilla, storica distilleria piemontese fondata nel 1846, è diventato ufficialmente "Marchio Storico di Interesse Nazionale" del Ministero dello Sviluppo Economico. Il marchio Mazzetti d'Altavilla è fra i più "datati" nel mondo della distillazione italiana accompagnando sin dalla notte dei tempi bolle, fatture, etichette, cartelli pubblicitari e, più recentemente, i canali web e i documenti digitali relativi all'attività dell'azienda. Un altro settore in cui Mazzetti d'Altavilla fa registrare strategie di innovazione è quello - sempre più attuale - della sostenibilità am-

bientale. Oltre all'acquisizione di vinacce locali km0, da ben 12 anni l'azienda gode di un'autosufficienza di approvvigionamento energetico certificato da fonti esclusivamente naturali e la sede offre anche il servizio di ricarica ai clienti con mezzi ad alimentazione elettrica per sostenere la green-mobility. Infine il quartier generale in cima ad Altavilla Monferrato è divenuto "plastic-free" grazie all'installazione di punti di erogazione di acqua. Il mondo Mazzetti non si ferma neppure nel 2022: nel corso dell'anno sono giunti a termine obiettivi messi a punto a partire dal 2021 (e prima ancora) come l'apertura del nuovo Store (in collaborazione con Baratti & Milano) nel centro di Alba, il restauro della sede con la messa a punto di un nuovo spazio panoramico per eventi di business e svago e la nascita di "7.0 - Le Origini", la grappa riserva mille-simata e numerata ottenuta dalle sole vinacce di Ruchè della "Vigna del Parroco", l'impianto più antico del celebre vitigno autoctono monferrino.



Dalla collaborazione monferrina fra Mazzetti d'Altavilla e Ferraris Agricola nasce la nuova Grappa Le Origini

la grappa

come essenza del Monferrato



Un territorio in una goccia. Così presso Mazzetti d'Altavilla si definisce la Grappa. Un distillato sì, ma anche un fattore culturale e ambientale, il condensato di profumi e aromi dei vitigni e delle colline Unesco dalle quali giungono le vinacce in fase di distillazione nella storica grapperia in cima ad Altavilla Monferrato. L'autunno presso la "Casa della Grappa" (così viene ribattezzato l'antico monastero divenuto sede dell'azienda) è certamente il momento più effervescente per visitare la distilleria: non a caso ogni fine settimana turisti provenienti da tutta Italia e dall'estero scelgono di vivere l'esperienza "live" del processo produttivo approfittando dei servizi di accoglienza consolidati in questi ultimi anni grazie anche alla possibilità di gustare i menù degustazione di stagione (e abbinarli facoltativamente agli spirits) presso il Ristorante Materia Prima, godendo della vista sull'orizzonte monferrino. E se l'autunno diventa presso Mazzetti d'Altavilla un'esperienza totalizzante e multisensoriale, il Natale alle porte contribuisce con la sua atmosfera a trasformare la sede di Viale Unità d'Italia 2 nel luogo ideale per scegliere strenne fra le più golose, dalle grappe ai liquori, dalla frutta al liquore alle palline contenenti spirits piemontesi da appendere sull'albero. Da qualche anno infatti Mazzetti sposa il Natale portando originalità e ricercatezza nelle varie soluzioni regalistiche con idee innovative per sorprendere i destinatari e creare il giusto "Christmas mood" nelle proprie case. Dal calendario

dell'Avvento con 24 baby spirit tutti da scoprire nell'attesa del Natale alle candele profumate che diffondono le essenze dei liquori e ambienti di Mazzetti d'Altavilla fino a pensieri solenni come la nuova Riserva al Cubo, una Grappa di Moscato riserva (5 anni di invecchiamento) contenuta in una bottiglia strabiliante. E ancora il panettone alla grappa, i kit per la miscelazione casalinga di Gin Tonic e Negroni by Mazzetti... tutti articoli che si trovano non solo nella sede ma anche in numerosi negozi ed enoteche, nei restanti Grappa Store targati Mazzetti (Casale Monferrato e Alba in Piemonte e Milano e Marcallo in Lombardia) oppure su www.mazzetti.it. E per chi cerca le novità del territorio Mazzetti presenta "Origini", la "new entry" Grappa Riserva di Ruchè della Vigna del Parroco dell'annata 2019, un must-have degli appassionati che però strizza l'occhio anche ai neofiti grazie alle sue note amabili e ricche, pronte a riscaldare l'anima durante le serate invernali. Con "Origini", nata grazie alla collaborazione con l'azienda Ferraris Agricola (proprietaria del più antico vigneto di Ruchè oggi esistente), nasce un concept di grappa indissolubilmente legato ad aspetti unici e irripetibili del territorio: una grappa green perché nasce da vinacce km0, valorizzando un vitigno mitico e inimitabile, esprimendo l'identità sensoriale (e il valore storico) dei ceppi di vite che hanno salvato il Ruchè dall'estinzione. Pura poesia tutta da degustare, riaccaparrandosi il tocco slow della vita.

www.mazzetti.it

Il punto di forza della vivacità e qualcuno adesso guarda al green

di **Roberto Gilardengo**

Ancora una volta il panorama imprenditoriale del Tortonese è caratterizzato dalla straordinaria vivacità, elemento che ha permesso di sopperire alla scomparsa di alcune grandi realtà industriali del centro zona. Si passa dall'agricoltura ai vini, dai carburanti alle biciclette, dalle calzature ai salumi.

Naturalmente Tortona vuol dire Gavio. Il gruppo prosegue nella sua opera di consolidamento in tutto il mondo e nella crescita, confermata dall'ultimo bilancio di esercizio. Ma sceglie anche le sfide che tutti gli imprenditori che guardano al futuro attraverso la sostenibilità ambientale sanno raccogliere. Va in questa direzione, ad esempio, l'obiettivo del gruppo Astm di raggiungere una mobilità 'zero emission' e di elettrificare, entro il 2026, l'intera rete autostradale che gestisce.

Recentemente è stata aperta una stazione di ricarica sull'autostrada A12, nell'area di servizio Versilia Est, nel comune di Pietrasanta. Con quest'ultimo impianto, salgono a 13 quelle presenti lungo la rete gestita dalle società concessionarie del gruppo, collocate in particolare lungo il corridoio Tirreno-Brennero (A12-A15), lungo le tratte di collegamento con la Francia e la Svizzera (A10 e A5) e alle porte di Milano (A4). In nove di queste è possibile la ricarica ultraveloce: tempo medio dell'operazione 20 minuti. Infine, sulla A5 Quincinetto-Aosta, è prevista la realizzazione, all'interno di una ex barriera di esazione dismessa, della prima area esclusivamente dedicata al servizio di ricarica elettrica.

Insomma, come sottolinea con orgoglio l'ad Umberto Tosoni, «la mission dell'azienda è quella di innalzare gli standard qualitativi e tecnologici delle nostre reti autostradali e

oggi possiamo dire di essere tra i protagonisti di uno sviluppo infrastrutturale sostenibile e innovativo, in linea inoltre con il processo di transizione ecologica e digitale promosso dal governo».

Ma non c'è, per fortuna, soltanto il gruppo del patron Beniamino Gavio ad abbracciare la politica green. Significativo un altro esempio, quello della Socopet, azienda di Rivalta Scrivia che realizza bottiglie per acque minerali in Pet, la più riciclabile delle plastiche, arrivando a produrre i contenitori attraverso una sofisticata tecnologia. Come spiega l'amministratore unico Marco Petrini «*innanzitutto non facciamo niente che non sia al 100% riciclabile. Non solo, volevamo pure partire da materiali riciclati. Una vera economia circolare, perché ciò che viene usato torna da noi e viene fuori un'altra bottiglia*». E in altre zone della provincia i comportamenti virtuosi, che spesso risultano anche imprenditorialmente efficaci, sono in continuo aumento.

Tortona, come noto, vuol anche dire logistica. Basterebbe citare il distretto della Valle Scrivia, distribuito su un'area di un milione e mezzo di metri quadri, su cui si investe da molto tempo e che da una decina d'anni ha avuto una grande crescita. Oltre a Rivalta, comprende anche Pozzolo Formigaro e dunque una parte del Novese. Per questo è stato inevitabile metterlo in relazione con quello che potrebbe nascere ad Alessandria. Porterebbe benefici al Tortonese, che a sua volta non sarebbe certo antagonista con il capoluogo: anzi, rappresenterebbe un valore aggiunto sul piano dell'integrazione dei servizi. Ma per il momento siamo soltanto nel campo delle ipotesi, se non dei sogni.



TORTONESE

ANADIAG ITALIA

● **2001**
anno di fondazione

● **800 MILA EURO**
fatturato 2021

● **15**
dipendenti

Un nuovo modello di sviluppo, con approccio europeo

di **Marco Gotta**

Dopo i festeggiamenti dello scorso anno per il ventennale, Anadiag Italia guarda avanti: ne è passato di tempo da quel 23 febbraio 2001 quando si decretò ufficialmente la nascita di una nuova realtà imprenditoriale italiana, che si affacciava sul mercato nazionale, e di un nuovo modello di sviluppo con approccio europeo. Un Centro di Saggio riconosciuto dal ministero delle Politiche agricole e forestali e dal ministero della Salute, una perfetta sintesi tra la passione e la sfida di un giovane agronomo, Stefano Bergaglio, che rientrato da una esperienza lavorativa in Inghilterra, muoveva i suoi primi passi nella sperimentazione e la visione europea del Gruppo Anadiag, che voleva consolidare la sua posizione di leadership europea nel settore dello sviluppo e registrazione di agrofarmaci. Un giusto connubio, che a posteriori, si è dimostrato vincente, non senza le difficoltà tipiche di nuove sfide e nuove idee. La squadra Anadiag Italia, negli anni è cresciuta e si è sempre più consolidata: fin dal 2002, nel secondo anno di attività si è iniziata a creare una rete di agronomi e contatti su tutto il territorio nazionale che ha permesso di sviluppare le proprie attività nei principali territori agricoli italiani, soddisfare le diverse esigenze sperimentali del territorio nazionale. Oltre alla sede di Tortona, sono state aperte altre sedi territoriali per coprire le aree agricole del Nord-Est e del Sud Italia, a Talmassons (Friuli-Venezia Giulia) e Monopoli (Puglia): quest'ultima lo scorso anno è stata rinnovata per essere adatta alle esigenze future e per garantire un miglior presidio dell'importante area del Sud Italia, con un laboratorio per le analisi qualitative

post raccolta e nuove attrezzature per la conduzione delle prove Gep e Glp. A luglio, il Ceo Stefano Bergaglio è stato riconfermato alla presidenza del Fissa, la Federazione Italiana delle Società di Servizi di Sperimentazione in Agricoltura, riunitasi in concomitanza delle Giornate Fitopatologiche 2022 a Fico Bologna. Il Fissa è la Federazione Nazionale che rappresenta i centri di saggio, ed è chiamata a partecipare a vari tavoli istituzionali sia nazionali che europei; è un interlocutore del Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali e del Ministero della Salute, e si pone come soggetto formativo di settore. Dall'ultima assemblea infatti è emersa la volontà di investire ulteriormente sulla formazione specifica dei componenti, soprattutto per approfondire le varie tematiche di difesa e nutrizione delle piante, per poter valutare al meglio con la massima qualità e oggettività i nuovi mezzi tecnici per le nuove sfide dell'agricoltura europea del futuro che sarà caratterizzata da coltivazioni sempre più stressate da cambiamenti climatici e dal raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità del "Green Deal" e "Farm to Fork". Lo scopo principale della Federazione è quello di tutelare e valorizzare l'attività del centro di saggio, sempre più importante e fondamentale nello sviluppo della futura agricoltura in termini di ricerca, sviluppo e sperimentazione di nuovi mezzi tecnici per la difesa e per la nutrizione e biostimolazione. La Federazione è formata da tecnici agronomi che svolgono la principale attività in campo con la convinzione che in un'era digitale sia altrettanto fondamentale ricordarsi di tenere i piedi "a terra".





CICLI FINOTTI

● 1995 anno di fondazione	● N.D. fatturato 2021	● N.D. dipendenti
------------------------------	--------------------------	----------------------

TORTONESE

La passione che diventa lavoro puntando su qualità e tecniche avanzate

di **Mimma Caligaris**



Costruire biciclette nella terra dei Campionissimi è la sfida di Fabio Finotti. Un imprenditore che ha scelto di trasformare la passione in lavoro, la sua è la storia di un ragazzo che, a metà degli Anni '70, gareggiava nella categoria 'giovannissimi' e poi in quelle amatoriali, e adesso fa pedalare centinaia di persone sulle biciclette che costruisce nella sua azienda a Tortona, la Cicli Finotti, da due stagioni anche partner della prima squadra femminile italiana, che gareggia nel calendario Uci, capitanata da Gaia Tortolina. Una scelta chiara: fare impresa unendo l'amore per le due ruote alla competenza professionale, perché quando non è in corsa, Finotti si specializza nella saldatura di qualità, con le tecniche più avanzate per assemblare le leghe metalliche. E mette in pratica la sua idea di 'Made in Italy' di qualità che, confessa, «per me è il risultato di un buon progetto, di una realizzazione accurata e dell'impiego dei migliori materiali». Il primo step è un laboratorio artigianale, aperto nel 1995, quattro anni dopo, nel 1999, il grande passo, «da semplice riparatore e rivenditore sono diventato costruttore, con il mio marchio registrato, un levriero stilizzato. Anche in

questa svolta, però, ha sempre conservato il valore dell'artigianalità, per realizzare telai e biciclette in cui ogni dettaglio aggiunge qualità. Curare le linee e le finiture, utilizzare materiali all'avanguardia, portare in ogni pezzo le soluzioni tecniche più sofisticate: per Cicli Finotti è una metodologia di lavoro e una scelta identitaria».

In particolare, nella costruzione dei telai, fondamentali sono robustezza, comfort, reattività e leggerezza, «e l'equilibrio tra queste caratteristiche è una garanzia di performance elevate».

Come lo è la verniciatura, «con vernici DuPont a bassa temperatura, con trattamento antigraffio, che realizziamo all'interno dello stabilimento, dove c'è un'area dedicata all'assemblaggio. La filosofia che ho scelto per la mia azienda permette di consegnare al cliente una bicicletta personale: non c'è un solo pezzo in commercio uguale all'altro, che chi è ciclista, per professione o per diletto, apprezza molto». Tecnologie all'avanguardia nello stabilimento di Tortona, in strada statale per Genova: hydroforming (deformazione a freddo con l'iniezione di un fluido ad altissima pressione all'interno del tubo in lega

di alluminio] per un miglior rapporto rigidità - peso e una estetica più accattivante; Awp (anti wrinkle process) per mantenere le pelli di carbonio perfettamente distese nello stampo; Eps (expandable polystyrene system) per i telai monoscocca usando un controstampo solido nelle zone più sollecitate; nanotecnologia con polveri nanometriche che prevengono la delaminazione da impatto e possono ridurre il peso della bici; rinforzi in kevlar, soprattutto nei top di gamma, per protezioni esterne e rinforzi esterni.

Dallo stabilimento Finotti escono modelli da corsa, mtb e gravel, nei 450 metri quadrati dello showroom, con annesso laboratorio, oltre 300 bici in esposizione, anche accessori e abbigliamento tecnico. «Garantiamo anche un servizio di consulenza, con uno staff che supporta anche il nostro gruppo ciclistico amatoriale, Team Finotti Tortona. Dalla fabbrica alla strada, o allo sterrato, con l'orgoglio di quell'etichetta conquistata qualche anno fa all'Eicma. "Una delle bici più ammirate del salone" il riconoscimento ottenuto. Perché per un artigiano ogni pezzo deve essere bello, performante e unico».



IFC PRIMA TI CONSIGLIA POI TI ASSISTE

VERNICI - COMPLEMENTARI - ATTREZZATURE

Dal 1982 i leader della distribuzione di vernici professionali
TECNOLOGIA, QUALITÀ E COMPETITIVITÀ AL VOSTRO SERVIZIO

**VERNICI PER LE
CARROZZERIE
AUTO**



**VERNICI PER
L'INDUSTRIA
DEL FERRO**



**VERNICI PER
SERRAMENTISTI
FALEGNAMERIE**



**SIGILLANTI COLLE
SILICONI
INDUSTRIALI**



IFC COATINGS SRL

VIA S. FERRARI 20/1A - 15057 TORTONA (AL)

0131 863125 - info@ifctortona.com

Il nostro principio:

«IFC prima ti consiglia e poi ti assiste»



IFC COATINGS srl è una azienda plurisettoriale la cui storia iniziale (oltre 40 anni fa) di produzione e distribuzione di pitture, vernici, sigillanti e adesivi, prodotti tecnici, attrezzature, si traduce oggi in elevati livelli di professionalità, tecnologia, qualità, competitività e servizio pre e post vendita.

IFC COATINGS opera nei settori:

- dell'Industria (General Metal Industry)
- dell'Impiantistica (Anticorrosione)
- della Sigillatura e dell'Incollaggio
- delle Carrozzerie di Autoriparazione e Industriali
- dell'Edilizia leggera
- delle Falegnamerie

garantendo una puntuale e sollecita consegna delle merci.

IFC COATINGS srl svolge la sua attività nei settori sopra indicati nelle province di Alessandria, Asti, Pavia, Genova, La Spezia.

“Nel 2022 abbiamo avuto un incremento di oltre il 17% - racconta l'amministratore delegato Andrea Cortesi - A Marzo 2022 abbiamo deciso di svilupparci ancora di più acquisendo al 100% un'azienda storica simile alla nostra a Piacenza. Il nostro obiettivo nei prossimi anni sarà quello di confermarci e consolidarci come leader del nostro settore nella provincia di Alessandria e di diventare un importante punto di riferimento anche nella provincia di Piacenza, forti della nostra esperienza e della nostra capacità di soddisfare in tempi rapidissimi tutte le richieste dei nostri clienti!”

IFC COATINGS srl, dei fratelli **Andrea e Niccolò Cortesi**, ha la sua sede a Tortona in via Silvio Ferrari 20/1A, in un complesso di 10.000 m2 di cui 3.000 coperti. Si avvale di oltre 70 migliori fornitori nazionali e multinazionali e di alcune ne è distributore ufficiale con deposito pluri-provinciale. Attraverso la propria forza vendita, con oltre 13.000 articoli-riferenze, rifornisce più di 900 clienti professionali pluri-settoriali. Gli obiettivi prioritari che animano **IFC COATINGS** e **GAMMACOLOR IFC** fin dalla loro fondazione, sono basati sul rispetto dell'ambiente, sulla salvaguardia/benessere degli utilizzatori e sull'innovazione formulativa.

Rispetto dell'ambiente: con le vernici all'acqua e con prodotti a solvente con sempre più ridotte emissioni di VOC.

Salute e benessere dell'utilizzatore: le pitture e le vernici commercializzate senza rinunciare alle prestazioni qualitative, assicurano elevati standard di sicurezza personale proprio a tutela degli utilizzatori-operatori.

Innovazione: con gli smalti a Mano Unica DTM che ottimizzano la produttività dei processi di verniciatura e consentono sensibili risparmi energetici nella fase di essiccazione.

Per le pitture murali e gli effetti decorativi utilizzati nel settore dell'Edilizia leggera, **IFC COATINGS srl** ha creato il primo show room in provincia di Alessandria. È un “concept store” con applicazioni di pitture murali tradizionali o speciali ed effetti decorativi madreperla, ombreggianti, dorati, brillanti interagenti in oltre 8.000 tonalità che possono soddisfare tutti i gusti dei clienti e le loro diverse esigenze estetiche, in base agli ambienti di casa o di lavoro da pitturare o decorare.

«La filosofia che anima **IFC COATINGS srl** dalla sua fondazione - conclude Andrea Cortesi - è quella di avere un rapporto diretto con i clienti ai quali fornisce non solo un punto di riferimento specialistico per i prodotti o le attrezzature occorrenti, ma anche quella di costruire una relazione di sostegno mantenendo attiva e costante l'informazione sulle novità di settore e fornendo soluzioni, servizi e consulenza, piuttosto che singole referenze, che mettono i clienti in grado di competere sui loro specifici mercati».

Quindi «**IFC Coatings prima ti consiglia e poi ti assiste**».



GESTIONE AMBIENTE

● **2011**
anno di fondazione

● **21 MILIONI DI EURO**
fatturato 2021

● **142**
dipendenti

Novantaquattro mezzi al servizio di Novese e Tortonese

di **Marco Gotta**

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

«Per i Comuni di Alluvioni Piovera, Basaluzzo, Capriata d'Orba, Carezzano, Carrosio, Cassano Spinola, Castellazzo Bormida, Fraconalto, Francavilla Bisio, Fresonara, Isola Sant'Antonio, Molino dei Torti, Parodi Ligure, Pasturana, Pontecurone, Pozzolo Formigaro, Predosa, Sale, Sardigliano, Serravalle Scrivia, Tassarolo, Viguzzolo, Villaromagnano, Voltaggio, nel 2022 la tariffa rifiuti è diventata ancora più equa - dicono

dalla società - a partire dalla bolletta della rata in acconto relativa al 2022, finalmente si paga la parte fissa della tariffa in base al numero di componenti il nucleo familiare e non più in base alla superficie dell'abitazione [come succedeva negli anni passati]. Se ci pensiamo, infatti, non è la metratura della casa a produrre rifiuti ma le persone che vi abitano: la stessa famiglia, ad esempio di due componenti, produce gli stessi rifiuti sia che viva in 60 mq che in 200 mq. Inoltre, dal 1° gennaio è stata introdotta la nuova app di Gestione Ambiente che in collaborazione con Srt usufruirà dell'app Junker, scaricabile gratuitamente dai cittadini dei comuni in cui è attivo il servizio. L'App fa parlare direttamente i prodotti, riconoscendoli uno per uno grazie al codice a barre: scansionando il codice a barre di un prodotto da gettare, l'App lo riconosce, lo scompone nelle materie prime che lo costituiscono e indica in quali contenitori vanno gettate le varie parti nella vostra zona di residenza in base agli impianti di destino di Srt. Basta poi selezionare il Comune di residenza ed entrare nella sezione dedicata a trovare i contatti per comunicare con noi [telefono, mail, indirizzo sedi, sportelli aperti al pubblico], il calendario dei passaggi di raccolta della vostra zona [se il calendario subisce variazioni si auto aggiorna], il manuale di spiegazione della nuova raccolta differenziata, il Dove lo butto?, i nostri Centri di raccolta con orari, rifiuti conferibili, modalità di accesso, il nostro servizio di Ritiro Ingombranti sotto casa con le procedure di prenotazione, i nostri servizi dedicati ai cittadini».





RATTI CARBURANTI

● **1981**
anno di fondazione

● **1 MILIONE DI EURO**
fatturato 2021

● **15**
dipendenti

TORTONESE

Convenienza, senza intaccare la qualità dei prodotti

di **Marco Gotta**



Ne è passato di tempo dalla prima unità operativa del gruppo, la rivendita di carbone e carburanti realizzata negli anni del dopo guerra nel centro del paese di Villaromagnano. Negli anni '70, l'esigenza di disporre di maggiore spazio a fronte di una domanda crescente, ha spinto la proprietà a spostare il deposito carburanti sulla strada che da Tortona sale a Villaromagnano e dopo qualche anno, nella stessa località, è stato aperto anche il primo distributore fuori dal paese. «Da allora – dice l'amministratore, Francesco Ratti – non abbiamo mai abbandonato questo sito che continuiamo ad occupare tuttora con il nostro deposito, la stazione di rifornimento ed i nostri uffici amministrativi».

Negli anni '90 al primo impianto se ne sono aggiunti altri, tutti gestiti in convenzione con l'Italiana Petroli, a quei tempi uno dei principali operatori del settore petrolifero nazionale. In quel periodo l'azienda si trasforma da una piccola attività a conduzione familiare in una realtà più strutturata, senza perdere però i valori della fon-

dazione. La fine degli anni '90 ha rappresentato per la società un momento di svolta: in anticipo sui tempi, arriva la decisione di sganciarsi dalle grandi compagnie petrolifere ed iniziare a vendere carburante utilizzando il marchio proprietario.

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

Questo obiettivo è perseguito tramite una gestione diretta della logistica, ma soprattutto attraverso la determinazione a tagliare costi superflui, come ad esempio quelli legati a

grandi campagne promozionali o alle raccolte punti.

Attualmente, il marchio Ratti è presente sul territorio alessandrino con sei stazioni di rifornimento, di cui quattro a Tortona, una delle quali è stata recentemente rinnovata completamente, più una in provincia di Asti; inoltre è in gestione al gruppo anche un distributore di gasolio agevolato marino a Santa Margherita Ligure, in provincia di Genova.

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

SOCOJET

● **2015**
anno di fondazione

● **3 MILIONI DI EURO**
fatturato 2021

● **20**
dipendenti

A Rivalta Scrivia il futuro è adesso Sostenibilità e green come missione

di **Marcello Feola**

«Noi non saremo mai un'azienda che fa bottiglie per le acque minerali. Mi piace la definizione di boutique per le cose difficili, per la gioia dei miei tecnici...»: Marco Petrini, amministratore unico della Socopet di Rivalta Scriva, sorride quando con queste parole definisce la sua azienda. Del resto, non potrebbe fare altrimenti. «Socopet - racconta - nasce nel 2015 come società specializzata nella produzione di imballaggi soffiati in Pet. La filosofia che sta alla base del progetto è quella di produrre soltanto prodotti ecosostenibili: 100% riciclabili, 100% riciclati o prodotti biodegradabili e compostabili. Inoltre, ogni anno Socopet dedica a ricerca e sviluppo una fetta sostanziosa dei propri ricavi. Prova ne sono la nostra tecnologia SocoJars in continua evoluzione, la nostra linea di prodotti green, il nostro brevetto Saf e tante altre tecnologie e prodotti sviluppati in modo autonomo ed esclusivo».

Come nasce quest'idea?

«Mi è venuta un giorno in cui mi trovavo al centro commerciale di Montebello della Battaglia - ricorda Petrini - Facendo la spesa, notai che nella corsia del beverage qualsiasi cosa era conservata in contenitori in Pet, dalle bevande alle bibite gassate fino ai succhi, mentre due corsie in là, nel mondo conserviero/alimentare, tutto era in vetro. Quindi mi sono chiesto: se il Pet, la più riciclabile delle plastiche, ha decretato un cambiamento epocale per bibite e acque e nessuno è tornato indietro per gli indubbi vantaggi di leggerezza, riciclabilità e infrangibilità, perché nell'alimentare non è accaduto? Ecco da dove nasce Socopet, ma il Pet - per poter entrare nel mercato del

mondo alimentare - aveva bisogno di due fattori: barriera all'ossigeno e resistenza al calore, qualità che il vetro dà».

Come si è arrivati?

«Con la tecnologia SocoJars e con paletti rigidi, ma per noi inderogabili: innanzitutto non produciamo niente che non sia 100% riciclabile. Non solo: volevamo pure produrre partendo da materiali riciclati, una vera economia circolare perché ciò che viene usato torna da noi e ne facciamo un'altra bottiglia. Non è stato semplice, ma oggi a distanza di sette anni dalla fondazione Socopet vanta oltre il 60% di produzione partendo dal riciclato. Un messaggio fortissimo e, per noi, un grande valore».

Con i clienti si è poi creato un rapporto forte: «In noi tutti hanno scoperto non un fornitore, ma un partner vero e proprio. Socopet infatti, oltre a fornire il contenitore richiesto, dà consigli e propone novità. Pensiamo al Pla, che abbiamo in tasca da dieci anni, un materiale biodegradabile e compostabile plastic free fatto con enzimi: in Italia non è ancora stato spinto perché non esiste una filiera di compostaggio industriale e addirittura ogni Comune sceglie la propria strada, ma in Austria ad esempio diventa humus...».

Idee in cantiere?

«La passata di pomodoro - svela Petrini - Il progetto c'è e i test sono in corso: mi riferisco in tal caso alla tecnologia brevetta Saf, un trattamento di pre-sanificazione del contenitore tale per cui riusciamo a conservare una passata senza pastorizzazione, che il SocoJars, ottimo per il riempimento a caldo, non sopporta».





VALTER MASSA

● **2010**
anno di fondazione

● **1,1 MILIONI DI EURO**
fatturato 2021

● **65**
dipendenti

TORTONESE

«C'è crisi? Sì, ma non per il vino di qualità» Il vetro è sempre più caro, però...

di **Massimo Brusasco**



Valter Massa è uno dei più acuti esponenti del mondo del vino. Considerarlo, semplicemente, il "papà del Timorasso" è indiscutibilmente riduttivo, anche se a lui si deve la riscoperta di questo "nettare" che, partito dai colli del Tortonese, sta scalando, a poco a poco, vette inimmaginabili fino a qualche anno fa.

Monleale è il regno di questo produttore che guarda al futuro e che non ha paura di essere impopolare o di scontrarsi con chi "pensa di sapere, invece non sa".

Massa, che bilancio possiamo stilare della vendemmia 2022?

Siamo sempre in balia del clima, costretti a confrontarci o con la siccità, o con la grandine, o con le bombe d'acqua. La normalità è un'illusione. Cosa si può fare?

L'uomo ci mette del suo, risparmia sui trattamenti, non sfoglia più il vigneto. In sostanza, è meglio spendere quattro soldi in verderame che bagnare le piantine.

Quali zone hanno sofferto di più?

In generale, tutto il Sud-Est del Piemonte ha perso prodotto, perché gli

acini, a causa della siccità, non si sono riempiti. Anche la qualità ne ha risentito, perché spesso l'uva non è stata equilibrata. E' stata, in generale, una vendemmia di alti e bassi. Il problema è che la grandinata che ha colpito il Tortonese avrà conseguenze anche il prossimo anno.

Il mercato funziona?

Sì, perché abbiamo imparato a rispettare il vino, cosa che non succedeva fino agli anni Ottanta. La mia generazione ha avuto modo di imparare da un papà, il grande Angelo Gaia. E adesso, finalmente, si è capito che il vino offre occasione per stare bene in compagnia.

È un piacere che si paga.

Se vai in autostrada, spendi in benzina e in biglietto e non hai neanche il piacere del palato. Invece una buona bottiglia, cioè non di primo prezzo, ma quella che può costare 50-70 euro, se la condividi al ristorante con gli amici, stai benissimo. È un vero piacere.

Il Covid ha inciso in qualche modo?

In positivo, direi. Nel senso che ritengo il vino un'ancora di salvataggio per l'umanità. Era impossibile frequentare

i locali, ma ci si poteva incontrare in casa, senza fare assembramento. E il vino diventava un veicolo di convivialità. Faccio un pronostico?

Prego.

Sarà un autunno molto complicato per parecchi settori, ma non per quello del vino che continuerà a scaldare i cuori. E ne trarranno beneficio quelli che hanno stoccato in cantina ottime bottiglie che ora potrà vendere a prezzi comunque accessibili.

Sta dicendo che le bottiglie di valore costeranno un po' meno?

Sì, e saranno alla portata di più persone. La gente ha capito che conta la qualità e, piuttosto di bere vino da due euro la bottiglia, si dà alla birra. Vedo tempi splendidi per il vino epico, mentre quello estetico è sepolto. Intanto, però, il prezzo del vetro aumenta...

Vero. E ne risente chi pensa sia una cosa intelligente fare vino buono con bottiglie pesanti, ignorando che è sufficiente che la bottiglia pesi mezzo chilo. Con l'aumento del costo del vetro questi personaggi sono fottuti, perché costretti a rincari spropositati.

PASINI PIER MAURIZIO SRL

● 1962 anno di fondazione	● N.D. fatturato 2021	● 25 dipendenti
-------------------------------------	---------------------------------	---------------------------

Alto artigianato e tecnologia alla base di un'eccellenza

di **Mimma Caligaris**



All'origine la pelle. E le scarpe. Perché Placido Maurizi, il fondatore, quando ragazzo arriva dal Veneto a Milano, studia per diventare modellista di calzature: una scelta professionale che lo porta a creare una sua azienda, a Castelnuovo Scrivia, e le scarpe sono il prodotto su cui è costruita tutta l'attività, all'inizio degli Anni Sessanta. Lavorando per i principali marchi italiani, con una capacità di creare una rete, ampia e qualificata, di clienti, strategia che anche il figlio Pier Maurizio attua, puntando sulla qualità, sull'originalità dei modelli, sulla personalizzazione delle linee. È cambiato l'oggetto principale della produzione, oggi l'azienda castelnovese, leader nel settore, ha scelto di concentrarsi sulle borse. Una svolta avviata da Placido, creativo e lungimirante, già orientato, un decennio dopo essersi messo in proprio, sull'abbigliamento in pelle, materiale "duttile", che può sostituire il tessuto e permette di concentrarsi sui capispalla, «anticipando la tendenza del periodo». Il terzo step è il capitolo principale di oggi, le borse, «con un marchio proprio, distribuito in tutta Italia, ma anche diventando

'terzista' dei nomi più importanti della moda e del lusso italiano e francesi». Il figlio, che si muove negli spazi dell'azienda fin da bambino, è oggi l'interprete di questo "Made in Italy" che unisce l'artigianalità delle origini, sempre conservata e potenziata, all'introduzione di tecnologie sofisticate per le lavorazioni e di "nuovi" materiali. «All'inizio di tutto c'è la convinzione che proprio il "Made in Italy" continui ad esercitare un fascino unico sui clienti stranieri e sui cultori del bello, percepito come una garanzia di qualità, autenticità e classe. Ci siamo concentrati sulle borse, una specializzazione che ci permette, in ogni modello, di esprimere l'essenza e il sogno». Alla Pasini il team di lavoro ha capacità manuali e tecniche, e inventiva, per passare, con disinvoltura, «dalla piccola pochette, impreziosita di particolari che "vestono", alla valigia che accompagna il viaggiatore in tutte le destinazioni, riconoscibile e unica per i dettagli». Dedicando attenzione e investimenti alla ricerca, per la materia da utilizzare, ma anche per le forme e i volumi. Dal cuoio, naturale o martellato, all'agnello plonge, dal

coccodrillo al pitone e al visone, «alla selezione dei materiali, puntando sulla qualità dei fornitori che ricerchiamo nei paesi di origine, abbiamo lavorazioni particolari, anche a laser, per creare stampe e motivi, e questa cura del particolare la estendiamo anche alla fodera e dai dettagli che caratterizzano ogni linea, perché anche gli accessori sono determinanti per dare una identità specifica al prodotto finale». Il dna di Pasini è, proprio, «la fusione di alto artigianato e tecnologia: prima il disegno a mano libera, poi la borsa "prende forma" in 2D, da trasmettere alle macchine da taglio computerizzate, per realizzare i singoli pezzi, che una "squadra" di artigiani assembla, a mano o con i macchinari. Nasce così il "campione" per la produzione seriale». Questa capacità di utilizzo dei materiali, una attrezzatura all'avanguardia e una manualità di eccellenza, hanno permesso, nel periodo della pandemia, di dare vita a Hollylab, per creare la mascherina che ha conquistato il mercato italiano e straniero. «Il Made in Italy, per noi, è versatilità, in chiave anche solidale».



SALUMIFICIO PERNIGOTTI

● 1900
anno di fondazione

● N.D.
fatturato 2021

● 15
dipendenti

TORTONESE

Tecniche particolari tramandate di padre in figlio per un prodotto genuino

di **Mimma Caligaris**



«Dagli stranieri, a volte, si può anche imparare. Alla Pernigotti abbiamo fatto tesoro dei segreti per la produzione del prosciutto lasciati dai francesi, che dominavano il Tortonese alla fine del 18° secolo». Tecniche che ha imparato bene, soprattutto, Francesco Pernigotti, il fondatore, a inizio Novecento, prima generazione a lavorare nel laboratorio artigianale a Carezzano, piccolo borgo sulle colline alla destra del torrente Scrivia, a pochi colpi di pedale da Castellania Coppi: oggi lavorano Carlo e Francesco, padre e figlio, impegnati a produrre salumi da suini pesanti allevati in Piemonte e Lombardia. «Il bisnonno Francesco avviò l'attività nella macelleria di famiglia, che oggi continuiamo, secondo la tradizione, utilizzando tutti gli accorgimenti sanitari e tecnici che permettono di valorizzare le qualità dei prodotti». Orgogliosi artigiani del gusto, «sempre nel pieno rispetto delle disposizioni comunitarie», con il piacere di riconoscimenti, e sono molti, che sottolineano l'eccellenza di una produzione che spazia dai tradizionali salami crudi legati a mano al "Gran Cotto", il pregiato prosciutto cotto, «il simbolo della nostra azienda», ma anche il "lonza e lardo", «pezzo unico nostro»,

la pancetta steccata, il lardo di Carezzano, «macerato con sale marino e aromatizzato solo con una leggera battuta di pepe nero», bresaola, stinco di maiale, roast beef e salame cotto. «Sapori delle nostre colline dove, nelle giornate terse, si respirano i profumi inebrianti di prodotti riscoperti e valorizzati». Il piccolo laboratorio del bisnonno è, oggi, uno stabilimento di recente costruzione «dove tutte le lavorazioni avvengono a mano, Siamo strutturati per una produzione limitata, che punta sulla qualità, una scelta che permette la tradizione della salatura in vena delle cosce con un metodo solo manuale ed è ciò che rende particolari i nostri prosciutti, che arrivano sulle tavole delle famiglie, e sono scelti anche dai ristoratori».

Una tecnica particolare, tramandata di padre in figlio, che prevede la siringatura in vena, a due atmosfere, di una miscela di acqua, sale e aromi naturali, che permette alla salamoia di distribuirsi nei tessuti in maniera uniforme, attraverso i capillari, «in questo modo si evita di sfibrare la compattezza delle fasce muscolari, preservando così la qualità finale dei prodotti». Prima di procedere a questa lavorazione al Salumificio Perni-

gotti si selezionano le cosce dei suini pesanti, «il peso medio varia dai 180 ai 190 chili», poi si procede alla salatura in vena e al bagno in salamoia, che dura circa 200 ore. Nella quarta fase le cosce, disossate a mano, vengono poi inserite negli stampi e infornate. «Il tempo medio di cottura, sempre secondo le regole tramandate in famiglia, è di circa un'ora per chilo, a una temperatura di 80°». Terminata la cottura, ogni coscia è stoccata nell'apposita sala di raffreddamento, per 48 ore, e una volta raffreddata confezionata sottovuoto. «A quel punto possiamo dire che il prosciutto è pronto per fregiarsi del titolo di Gran Cotto Pernigotti».

Che si può assaggiare direttamente nel negozio nel centro di Carezzano. Maggiore. «Per apprezzare subito la genuinità di un prodotto, che è il simbolo della nostra azienda. Niente polifosfati o ingredienti come proteine derivanti da latte e glutine, che si possono ritrovare nelle produzioni industriali: dal bisnonno Francesco abbiamo imparato che l'artigianalità della lavorazione è garanzia di naturalità». Che ha conquistato anche il mercato estero, soprattutto Francia e Svizzera, ospite in molte fiere del gusto.

MONDOBRICO

● **1996** anno di fondazione

● **32,8 MILIONI DI EURO** fatturato 2021

● **140** dipendenti

L'elogio del "fai da te" è in continua evoluzione

di **Giordano Panaro**

Dall'esperienza manageriale della grande distribuzione è nato Mondobrico, una realtà veramente 'fai da te', non solo per la tipologia merceologica trattata. Mondobrico si occupa del bricolage e di prodotti per la casa dal 1996, vantando un'ampia gamma di oltre quarantamila articoli che vanno dalla ferramenta, passando per l'utenileria, il materiale elettrico, idraulica, legno, vernici, fino al riscaldamento e condizionamento.

I prodotti sugli scaffali sono scelti per abbellire e personalizzare le nostre case, ma non solo. Con il tempo e con lo sviluppo dei punti vendita - il primo a Mede (Pv), l'ultimo in ordine di tempo al Retail Park di Alessandria, sette in tutto - la tipologia merceologica si è allargata al pet food e agli accessori per gli animali con particolare riguardo all'equitazione, dovuta alla forte passione di due soci Mondobrico. Vasta scelta ed assistenza sui prodotti e sugli acquisti è il 'quid' in più della catena di 'fai da te'.

«Siamo in continua evoluzione e non ci fermiamo mai, puntiamo a differenziarci da tutti gli altri negozi del settore perché abbiamo capito che la vera carta vincente è l'unicità - fanno sapere i fondatori - Ovviamente abbiamo tutti i prodotti che ci collocano nella categoria dei Fai da te, ma non solo, ne abbiamo altri ricercati e particolari che cerchiamo e curiamo personalmente. Siamo tuttora un'azienda a conduzione familiare perché crediamo che i nostri dipendenti non siano solo numeri, bensì collaboratori».

Il personale-collaboratore è addestrato per rispondere alle esigenze del cliente per risolvere problemi nel minore del tempo possibile e con una spesa contenuta, vista la situazione.

Il motto Mondobrico?

«Nel nostro piccolo siamo grandi!»





ROLOIL

● **1933**
anno di fondazione

● **98,9 MILIONI DI EURO**
fatturato 2021

● **130**
dipendenti

TORTONESE

Rinnovarsi è la parola d'ordine salvaguardando la sostenibilità

di **Giordano Panaro**



Con lo slogan: “L’esperienza di ieri, lo sguardo al domani”, prosegue la ‘seconda giovinezza’ di Q8Oils Italia - Roloil di Castellar Guidobono che in questi anni si sta rinnovando con una serie di investimenti importanti per consolidare la sua posizione dominante nel settore dei lubrificanti industriali. Gli anni post pandemici sono stati per la multinazionale petrolifera utili per ripartire alla grande, con un investimento considerevole: 10 milioni di dollari da impiegare nell’ampliamento dello stabilimento tortonese, in corso; la capacità produttiva dove vengono creati ed industrializzati i fluidi per la lavorazione dei metalli verrà praticamente raddoppiata, proprio per soddisfare ulteriormente le esigenze dei clienti che chiedono sempre di più prodotto customizzati per i propri macchinari. Contestualmente si è provveduto ad assumere nuova forza lavoro la cui età media è intorno ai 35 anni (19 persone) per continuare anche un rinnovamento

generazionale utile per guardare al futuro mantenendo i piedi ben saldi ad una tradizione tutta tortonese.

Questo nuovo piano industriale - unito ad un’azione di marketing legata al re-branding del marchio storico Roloil - ha portato risultati eccellenti in volume e fatturato. L’azienda può guardare al futuro in modo positivo, verso ed oltre i 100 anni di vita.

Q8Oils - Roloil si consolida dunque nel mercato dei lubrificanti e lo stabilimento tortonese in particolare continua ad essere fondamentale nel business internazionale degli oli per uso industriale che vengono commercializzati anche all’estero.

Ogni anno vengono prodotti 36 mlt di litri di lubrificante 13 dei quali per autotrazione, 23 per l’industria (compresi grassi e lavorazione metalli). La maggior parte viene commercializzata in Italia con entrambi i marchi di proprietà: Q8 e quello storico, Roloil, che ha cambiato nello stile, non nei contenuti. Tortona rimane comunque

il centro di eccellenza per la creazione e la produzione degli oli e uno stabilimento chiave mondiale per il colosso petrolifero.

Alte prestazioni senza perdere di vista la sostenibilità e la protezione dell’ambiente, unito ad una rete vendita organizzata, rende Q8oil - Roloil un centro di eccellenza.



IL NOSTRO IMPEGNO PER UNO SVILUPPO SOSTENIBILE

INNOVATING SUSTAINABLY

- Comprendere le esigenze dei clienti e anticiparne le aspettative
- Sviluppare un percorso verso la sostenibilità, ispirandosi alle aspettative dei clienti
- Rafforzare la sostenibilità nei nostri processi innovativi



SOURCING SUSTAINABLY

- Approvvigionarsi in modo sostenibile
- Migliorare di continuo la qualità delle nostre materie prime
- Rafforzare i rapporti con i nostri fornitori di materie prime



BIOREFINING SUSTAINABLY

- Ottimizzare i nostri consumi energetici
- Preservare le risorse idriche
- Ridurre continuamente l'impatto ambientale



ACTING SUSTAINABLY

- Mettere la salute, la sicurezza e il benessere al centro delle nostre preoccupazioni
- Responsabilizzare i collaboratori
- Sfruttare la nostra diversità
- Sviluppare le nostre attività in collaborazione con le comunità locali





GAVIO GRUPPO ASTM

● **1928**
anno di fondazione

● **2,5 MILIARDI DI EURO**
fatturato 2021

● **16 MILA**
dipendenti

TORTONESE

Dopo la svolta, ancora crescita E poi le stazioni di ricarica elettrica

di **Roberto Gilardengo**



Se per Astm il 2021 è stato l'anno di svolta per l'internazionalizzazione e la diversificazione, con il consolidamento di EcoRodovias e Sitaf continua la crescita del gruppo. Testimoniata dai numeri: oltre 3 miliardi di ricavi totali [di cui oltre il 50% da attività all'estero] secondo il bilancio pro-forma, quello che consente di trasformare le idee in valori di capitale, e un volume di affari di 2 miliardi e mezzo. Infine, un utile netto di 164 milioni di euro. Entrando nel dettaglio, i ricavi netti da pedaggio nel 2021 hanno superato il miliardo e 300 milioni di euro, quelli del settore Epc (Engineering, Procurement and Construction) il miliardo, grazie a Itinera. Senza dimenticare la sostenibilità, con Astm confermata best in class del settore.

Per analizzare l'andamento di questo colosso, leader mondiale per la gestione delle reti autostradali e nella progettazione e realizzazione di grandi opere infrastrutturali, bisogna partire dall'ultimo bilancio di esercizio. Consegna una società che, come ha sottolineato l'ad Umberto Tosoni, «ha raggiunto importanti risultati in termini di obiettivi strategici, completando il processo di acquisizione del

controllo di EcoRodovias in Brasile e di Sitaf in Italia, asset fondamentali per la crescita internazionale e nazionale del gruppo. Pur in un contesto complesso, anche a causa degli effetti della pandemia - ha aggiunto Tosoni - sono stati conseguiti risultati industriali ed economici ben oltre le attese. La nostra mission è quella di innalzare gli standard qualitativi e tecnologici delle nostre reti autostradali e a tal fine abbiamo incrementato del 55% gli investimenti nel mondo. Oggi possiamo dire di essere tra i protagonisti di uno sviluppo infrastrutturale sostenibile e innovativo, in linea inoltre con il processo di transizione ecologica e digitale promosso dal governo».

Mobilità "zero emission" e la Cittadella dello Sport

Su questa strada, si inserisce la scelta di Gavio di raggiungere una mobilità 'zero emission', come conferma l'obiettivo di arrivare, entro il 2026, a elettrificare l'intera rete Astm. Di recente, è stata aperta al pubblico una nuova stazione di ricarica sull'autostrada A12, nell'area di servizio Versilia

Est [nel territorio del comune di Pietrasanta], in un contesto particolarmente significativo per la propria vocazione turistica. Con quest'ultimo impianto, salgono a 13 quelle presenti lungo la rete gestita dalle società concessionarie gestite dal gruppo, collocate in particolare lungo il corridoio Tirreno-Brennero (A12-A15), lungo le tratte di collegamento con la Francia e la Svizzera (A10 e A5) e alle porte di Milano (A4). In nove di queste è possibile la ricarica ultraveloce: tempo medio dell'operazione 20 minuti. Infine, sulla A5 Quincinetto-Aosta, è prevista la realizzazione, all'interno di una ex barriera di esazione dismessa, della prima area esclusivamente dedicata al servizio di ricarica elettrica.

Gavio vuol dire Tortona e anche basket. Per questo non si possono dimenticare gli effetti che potrà avere sull'economia del territorio l'apertura della Cittadella dello Sport, con un palasport da 5.000 posti per le gare della Bertram. Rallentamenti per burocrazia, covid e crisi ucraina a parte, l'opera è in fase di avanzata realizzazione. Buona notizia: lo sport, quando tocca il vertice, può portare benefici a turismo e commercio.

ENTSORGA

● **1997** anno di fondazione

● **11,7 MILIONI DI EURO** fatturato 2021

● **12** dipendenti

La missione? Sviluppare e applicare le migliori tecnologie

di **Marco Gotta**



Sono passati ormai venticinque anni da quando un piccolo ma audace gruppo di imprenditori di diversi settori decise di unire le proprie forze e creare una sinergia per ottimizzare la gestione dei rifiuti attraverso lo sviluppo di tecnologie innovative ispirate ai concetti di alta efficienza, sostenibilità ambientale ed economica ed elevata automazione: da lì nacque Entsorga. Dopo venticinque anni, l'azienda ha sviluppato un notevole numero di soluzioni per il trattamento dei rifiuti e la produzione di combustibili alternativi, avendo sempre una particolare attenzione al rispetto dei più alti standard di salute e sicurezza e alla riduzione dell'impatto ambientale. Questo processo di continuo miglioramento in termini di ricerca e sviluppo ha permesso a Entsorga di crescere e diventare un attore mondiale nella fornitura di tecnologie proprietarie, provate e bancabili per il compostaggio, la biostabilizzazione, la bioessiccazione, la digestione anaerobica, il bioetanolo cellulosico e i combustibili alternativi per cementifici. Allo stesso tempo ha diversificato le sue attività gestendo, possedendo impianti di trattamento dei rifiuti e creando filiali in

paesi esteri al fine di offrire le proprie tecnologie in tutto il mondo. L'azienda opera in Europa, Africa, Nord e Sud America e fornisce servizi ad ampio raggio a partire dalla consulenza di progettazione fino alla direzione dei lavori e alla realizzazione chiavi in mano degli impianti di trattamento dei rifiuti. La lunga esperienza nella costruzione di impianti di trattamento dei rifiuti e la vasta gamma di tecnologie offerte permette ad Entsorga di adattarsi a tutte le possibili esigenze: dagli impianti per piccole comunità ai grandi impianti industriali completamente automatizzati. Entsorga è regolarmente in grado di definire e concretizzare soluzioni specifiche su misura in base alle esigenze del cliente, inclusi obiettivi in materia di riciclaggio e di riduzione dei conferimenti in discarica. La principale "guida" di Entsorga è il principio di sviluppo sostenibile: un concetto rivoluzionario che è stato accettato come obiettivo centrale dell'Unione Europea e che ha la massima importanza nel contesto storico attuale. Le norme per il riciclaggio, il recupero e la riduzione dei conferimenti in discarica hanno generato un mercato

significativo per le nuove tecnologie di trattamento dei rifiuti.

Entsorga fornisce tecnologie proprietarie provate e bancabili in grado di individuare, recuperare e valorizzare quei particolari scarti che possono essere ricollocati nel ciclo produttivo: in questa ottica il rifiuto di oggi, se accuratamente trattato, non finisce in discarica ma può avere una seconda vita diventando la risorsa del domani. Entsorga ha dedicato molto tempo ed energie per studiare il problema dell'impatto umano sull'ambiente e le soluzioni, esistenti e possibili, per alleviarlo. L'impatto umano sull'ambiente è il risultato del prodotto tra l'aumento della popolazione mondiale e del consumo medio individuale, diviso la tecnologia. Visto che il numeratore è in costante aumento dal momento in cui la popolazione cresce di pari passo con l'uso di risorse, occorre incrementare il denominatore di conseguenza. La missione di Entsorga è studiare, sviluppare e applicare le migliori tecnologie proprietarie per ristabilire l'equazione e attenuare l'impatto umano sul nostro pianeta, creando valore: un valore economico, ambientale e umano.

Novi, bene l'agroalimentare. E la logistica?

di Irene Navaro

In un anno di forti difficoltà a causa della crisi internazionale energetica e del rincaro generalizzato delle materie prime, l'economia novese intrevvede sprazzi di sereno. Il volano della ripresa economica parrebbe essere l'industria agroalimentare, con le eccellenze che, da sempre, sono sinonimo di qualità e "novesità". Su tutte le Novi Elah Dofour che, proprio nell'ultimo trimestre ha lanciato una nuova campagna di comunicazione incentrata tutta sul "made in Italy", elemento caratterizzante, da oltre 100 anni la produzione di cioccolato dell'azienda saldamente nelle mani del cavalier Repetto.

Ha sollevato gli animi, in primis dei lavoratori, la soluzione della vicenda Pernogitti. Nella storica azienda dolciaria novese, anch'essa sinonimo di qualità, dopo la crisi di quattro anni fa, quando sembrava destinata allo smantellamento per volontà della proprietà turca - il gruppo Toksoz, è ripresa la produzione. I Toksoz hanno infatti ceduto la proprietà all'americana Jp Morgan, già presente sul mercato italiano con il marchio Walcor. Ad ottobre le maestranze così sono rientrate nello stabilimento di viale Rimenbranza e gli impianti sono ripartiti. Proprio sulla vicenda Pernogitti si era registrato l'impegno del governo italiano, a fianco delle istituzioni locali compatte, per la preservazione e il rilancio del made in Italy. Un'altra azienda del settore agroalimentare, la Campari, che ha uno stabilimento a Novi da circa 20 anni, non ha mai smesso di investire sul sito produttivo e, tra il 2022 e il 2025, ha annunciato il raddoppio dei capannomi industriali, con un conseguente innesto di nuova forza lavoro.

Anche dal settore del commercio arrivano segnali positivi. Dopo le criticità legate allo stop a causa della pandemia da Covid 19, al Serravalle Outlet, il più grande outlet d'Europa del gruppo Mc Arthurglen, che dà lavoro a circa 2 mila persone tra dipendenti diretti dei marchi presenti e indotto, nel corso del 2022 si sono ristretti i numeri, in termini di visitatori, ai livelli pre-pandemia.

Tutto come prima, quindi?

No, perché pesano sul futuro dell'economia novese la crisi pesa, eccome. Sull'Ilva, una delle principali e storiche aziende metalmeccaniche del Paese, l'incertezza legata alle sorti dello stabilimento di Taranto, da cui provengono i laminati lavorati a Novi, è ancora presente. Altrettanto incerto è il settore della logistica: mentre il territorio attrae nuovi investitori (nell'area di Pozzolo Formigaro sta per insediarsi una piattaforma logistica di grandi dimensioni) il rilancio di San Bovo resta al palo, nonostante nei cantieri del Terzo Valico, tra alti e bassi, proseguono i lavori per la realizzazione dell'opera che collegherà Genova con Milano.

Da un lato, quindi, i privati hanno saputo riconoscere la strategicità del territorio, al centro del triangolo industriale del nord Ovest. Dall'altro le scelte pubbliche non sembrano essere andate sempre nella stessa direzione. La scommessa, per i prossimi anni, sarà quella della riqualificazione (energetica, produttiva, strutturale). Una scommessa che, ovviamente, non si gioca solo sul novese ma l'auspicio è che la realtà territoriale possa insinuarsi nei flussi economici nazionali e internazionali, senza presedere altri treni.



NOVESE

EFFE.TI. guanti da portiere

● **2012**
anno di fondazione

● **N.D.**
fatturato 2021

● **N.D.**
dipendenti

Dieci anni di guanti da portiere di altissima qualità

di **Benedetta De Paolis**

Trentasei anni di carriera come portiere, venticinque dei quali in prima squadra. Francesco Teti, portiere classe 1979, originario di Santhià e oggi pasturanese, ha messo tutta la sua pluriennale esperienza, unita alla passione, nel progetto che porta avanti dal 2012 e che proprio quest'anno compie dieci anni.

Oggi infatti Francesco disegna a mano, finalizzandoli poi a computer, ogni guanto prodotto da Effe.Ti, il nome del suo brand di guanti da portiere, che riprende le sue iniziali.

«I miei guanti vengono ideati e disegnati da me e prodotti poi in Pakistan, nazione dove si confeziona la maggior parte dei capi sportivi - spiega Teti - Quando ho iniziato erano pochi i brand italiani che producevano all'estero ma, al contrario di oggi, era più difficile partire perché non si conoscevano i produttori. Scelgo personalmente i materiali, ricercando il top di gamma. Il mio obiettivo è dare al cliente con passione un prodotto valido e al giusto prezzo, tenendo sempre alta la qualità».

In poche parole, quello che Teti vuole offrire ai suoi clienti è funzionalità, originalità estetica e convenienza, il tutto unito alla sua esperienza.

In realtà però Teti ha incominciato la sua avventura senza esporsi in prima persona.

«All'inizio ho preferito non far sapere che c'ero io dietro a Effe.Ti, per non condizionare l'acquisto sia in positivo sia in negativo. Dopo un paio di anni sono poi uscito allo scoperto».

I guanti Effe.Ti. non si trovano nei negozi. «Una scelta che ho fatto per riuscire a mantenere una fascia di prezzo relativamente bassa. Vendo principalmente su internet e tramite social. Ricevo ordini da tutta Italia, da dilettanti e professionisti, dai 16 anni in su. Nel mio caso il passaparola rimane una tipologia di pubblicità formidabile».

Nel mondo del calcio professionale, Effe.Ti. conta numerosi testimonial, dalla serie C alla serie A, che indossano i suoi guanti in esclusiva.

La gamma di guanti comprende numerosi modelli. Ogni anno calcistico ne escono 11 nuovi, 4 a luglio, 4 a dicembre e 3 a marzo.

«A luglio di quest'anno è uscita la collezione Diec1, una collezione a cui tengo particolarmente perché rappresenta la storia decennale del brand. Comprende 4 modelli che soddisfano tutte le richieste, con materiali, tagli, e lattici diversi, per essere sempre vicini alle esigenze dei clienti».

Guardandosi indietro, per Francesco è difficile dimenticare gli ultimi due anni. «La pandemia è stata un disastro per me come per tutti, ma sono fortunato, non avendo costi eccessivi di magazzino, ufficio e dipendenti sono riuscito a sopravvivere nonostante il calcio sia stato fermo un anno e mezzo».

Teti organizza annualmente, nel mese di dicembre, alcuni eventi benefici, come l'asta delle magliette con i testimonial e la giornata per i portieri, devolvendo il ricavato in beneficenza, per uno scopo sociale.





LARN

NOVESE

● 1988 anno di fondazione	● 4,5 MILIONI DI EURO fatturato 2021	● 35 dipendenti
-------------------------------------	--	---------------------------

Una realtà in forte espansione nel settore degli integratori alimentari

di **Benedetta De Paolis**



Larn, dinamica azienda attiva da più di 30 anni nel settore degli integratori alimentari e dietetici, produce tutte le forme di dosaggio [compresse, capsule, bustine e liquidi] nelle varie possibilità di packaging [blister, pilloliera, flaconi astucciati o etichettati] di integratori alimentari, alimenti per gruppi specifici, dispositivi medici. Oggi i fratelli Laura e Michele Montaldo hanno preso le redini dal padre che, insieme ad altri soci, ha dato vita all'attività nel gennaio 1988.

«Dal 2005 la gestione aziendale è passata totalmente in carico alla mia famiglia con il subentro di mio fratello - spiega Laura - lo sono entrata nell'organigramma aziendale come key account nel 2012, dopo la laurea conseguita in teorie e tecniche per la mediazione interlinguistica, per diventare CEO nel 2013».

Un'azienda in costante crescita, basti pensare che dal 2010 ad oggi il fatturato è più che raddoppiato.

«È in programma l'ampliamento non solo della superficie produttiva, ma anche del personale. Recentemente abbiamo attivato uno stabilimento dedicato alla produzione di mangimi

complementari per animali da compagnia nel sito produttivo di Serravalle. Sempre di recente abbiamo implementato il nostro organico con una risorsa in ambito commerciale che si dedica totalmente alla cura dei rapporti con i Clienti.

Questa figura è sostenuta dal nostro reparto R&D, coordinato dalla dottoressa Sara Priano, molto dinamico e propositivo, disponibile a studiare ad hoc le formulazioni sulla base delle esigenze richieste, oppure proponendo soluzioni alternative utilizzando materie prime selezionate tra quelle proposte dai nostri fornitori qualificati».

Un'azienda che cerca quindi di essere dotata di tutto quanto il necessario per poter offrire ai clienti un servizio completo, non solo in Italia, ma anche all'estero.

«Ad oggi collaboriamo con importanti realtà del settore, sia UE sia EXTRA UE, che distribuiscono sia in GDO, sia attraverso il canale farmacia/parafarmacia, sia per informazione medico-scientifica verso i medici specialisti».

Il settore in cui opera Larn non è stato particolarmente colpito dalla crisi

pandemica degli ultimi due anni, nei quali l'operato si è mantenuto stabile. Ci sono invece preoccupazioni per lo scenario attuale.

«Un'importante problematica è l'attuale crisi energetica che si sta ripercuotendo inevitabilmente anche sulle nostre realtà a causa dell'aumento dei costi di luce e gas, che si configura in un aumento generale di costi di gestione e produzione. Il nostro progetto per il futuro è quello di adeguarci a quelle che saranno le prospettive di rinnovamento per la sostenibilità a livello industriale oltre a procedere con il calcolo e la relativa compensazione della carbon footprint di tutta l'azienda».

Le prime di una serie di azioni volte alla sostenibilità che l'azienda intende intraprendere.

«Ci siamo già mossi calcolando la carbon foot print sulla base del percorso casa-lavoro-casa dei dipendenti. Le emissioni di CO2 sono state compensate con una donazione volontaria alla onlus "Save the planet", con la quale abbiamo previsto anche un'ulteriore donazione per il progetto di riforestazione del parco del Ticino».



ALBERGO CORONA

RISTORANTE DEL SANTO BEVITORE

I NOSTRI SERVIZI

IL MENU' GOURMET

Veri e propri viaggi all'interno di esperienze gustative uniche!

LE TAPAS

La grande qualità al servizio dei tuoi pranzi o cene più "veloci"

LA STEAK HOUSE

I migliori tagli di carne provenienti da tutto il mondo

IL SUSHI

Sushi a regola d'arte con prodotti freschissimi di alta qualità

L'AMERICAN BAR

La nostra esperienza ventennale per i tuoi aperitivi di qualità!

L'ALBERGO

11 Camere, 5 singole, 5 doppie ed una Suite dotate di ogni comfort



ALBERGO CORONA RISTORANTE DEL SANTO BEVITORE

Corso Marengo, 11
NOVI LIGURE (AL) – ITALY
Tel. 0143 1500530
info@ristorantealbergocorona.it

ORARIO DI APERTURA

Breakfast da lunedì a sabato	7:00-09:30
Breakfast domenica	8:00-10:00
Lunch	12:00-14:00
Dinner	19:30-22:00
Dinner week-end	19:30-22:00
Reception	7:00-22:30
check in 14:00 – check out 11:00	

Per check-in e check-out fuori orario sarà possibile concordare previa disponibilità con anticipo via mail o telefonicamente

Parcheggio gratuito
in Piazza XX Settembre



Una splendida location per ogni tipo di evento



L'Albergo Ristorante Corona rinasce a Novi ligure nel 2018. Gestiamo questa importante struttura per il territorio Novese con personale giovane ma preparatissimo, per garantire un servizio accurato e mettere a proprio agio tutti i nostri clienti. Abbiamo organizzato la struttura in modo da rispondere a tante esigenze diverse e dare una risposta ad ognuna di queste dando importanza alla qualità, al gusto e alla comodità assoluta. Tante tipologie di clienti possono trovare da noi quello che amano di più.

- **Ristorante Gourmet di alto livello grazie al nostro grande chef Papa Thomas.**
- **Nella nostra veranda riscaldata potete gustare le nostre fantastiche Tapas, uno speciale menù adatto ad occasioni più smart e veloci.**
- **Una Steak House di primissima qualità con carni selezionate in arrivo da tutto il mondo.**
- **Il nostro Sushi ricercato e con prodotti freschissimi.**
- **Abbiamo dotato il nostro ristorante di due modernissime cantine che ci permettono di conservare al meglio e servire nelle condizioni ottimali i vini Bianchi, Rossi e Bollicine della nostra enorme enoteca interna di proprietà.**

Da quest'anno è possibile degustare grandi vini al calice grazie all'utilizzo del Coravin.

- **Un American Bar di grande qualità**

Con il nostro Hotel che dispone di 11 Camere: 5 singole, 5 doppie (2 delle quali possono diventare triple o quadruple) ed una Suite, dotate di ogni comfort, diamo una ulteriore risposta a clientela business o a turisti che amano i percorsi enogastronomici o lo shopping nel vicino Outlet di Serravalle Scrivia. La nostra splendida location si presta anche a qualsiasi tipo di evento o cerimonia.

«Siamo legati al nostro territorio e amiamo creare piatti seguendo le nostre belle e grandi tradizioni, allo stesso tempo, aperti a tutte le novità e il nostro Chef è maestro a creare esperienze gustative di grandissimo livello con prodotti di elevatissima qualità. Di sicuro gestire un'attività come la nostra è un impegno realmente enorme. Dietro un ristorante c'è una giovinezza perduta per realizzare un sogno. Perdiamo amici, momenti di famiglia, nascite, matrimoni, la salute e persino le occasioni di vita preziosa per ricercare la perfezione, mettere l'anima ogni giorno per migliorare ed eccellere ed anche offrire il meglio di noi stessi alle persone.

Ma la certezza di promuovere e diffondere i prodotti tradizionali del nostro territorio e di poter diventare il punto di incontro per tutte le generazioni del Novese, ci dà la carica per lavorare al meglio ogni giorno» dice Gianluca Spinola, titolare del Corona.

VINOVI di Marco Santarelli

● **2021**
anno di fondazione

● **30 MILA EURO**
fatturato 2021

● **N.D.**
dipendenti

Il grande coraggio di una scelta innovativa

di **Benedetta De Paolis**

Ci sono dentro i due mondi di Marco Santarelli nel laboratorio di analisi e consulenze enologiche Vinovi: il vino e il territorio del novese. Classe 1983, Marco si laurea in viticoltura ed enologia all'università Cattolica di Piacenza e, dopo un master di primo livello in enologia e marketing, nel 2012 si trasferisce in Sardegna, dove lavora presso la cantina Santadi, che produce milioni di bottiglie ed è una delle realtà del settore più importanti nella regione. «Sono partito dalla gavetta, ho iniziato come cantiniere, lavando le vasche, per poi arrivare alla direzione tecnica. Sono stati cinque anni di formazione fondamentali per me».

Dopo l'esperienza sarda, Marco decide di rientrare in Piemonte e, dopo alcuni lavori in terra di Langhe, arriva per lui il momento della svolta.

Il laboratorio

Marco rientra in tempo di Covid-19, nel 2020. In un periodo molto difficile per l'economia in generale, lui inizia a pensare a come può restituire al suo territorio quanto da lui ha appreso. Confrontandosi con alcuni amici viticoltori scopre che in zona manca un laboratorio per le analisi delle uve e del vino, proprio come quello che ha in mente di aprire.

E così, con molto coraggio e determinazione, «bevendo un sorso di vino e scrivendo su un foglio, nel 2021 ho creato Vinovi».

Vinovi è un laboratorio analisi a tutti gli effetti, attraverso il quale Santarelli guida e consiglia i proprietari e i tecnici di cantina con l'obiettivo di

garantire e innalzare la qualità dei loro prodotti.

«Dentro c'è l'esperienza di 15 anni di attività e l'amore per un mestiere al quale mi sono affascinato già durante gli studi alle scuole superiori. Il valore aggiunto che dà a chi si affida a me è che non si tratta solo di analisi di laboratorio, perché il cliente in Vinovi trova anche un enologo che ha fatto la gavetta e sa cosa vuol dire lavorare in cantina. Non solo un analista quindi, ma una persona che è consapevole di quanto sia importante avere risultati in tempi brevi e che può fornire consulenza, assistenza su come progettare un vino, formazione al personale e corsi direttamente all'interno delle cantine». Sono ovviamente plurimi i motivi per i quali le aziende vitivinicole si rivolgono al laboratorio di Santarelli. «La necessità è il controllo del processo di vinificazione, partendo dalla maturazione delle uve, utile a capire quando è il momento di raccogliere per avere dei vini che soddisfino le esigenze del proprio mercato, alla valutazione qualitativa dei processi di vinificazione e di imbottigliamento».

Marco attualmente lavora da solo, unendo quindi competenze analitiche ed enologiche in una struttura tecnologicamente all'avanguardia, dotato dei migliori strumenti di analisi, per controlli puntuali e scrupolosi.

«Sono orgoglioso dei risultati che sto ottenendo, ma è stato difficile. È stato un salto nel buio completo, soprattutto visto il periodo. D'altronde quando entri in questo mondo ne rimani affascinato».





GRASSANO

NOVESE

● **1957**
anno di fondazione

● **41,2 MILIONI DI EURO**
fatturato 2021

● **65**
dipendenti

Predosa e la rigenerazione finale degli oli a supporto delle imprese

di **Marcello Feola**

«Sebbene la pandemia abbia messo in ginocchio molti settori produttivi, ha avuto effetti relativamente blandi su chi, come Grassano, si occupa di attività di trattamento e ricondizionamento di rifiuti da attività economiche. Il nostro è un mercato interamente affidato all'iniziativa privata che rappresenta un'eccellenza del Paese a livello europeo, perché riusciamo ad avviare a recupero oltre il 70% di materia»: Angelo Riccoboni, amministratore delegato di Grassano Spa, racconta l'anno che stiamo attraversando cercando di guardare al futuro.

«Il rovescio della medaglia - prosegue - è che, anno dopo anno, assistiamo a una continua flessione della capacità impiantistica nazionale per la difficoltà burocratica a strutturare nuove iniziative, in linea con le necessità sempre più specifiche di una gestione sostenibile dei rifiuti. Quindi, una piattaforma avanzata come la nostra rappresenta un formidabile supporto per le imprese che vi ricorrono».

Quali i progetti realizzati e quali quelli in cantiere?

«Grassano nasce nel 1957, come attività per la raccolta degli oli esausti, ed entra nel perimetro del Gruppo Riccoboni nel 2004, sviluppando nel tempo nuove linee produttive e servizi che ci hanno permesso di passare da 15 a 65 dipendenti e di decuplicare il fatturato. La piattaforma oggi rimane il centro di riferimento del

Conou su questo territorio per la raccolta e il trattamento di oli minerali lubrificanti ed emulsioni esauste da macchine industriali. La nostra ambizione è chiudere la filiera, realizzando a Predosa anche un impianto, già autorizzato dalla Provincia di Alessandria, per la rigenerazione finale degli oli che comporterà l'assunzione di un'altra ventina di persone. La seconda sfida che ci stiamo ponendo è trasformare il laboratorio interno per le analisi chimiche, che afferisce a un'altra società del Gruppo, in un vero competence center per fare ricerca applicata e sviluppare soluzioni che riducano la frazione del rifiuto non recuperabile. Perché trasformare i rifiuti in risorsa è l'unica possibilità davvero sostenibile a lungo termine per ridurre il loro impatto sull'ambiente».

Investimenti e rincaro di materie prime e costi dell'energia: gli obiettivi, e le risposte all'emergenza, di Grassano?

«Indubbiamente il caro energia rappresenta per tutti una voce di costo molto difficile con cui fare i conti. Pur avendo investito in un impianto solare fotovoltaico da più di 110 mila kWh / anno, non è stato sufficiente a sopperire i maggiori costi dovuti alla crisi energetica. Per questo, Grassano intende continuare in futuro ad investire in energia rinnovabile e dotarsi di presidi impiantistici che massimizzino il risparmio energetico».





RISONANZA MAGNETICA APERTA

prestazione
non convenzionata
con ASL



NUOVA TAC



MAMMOGRAFIA CON TOMOSINTESI



DIAGNOSTICA DENTALE CONE BEAM

Ci prendiamo a cuore la tua salute



**SOSTENIAMO
LO SPORT
DI NOVI
E DEL NOVESE**



STRUTTURA CONVENZIONATA E ACCREDITATA

- RADIOLOGIA DIGITALE
- ECOGRAFIA
- SENOLOGIA
- DIAGNOSTICA PEDIATRICA
- TAC
- DIAGNOSTICA CONE BEAM
- COLONSCOPIA VIRTUALE
- ECOCOLORDOPPLER
- ECOGRAFIE
- PANORAMICA DENTARIA DIGITALE DIRETTA



Via Edilio Raggio, 87
Corso Italia, 21
NOVI LIGURE (AL)
0143-2564



Piazza Risorgimento, 7
STAZZANO (AL)
0143-65315

Studio Foco, da oltre 60 anni sempre al fianco dei pazienti

Efficacia nei servizi, competenze ed esauriente informazione: tutto questo rappresenta lo Studio Foco di via Edilio Raggio 87 a Novi Ligure. Da oltre sessant'anni l'ambulatorio fornisce un servizio professionale, aggiornato e tecnologicamente avanzato.

«Fin dall'inizio abbiamo scelto di investire nelle risorse umane sia nel personale medico che amministrativo ed in strumenti di ultima generazione – sottolinea il dottor Giorgio Foco – Il rapporto con gli utenti è fondamentale e il nostro obiettivo principale è cercare di andare incontro alle loro esigenze con dedizione e flessibilità.

L'ambulatorio dispone di un personale altamente qualificato che, ogni giorno, coopera in sinergia per permettere un'attenta diagnosi e una soluzione tempestiva in base alla patologia riscontrata nel paziente. Non solo: lo Studio è convenzionato con il Servizio Sanitario Nazionale ma svolge anche attività privata. E' possibile effettuare diversi esami come la mammografia con tomosintesi, la diagnostica dentale, l'ecografia e la Moc, solo per citarne alcune. Inoltre, ultimamente è stata acquistata una nuova TAC di ultimissima generazione.

«Nel corso degli anni c'è stata una crescita esponenziale e siamo riusciti a suddividerci in più strutture – prosegue il dottor Foco – Oltre all'ambulatorio, ci troviamo anche in Corso Italia 21, dove il nostro team di specialisti visita privatamente gli utenti che ne fanno richiesta. E poi è stato avviato il nuovo poliambulatorio privato, in cui è possibile effettuare la risonanza con un metodo del tutto innovativo che consente l'effettuazione dell'esame con una macchina "aperta".



Tra i nuovi servizi troviamo le infiltrazioni ecoguidate, che consentono di somministrare sotto guida ecografica un farmaco all'interno di una articolazione, facendo in modo che possa agire al meglio esattamente dove serve. Vengono effettuate in collaborazione tra medico radiologo e medico ortopedico». «I tempi di attesa sono brevissimi.

Per prenotare basta telefonare allo 0143 2564 oppure compilare il form online sul nostro sito www.studiofoco.it. Entro le 24 ore successive lo staff vi contatterà per fissare con voi l'appuntamento».

Foco pensa anche al vostro benessere presentandovi **L'Amaro del farmacista**. Il liquore alle erbe lo potete trovare:

A STAZZANO
Farmacia Foco
Piazza Risorgimento, 7

A NOVI LIGURE
Bar Marengo
C.so R. Marengo, 155

Bar Al Vecchio San
Viale Regina Elena, 14

Caffè Gel Bistrot
C.so Italia, 10



Prenota online e inserisci il codice **INSALUTE2023** per avere uno **SCONTO**

TRE COLLI

● 1971 anno di fondazione	● 112 MILIONI DI EURO fatturato 2021	● 600 dipendenti
-------------------------------------	--	----------------------------

Da Parma a Carrosio, nel segno del rinnovo e della solidarietà

di **Benedetta De Paolis**



50 anni di attività, festeggiati a giugno del 2022 con un anno di ritardo a causa della pandemia Covid 19.

Era infatti il 4 marzo 1971 quando 6 soci fondatori diedero vita alla Tre Colli a Fidenza [Parma] e successivamente, nel 1980, alla sede di Carrosio negli spazi dello storico jufificio, un luogo logisticamente strategico che ancora oggi è base logistica e centrale dell'azienda, crocevia per i principali cantieri liguri, piemontesi, emiliani e lombardi. Oggi la parola d'ordine dell'azienda è sostenibilità. «Nel 2021 è stato redatto il primo bilancio di sostenibilità, approvato ad aprile 2022 - spiega Sonia Persegona, consigliere e figlia del fondatore Tarcisio - Trasparenza, attenzione all'ambiente e alla sostenibilità delle prestazioni e ricerca della massima efficacia sono caratteristiche che da sempre contraddistinguono l'operato della nostra azienda. La sostenibilità è un tema che stiamo implementando di anno in anno e stiamo pianificando di far nascere internamente all'azienda un dipartimento dedicato,

guidato da un manager della sostenibilità».

Tre Colli è stata inoltre pioniera dell'energia verde, con la realizzazione di impianti per la produzione di energia elettrica a biomassa e idroelettrica. Inoltre nell'alessandrino Tre Colli oggi sta sviluppando iniziative di energia elettrica solare fotovoltaica. «Dopo la siccità di questa estate, l'idroelettrico ha bisogno di essere compensato dal sole».

Sostenibilità è anche rinnovo del parco macchine, con l'obiettivo di cercare di ridurre se non azzerare le emissioni di Co₂.

«Stiamo cogliendo le esigenze del mercato, oggi la pandemia e la guerra hanno stravolto le dinamiche energetiche, questo ci impone impegni diretti, sia a livello personale riducendo i consumi, sia a livello di azioni globali, che per noi si traduce in macchine dai motori più moderni, infrastrutture e sistemi di trasporto più efficienti». Anche al McArthurGlen Designer Outlet di Serravalle, del quale Tarcisio Persegona è stato tra gli artefici della

nascita, oltre a investimenti e rinnovi continui, si stanno sviluppando progetti sostenibili, come l'implementazione delle colonnine per la ricarica delle auto elettriche.

Altri importanti progetti dell'azienda sono i parchi urbani e la riqualificazione di aree dismesse. «A Parma abbiamo realizzato i primi due boschi urbani con la piantumazione di duemila piante, un progetto che stiamo portando avanti anche altrove e che ci piacerebbe sviluppare in provincia di Alessandria. Per quanto riguarda le aree dismesse, stiamo riqualificando grossi appezzamenti di terreno abbandonati, installandovi pannelli fotovoltaici. Diamo così uno scopo a delle aree che altrimenti rimarrebbero terre di nessuno».

Nel 2021, anno del fatturato da record, più alto di sempre, la Tre Colli ha ricevuto e continua a ricevere una grossa quantità di richieste di riqualificazione di aree e strutture esistenti. «Il mondo oggi va verso il rinnovo e la riqualifica, anche questa è sostenibilità».



PLASTIC BIKE

NOVESE

● 1977 anno di fondazione	● N.D. fatturato 2021	● 120 dipendenti
------------------------------	--------------------------	---------------------

Il distretto dei motori: da Predosa fino ai circuiti di tutto il mondo

di Mimma Caligaris



Le motociclette che dominano sui circuiti di tutto il mondo hanno un pezzo di cuore [e di anima] nel 'distretto dei motori', a Predosa, dove ha casa Plastic Bike, accanto alla Gima, dove nascono vetture da rally, e alla Termignoni, leader nella produzione di marmitte. «Il sogno di ogni persona è trasformare la passione in lavoro, perché ogni risultato è vissuto come una conquista a cui dedicare una progettazione accurata e una attenzione totale».

Ivo Odasso lo ha fatto, nella fabbrica in via della Rampina, che nasce, nel 1977, come Savemo Plastic. Nel 1981 la nuova, e definitiva, denominazione, ma sempre con la stessa idea imprenditoriale, coltivare l'amore per le due ruote trasformandola in produzione di accessori per le due ruote, e non solo. Perché il dialogo produttivo si è allargato, negli anni, dalle due alle quattro ruote, dalla nautica all'arredamento, dalle attrezzature mediche al prodotto industriale. «Non c'è settore che escluda l'uso delle nostre lavorazioni, perché il procedimento adottato si rivela conveniente anche alle piccole serie».

Il Motorsport è il nucleo originario, da cui è partito un percorso di crescita

fondato sulle scelte innovative adottate fin dai primi passi. Fibra di vetro e fibra di carbonio sono i materiali lavorati, in autoclave, per offrire una gamma di particolari, in carbonio e in vetroresina, soprattutto per le case costruttrici di motociclette sportive, per modelli che trionfano nelle più importanti competizioni, ma anche per le versioni su strada. Le parti marchiate Plastic Bike sono sulle Yamaha che hanno dominato, nel 2021, il Mondiale Superbike, classifica piloti e costruttori, ma i componenti creati a Predosa sono su molti modelli leader a livello italiano e continentale, accordi siglati e consolidati negli anni con Aprilia, Ducati, Kawasaki, Mv Agusta, «perché alla scelta delle migliori materie prime si abbina, sempre, l'evoluzione continua di tecniche e una manodopera qualificata».

La scelta di ampliare le collaborazioni con i team permette una crescita qualitativa. «Aumentiamo la nostra esperienza, cercando sempre soluzioni nuove, in grado di offrire a chi si mette in sella, che sia un pilota ufficiale come un amatore, un prodotto in grado di fargli vivere a pieno la sua passione in pista, per chi gareggia anche con lo strumento giusto per otte-

nere grandi risultati». Una declinazione, orgogliosa, del "Made in Italy". «La nostra scelta e il nostro impegno nel campo delle fibre di vetro è nato quando ancora le possibilità, e le potenzialità, di questa materia e dei suoi derivati, erano quasi sconosciute». Conservando l'anima artigiana delle origini, «che aiuta a creare il pezzo tecnicamente perfetto, seguendo le indicazioni del progetto. Vogliamo essere all'avanguardia per i prototipi e per copie originali».

Così Plastic Bike è diventata leader del settore motoristico, «insistendo molto, e investendo, per garantire efficienza aerodinamica, facilità di montaggio e un accurato design stilistico».

Parole come gelcoat, resine poliesteri, vinilesteri, mat, kevlar, stuoie sono nel vocabolario quotidiano dell'azienda di Predosa da quasi mezzo secolo. Tecniche, macchinari, personale qualificato permettono di rispondere a ogni richiesta, realizzare la forma desiderata dal cliente con una alta qualità della materia finita, «che può essere plasmata in un numero di strati ideale rispetto al grado di resistenza richiesto dall'uso. Una vittoria si costruisce anche su questi dettagli».

CONSORZIO GAVI

● 1998 anno di fondazione	● 4,4 MILIONI DI EURO fatturato 2021	● 190 associati
-------------------------------------	--	---------------------------

Il Gavi Docg mostra i muscoli e si dimostra “resiliente”

di Irene Navaro



Un anno «*estremamente sfidante*» il 2022 per il vino Gavi Docg a causa della situazione internazionale, dell'aumento dei costi a causa della crisi energetica e per il clima, caratterizzato da un'estate molto calda, lunga e con piogge rare che hanno determinato una grave carenza idrica. Sono queste le sfide a cui è stato chiamato il settore vitivinicolo, di cui il Gavi è tra i protagonisti più reattivi.

Non a caso, come sostiene il presidente del Consorzio Maurizio Montobbio con l'agrotecnico consulente Davide Ferrarese, quella del 2022 sarà ricordata come un'annata «*che certamente riserverà sorprese*».

«Ancora una volta il vitigno Cortese, forte dei secoli di adattamento al terroir delle terre del Gavi, sorprende per la sua resilienza a condizioni climatiche estreme. È ancora presto per dare un giudizio sui vini di questa annata complicata, ma certamente dai vigneti più anziani ci aspettiamo dei grandi Gavi» - afferma il presidente Maurizio Montobbio - «E ancora una volta i produttori di Gavi Docg hanno vinto la scommessa fatta alla fine del secolo scorso: puntare esclusivamente sul nostro vitigno autoctono per ottenere un vino che fosse la pura espressione del territorio».

Alla vigilia di un importante traguardo [il Consorzio di tutela è stato istituito nel 1993 e si appresta a festeggiare i primi trent'anni di attività], il 2023 si appresta ad essere un anno di consolidamento e crescita sul mercato interno ed estero. La piena ripresa delle attività di promozione, dopo due anni di pandemia, ha visto non a caso il Grande Bianco Piemontese di un tour che ha portato il Gavi Docg sulle tavole di tre importanti capitali: Roma, Londra e New York.

«Siamo entusiasti di aver potuto organizzare una serie di eventi esclusivamente dedicati al Gavi, in particolare nel Regno Unito e negli Usa, che sono i mercati esteri più importanti e che stanno dimostrando un sempre crescente interesse e apprezzamento per la nostra denominazione - racconta Maurizio Montobbio, presidente del Consorzio Tutela del Gavi - Siamo orgogliosi dei consensi ottenuti così come di aver potuto offrire agli operatori di settore internazionali occasioni uniche per approfondire la storia, le caratteristiche e le potenzialità di questo grande bianco piemontese e del suo territorio di produzione. Ci auguriamo che il tour possa continuare anche il prossimo anno e come Consorzio stiamo già lavorando ad una

IL CONSORZIO IN NUMERI

13 milioni

la media di bottiglie prodotte

1.580 ettari complessivi
della denominazione Gavi

190 aziende associate

al Consorzio tra produttori, vinificatori e imbottiglieri

+500 famiglie

impiegate nella filiera

65 milioni fatturato complessivo
delle aziende produttrici

85% produzione

di Gavi Docg destinata all'export

+100 Paesi nel mondo

in cui è presente
una bottiglia di Gavi

95 quintali di resa massima

di uva per ettaro

100% uva Cortese

unico vitigno autoctono ammesso
alla produzione di Gavi Doc

serie di iniziative all'estero da realizzare a partire dalla primavera 2023». Prosegue anche l'impegno nella valorizzazione del territorio da cui nasce il Gavi, gli 11 comuni della Docg e le sue potenzialità artistiche e paesaggistiche, forti della convinzione che il vino deve e può raccontare la storia della terra da cui proviene, di cui è il principale ambasciatore. Da questa considerazione è nata la manifestazione "Di Gavi in Gavi" che si è evoluta negli anni, fino a diventare un festival itinerante che, nel mese di giugno, porta vini, tradizione e cultura nei borghi e nei luoghi più caratteristici del territorio.



GRUPPO CAMPARI

NOVESE

● 1860 anno di fondazione	● 2,2 MILIARDI DI EURO fatturato 2021	● 120 dipendenti
-------------------------------------	---	----------------------------

Campari rilancia e amplia lo stabilimento

di Irene Navaro



Un anno di nuovi investimenti per lo stabilimento Campari di Novi Ligure. Dopo l'avvio, nel corso del 2021, della nuova linea Crodino, lo storico aperitivo "biondo" dell'azienda milanese, nel 2022 il marchio ha avviato le procedure per la richiesta di un ampliamento della superficie produttiva in viale Nazioni Unite. Un allargamento importante che è destinato al rafforzamento della produzione di Aperol e Campari e che rientra in un investimento complessivo di circa 40 milioni di euro sullo stabilimento novese, al quale se ne aggiungono altri 10 che la proprietà metterà sullo stabilimento del Cuneese, con sede a Canale.

Una notizia salutata con entusiasmo dai sindacati che auspicano anche un ampliamento dell'organico che oggi conta 170 dipendenti circa. L'immissione di nuove forze va nell'ottica di un ricambio generazionale dell'organico, dando quindi possibilità alle nuove leve di inserirsi nel mondo del lavoro in una realtà produttiva che ha saputo puntare su innovazione, qualità, campagne di comunicazione di successo. I lavori di ampliamento dovrebbero iniziare nel 2023 e concludersi nel 2025.



Si tratta per il gruppo Campari di un passo importante che testimonia ancora una volta l'impegno e la vicinanza al territorio, quello novese, che ospita uno degli stabilimenti produttivi del gruppo dal 2004.

Forte anche l'impegno nella sostenibilità e risparmio energetico, tema quanto mai attuale. Sono infatti in corso investimenti per l'ottimizzazione del consumo, oltre all'installazione già operativa di pannelli fotovoltaici all'avanguardia sugli edifici che contribuiscono in modo rilevante al fabbisogno energetico, consentendo di ammortizzare costi e impatto ambientale. Il gruppo Campari, fondato nel 1860 da Gaspare Campari a Milano, è oggi una delle più importanti realtà nella produzione di spirits di marca a livello internazionale, forte della presenza di 22 stabilimenti in tutto il mondo, di cui 4 in Italia [a Canale, provincia di Cuneo, a Novi Ligure, ad Alghero in provincia di Sassari, a Caltanissetta]. Il network distributivo raggiunge oltre 190 paesi nel mondo, con posizioni di primo piano in Europa e nelle Americhe. La sede legale del gruppo si trova a Sesto San Giovanni, nell'area metropolitana di Milano.



Nel primo semestre 2022 l'utile dell'azienda è cresciuto di oltre il 40%, mentre le vendite nette sono state pari a 1,25 miliardi di euro, con una crescita del 19,2%. Lo scorso anno, alla fine del 2021 le vendite nette avevano superato i 2 miliardi, superiori di oltre il 20% rispetto al 2020.

Negli ultimi 10 anni, ha acquisito marchi di riferimento nel mondo degli alcolici come Appleton Estate, Avera, Braulio, Grand Marnier e Bulldog Gin. Ad agosto 2022 Campari ha annunciato la firma e simultaneamente il perfezionamento di un accordo con Catalyst Spirits per acquisire una partecipazione iniziale del 15% di Howler Head Kentucky Straight Bourbon Whiskey al gusto naturale di banana, con un percorso verso il controllo totale nel medio termine, e in concomitanza ottenere i diritti esclusivi per la distribuzione globale del brand.

SUTTER

● **1858-1910 IN ITALIA**
anno di fondazione

● **100 MILIONI DI EURO**
fatturato 2021

● **220**
dipendenti

Il mercato dei detersivi per lavatrice: dopo la pulizia, ora si pensa al bucato

di **Roberto Gilardengo**



L'ingresso del gruppo Sutter nel mercato dei detersivi per lavatrice ha trasformato anche il volto dello stabilimento di Borghetto Borbera, dove la multinazionale svizzera ha la sede principale del gruppo e dove una sorta di fabbrica nella fabbrica, che ha richiesto investimenti per oltre 3 milioni, si occuperà della produzione di General. Si tratta della storica gamma acquisita da Henkel nella primavera dello scorso anno, con il successivo perfezionamento dell'operazione, nel periodo autunnale, per automatizzare gli impianti dello stabilimento alexandrino. Dunque una svolta importante, dal punto di vista societario, per un'azienda che da cinque generazioni produce e commercializza prodotti per la pulizia e l'igiene della casa e degli uffici. Una operazione di cui si cominciano a sentire gli effetti, con la crescita della produzione stimata intorno al 75% e con il conseguente aumento del fatturato. Ma non solo: «Questo accordo - spiega il pre-

sidente e amministratore delegato Aldo Sutter - rientra nella strategia che abbiamo sempre perseguito, ponendo al centro delle nostre scelte la sostenibilità sociale, ambientale ed economica». Cui si aggiunge, particolare non trascurabile, la necessità di assumere personale per star dietro all'incremento produttivo.

Sutter sta vendendo questi detersivi nel mercato italiano attraverso il canale del largo consumo confezionato, mentre per le grandi comunità, come scuole e ospedali, ha il diritto di sviluppare e vendere le linee General in Europa - escluse Germania, Austria e Svizzera, dove Henkel continua a vendere 'Der General' - e Sud America. L'operazione, che ha coinvolto due aziende ultracentenarie (la Sutter nata nel 1858, la Henkel nel 1876), guarda certamente al significativo segmento - si fa per dire - del mercato italiano dei prodotti per il bucato, stimato intorno agli 1,2 miliardi di euro, con tassi di crescita da qui al 2024 del 4,6%.

Il lungo cammino della Sutter, del resto, è sempre stato contraddistinto

dalla volontà di comprendere le esigenze del mercato dei consumatori. E anche dall'innovazione. Lo dimostrano il lancio, che risale ormai al 2013, di Emulsio il salvambiente, caratteristica possibile grazie alla creazione di ricariche idrosolubili; il successo, nel 2016, di Emulsio Naturale, eletto prodotto dell'anno; il contemporaneo riconoscimento, con il Brands Award, alla qualità della linea Cattura Odori. La tutela dell'ambiente è da sempre uno degli obiettivi del gruppo, come ha più volte sottolineato lo stesso l'amministratore delegato: «La nostra azienda - ha spiegato Aldo Sutter - è un bene che gestiamo temporaneamente, a beneficio delle generazioni future. Esattamente come l'ambiente. Per questo in Sutter siamo animati dall'urgenza di definire, prima e meglio degli altri, un nuovo punto di incontro tra la continua domanda di soluzioni efficaci e innovative e l'imperativo di consegnare a noi e ai nostri figli un ambiente più sicuro, più salubre e più naturale». In poche parole, «è il tempo dell'innovazione sostenibile».





GRUPPO ELAH DUFOUR NOVI

NOVESE

● 1903 anno di fondazione	● 132,3 MILIONI DI EURO fatturato 2021	● 230 dipendenti
------------------------------	---	---------------------

L'innovazione paga e porta alla crescita ma la qualità è sempre il punto di partenza

di **Roberto Gilardengo**



L'analisi sull'andamento del mercato aveva presentato un 2021 che per la Elah Dufour, attenta a cogliere le tendenze dei consumatori nel periodo della pandemia, era stato l'anno del lancio di nuovi prodotti. Dalla primavera, Elah aveva rinnovato la propria linea di pasticceria, mentre Dufour (che ha alle spalle un secolo di produzione di caramelle di qualità) aveva lanciato la 'gocciamenta balsamica'. Mentre il 2022 conferma le capacità produttive e manageriali dell'azienda del cavalier Flavio Repetto, adesso è possibile fare il bilancio dei dodici mesi precedenti. Ora sono i numeri a sancire il successo di queste iniziative. Come riportato da Milano Finanza, l'esercizio consolidato del 2021 ha mostrato un aumento delle vendite, che ha portato il fatturato a toccare 132,3 milioni di euro contro i 130 del 2020. Raddoppiato l'utile, che è passato da 5,2 a 11,6 milioni. È stato in particolare il comparto dolciario a trainare la crescita, con 119 milioni incassati, mentre i servizi di ristorazione e distribuzione automatica

hanno garantito 13,3 milioni (peraltro in crescita dell'8,5%). Sarà stata anche la capacità di comunicare del gruppo (esempio: su Novibloc fondente un qr code guida il consumatore a un nuovissimo sito di videoricette), ma certamente il punto di partenza è rappresentato dalla qualità dei prodotti. All'interno del polo dolciario novese che, crisi a parte, ha ancora grande autorevolezza a livello nazionale, Elah Dufour Novi è infatti una certezza. Si tratta di un gruppo storico, di cui è amministratore delegato Guido Repetto, figlio del cavalier Flavio, che opera nei settori caramelle, cioccolato, prodotti da dessert, prodotti da forno e nella gestione dei servizi di ristorazione e distribuzione automatica. Un gruppo che pensa alla crescita, tanto da prorogare il buy back, cioè il riacquisto di azioni proprie che fornisce liquidità al mercato, rendendo meno onerosa l'operatività degli investitori: «Un modo – viene sottolineato – per favorire l'ingresso di nuovi soci nella compagine azionaria». Quella del gruppo novese è la storia di

tre brand dell'eccellenza dolciaria italiana e di tre percorsi diversi accomunati dalla stessa passione per la qualità e l'innovazione. Una passione che Flavio e Guido Repetto hanno voluto rilanciare nel 1982. Quello è l'anno, lo ricordiamo, in cui il cavalier Flavio acquisisce dal Tribunale fallimentare di Genova i marchi Elah e Dufour, assieme allo stabilimento di Pegli, e con il figlio assume 240 dei 300 dipendenti dell'industria dolciaria che stavano perdendo il lavoro. Parte il rilancio di entrambi i marchi, cui nel 1985 si aggiunge il terzo. Stiamo parlando della Novi, ristrutturata sotto il profilo produttivo e commerciale dopo un periodo di forte declino. In sostanza, il territorio novese è – in alcuni casi è stato – sinonimo di dolcezza, ma il centro zona è la sintesi della capacità imprenditoriale di superare le difficoltà, e anche le crisi che non ti aspetti, per programmare il rilancio. Guardando al futuro con la consapevolezza di avere un grande passato alle spalle.



Caffè **DO** PASSIONE

di famiglia

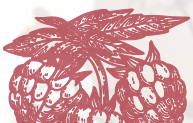


*Parafrasando Goethe,
la vita è troppo breve
per bere caffè mediocre.
La qualità del prodotto
è essenziale per trasformare
il momento del caffè
in un'esperienza.*

Quello del caffè è un vero e proprio rito. È un momento di socialità e condivisione; è una scusa per incontrarsi o più semplicemente è una pausa in un abbraccio d'aroma caldo.

Il caffè è passione, tradizione e qualità del prodotto. Lo sa bene Caffè Do, azienda nata nel 2017 da oltre cinquant'anni di esperienza. Una realtà giovane, che diffonde la vera artigianalità del caffè, con un occhio al passato e uno al futuro. Ma Caffè Do non è solo un'azienda, è una storia che racconta di famiglia, tradizione, qualità e innovazione. È un gruppo che si prende cura dei propri clienti e collaboratori. Li accompagna e li sostiene in tutte le attività che riguardano il mondo del caffè. Dalla scelta della macchina, della giusta miscela, sino alle tazzine e altri gadget personalizzati.

Caffè Do propone diverse miscele per andare incontro ai gusti dei consumatori. Troviamo la Qualità Oro, miscela dal gusto morbido e





Qualità
SINFONIA
Musica per il tuo palato



Qualità  Vulcano
by 

Un'esplosione di gusto

rotondo. La Qualità Vulcano, con aroma forte e deciso. E come non citare la nuova Qualità Sinfonia, dal gusto morbido, duraturo al palato e con note fruttate: una vera e propria sinfonia di aromi.

Caffè 

Musica per il tuo palato



Caffè 

**SEI PRONTO A SCOPRIRE
IL NUOVO *Mondo* DEL CAFFÈ?**

www.caffedo.com



Qualità
ORO



Qualità
DEK by 

per una
pausa
rilassante

ROQUETTE ITALIA

● 1961 anno di fondazione	● 436 MIIONI DI EURO fatturato 2021	● 458 dipendenti
-------------------------------------	---	----------------------------

«Celebriamo i nostri primi 60 anni in Italia». Azienda presente in 100 Paesi

di **Giordano Panaro**

Roquette Italia festeggia i sessant'anni dall'avvio della produzione. È il traguardo di un'azienda che al territorio ha dato tanto e tanto ha ricevuto in cambio, che ha visto crescere generazioni di famiglie, che ha creato ma soprattutto condiviso ricchezza e valore con ciò che la circonda.

Uno straordinario capitolo di storia industriale fatta di innovazione, ricerca, capacità e ingegno umano, determinazione e passione per il proprio lavoro, ma soprattutto della storia delle persone che hanno reso grande lo stabilimento. L'azienda ha voluto celebrare questo anniversario a maggio 2022, con una due giorni che ha coinvolto in una grande festa il presidente del Gruppo, Edouard Roquette, il CEO Pierre Courduroux, parte del top management francese e tutte le persone di Roquette Italia con le loro famiglie.

L'orgoglio di aprire le porte alle famiglie

«Il 2022 ha significato, per Roquette, poter dare uno sguardo alla propria storia. È stata un'occasione unica per aprire le porte ai nostri famigliari, agli ex colleghi intervenuti ed ai principali collaboratori esterni, ai quali siamo stati orgogliosi di mostrare più nel dettaglio cosa facciamo – afferma con emozione Daniele Dalla Pria (nella foto), Direttore Generale di Roquette Italia – e la grande partecipazione, l'interesse suscitato, nonché i molti apprezzamenti ricevuti, sono stati gli ingredienti di una manifestazione di successo».

E continua: «Siamo consapevoli e stiamo lavorando, anche in questi momenti di grande incertezza, verso



un nuovo modello di sviluppo sociale ed economico, più responsabile e attento alle esigenze del Pianeta, delle comunità e dei nostri collaboratori. Il nostro modo di produrre, consumare, vivere, pensare, dovrà procedere in un'ottica di miglioramento continuo, convinti che solo innovando sarà possibile vincere le sfide del futuro, che coinvolge aziende, persone, comunità locali e governi nazionali. Solo agendo uniti potremo lasciare un mondo migliore alle prossime generazioni. È con questo senso di responsabilità e con la passione che da sempre ci accompagna che intendiamo affrontare il futuro».

Offrendo il meglio della natura

Roquette è un leader globale a conduzione familiare negli ingredienti a base vegetale, un pioniere delle proteine vegetali e un fornitore leader di eccipienti farmaceutici. Fondata nel 1933, l'azienda opera attualmente in



più di 100 Paesi, ha un fatturato di 3,9 miliardi di euro e impiega più di 8.000 persone in tutto il mondo.

«La vita e la natura sono state le nostre fonti di ispirazione per decenni e tutte le nostre materie prime sono di origine naturale – spiegano dall'azienda – Da loro, abilitiamo una cucina proteica vegetale completamente nuova; offriamo soluzioni farmaceutiche che svolgono un ruolo chiave nelle cure mediche, e sviluppiamo ingredienti innovativi per il mercato alimentare, nutrizionale e sanitario. Sblocciamo davvero il potenziale della natura per migliorare, curare e salvare vite».

Grazie a una costante spinta all'innovazione e a una visione a lungo termine, ci impegniamo a migliorare il benessere delle persone in tutto il mondo. Mettiamo lo sviluppo sostenibile al centro delle nostre preoccupazioni, prendendoci cura delle risorse e dei territori.

Siamo determinati a creare un futuro migliore e più sano per tutte le generazioni.



MC ARTHUR GLEN DESIGNER OUTLET

NOVESE

● 2000 anno di fondazione	● N.D. fatturato 2021	● 2500 dipendenti
------------------------------	--------------------------	----------------------

Al centro dei piani di sviluppo con numeri in costante crescita

di **Giordano Panaro**



McArthurGlen Serravalle Outlet, primo outlet italiano inaugurato nel settembre 2000, consolida il primato di essere il più grande outlet del lusso in Europa e meta preferita di turisti internazionali dello shopping.

«Dopo un primo trimestre in salita ancora influenzato dalla pandemia e ulteriormente aggravato dalla crisi ucraina, la risposta della nostra clientela, soprattutto in termini di propensione all'acquisto dei visitatori italiani, è stata molto positiva», spiega Matteo Migani (nella foto) General Manager del Centro, il quale guarda con ottimismo al futuro, progettando nuovi investimenti sul fiore all'occhiello del Gruppo.

«Pur in un contesto difficile e ancora incerto, abbiamo osservato anche un progressivo aumento delle presenze turistiche, sia europee sia extra-europee - continua - La componente del turismo extra Schengen rappresenta un fattore strategico in chiave prospettica e, pur mantenendo le relazioni con i nostri partner dei mercati asiatici e russi ancora

sofferenti per il contesto internazionale, stiamo aumentando i nostri sforzi su nuovi mercati come il Middle East, l'India, Israele e USA».

Nonostante le incertezze, l'Outlet di Serravalle Scrivia resta al centro dei piani di sviluppo. Lo stesso Migani conferma i prossimi passi, dopo lo 'stop & go' della pandemia: «Il piano di investimenti di 40 milioni di euro annunciato nel 2019, di cui Play Land fa parte [ora giochi di 6.000 mq totalmente dedicata alle famiglie], è ripartito e daremo dunque vita nei prossimi anni alle restanti progettualità: un nuovo look per il Centro, nuove aree dedicate all'accoglienza ed una nuova area parcheggio».

La vivacità dell'Outlet di Serravalle Scrivia è confermata anche dal fattore occupazionale: «A dimostrazione dell'assoluta vitalità del Centro, oltre alla riconferma del piano di investimenti di 40 milioni di euro, c'è il mantenimento del livello occupazionale che si attesta sulle 2.500 persone [tra diretti ed indiretti]».

GRUPPO ACOS

● **1996** anno di fondazione

● **86,1 MILIONI DI EURO** fatturato 2021

● **420** dipendenti e addetti

La parola d'ordine è guardare al futuro Dal 1996 una crescita costante

di Irene Navaro



In un quadro molto complesso a causa della crisi energetica internazionale, il Gruppo Acos guarda avanti. Acos Spa è una realtà consolidata sul territorio novese, che offre servizi di vendita e distribuzione gas, gestione del servizio idrico, gestione servizi ambientali, gestione di impianti termici, di impianti sportivi e, attraverso Fondazione Acos per la Cultura della promozione culturale, sociale e formativa, rivolta principalmente alle scuole. È una società partecipata a maggioranza pubblica ma si è mossa negli anni con piglio imprenditoriale, senza dimenticare la mission di servizio rivolta al cittadino.

Con un bacino d'utenza di 250mila persone, offre servizi a 101 comuni del bacino novese, ovadese, alessandrino e tortonese.

Dal 1996 a oggi, il Gruppo è passato da 62 a 420 dipendenti e addetti e da 2,4 ad oltre 86 milioni di fatturato complessivo: numeri che permettono di effettuare significativi e costanti investimenti per lo sviluppo nei comparti idrico, energetico, ambientale. La sfida dell'immediato futuro è quella di stare accanto al cittadino nell'affrontare una crisi energetica senza precedenti, con un rincaro dei prezzi che si riflette inevitabilmente

sulle bollette.

Per quanto riguarda il gas, Acos Energia, la società del Gruppo che si occupa della vendita dell'idrocarburo, ha già attuato una politica di rateizzazione delle bollette sull'intero ammontare dell'importo.

Sul fronte degli investimenti, il settore idrico è sicuramente quello che necessita di maggiori risorse. La prolungata siccità dell'estate 2022 e i cambiamenti climatici hanno portato alla luce le grandi difficoltà a cui le aziende di servizio dovranno far fronte nei prossimi anni. Il Gruppo Acos, tramite la società Gestione Acqua prevede investimenti per altri 96 milioni di euro entro il 2034, in totale 150 milioni di euro. Investimenti finalizzati all'ammodernamento delle infrastrutture del ciclo idrico integrato, che si sviluppa su 3.800 chilometri di reti acquedottistiche e fognarie, 23 depuratori in un bacino di 71 comuni. Dieci milioni di euro è stato l'investimento per dotare il depuratore di Novi, il primo in tutta la provincia, di avanzatissime tecnologie a membrana da cui si scaricano acque di risulta con parametri chimico-fisici ben al di sotto degli attuali limiti normativi: 7mila metri cubi al giorno. Visto il perdurare di crisi dovute alla siccità, una

tale riserva d'acqua potrà risultare preziosa e sicura per l'irrigazione in agricoltura. Fondi che si vanno ad aggiungere ai 60 milioni investiti tra il 2012 e il 2021.

Altro importante capitolo è quello delle rinnovabili.

Con Acosi si sta dando esecuzione alla convenzione col comune di Novi Ligure per la realizzazione di reti di teleriscaldamento, alimentate anche con energia verde, geotermia e fonti rinnovabili. Attualmente gli impianti idroelettrici e fotovoltaici Acos producono 2.800.000 kWh che sottraggono 8 milioni di tonnellate di CO₂ all'aria che respiriamo. Si sta inoltre realizzando il primo e più grande progetto in provincia di condominio climatizzato mediante l'utilizzo di energia geotermica.

Non meno importante è l'impegno del gruppo per la cultura e la formazione. La Fondazione Acos per la Cultura contribuisce ed integra l'offerta formativa di migliaia di studenti, attraverso stage in azienda e momenti di divulgazione culturale, come il festival delle Conoscenze, una serie di eventi e conferenze di grande richiamo, divenuti itineranti e che hanno interessato i comuni di Novi, Ovada, Tortona, Gavi e Arquata Scrivia.

La difficile transizione fra passato “pesante” e futuro “light”

di **Edoardo Schettino**

Sospesa tra una tradizione fatta di meccanica e un futuro, per certi versi ancora da definire con precisione, fatto di elettronica e informatica. Lo scenario dell'economia ovadese ripropone temi in discussione da anni, la transizione da quel modello misto che ha caratterizzato il periodo tra anni '70 e '90 con qualche pregio ma altrettanti difetti, mentre la sfida vera è la riconquista della fetta di mercato del 2019 prima dell'ingresso nel lungo tunnel composto dal Covid 19 e dai successivi stravolgimenti imposti da guerra, sanzioni, rincaro e minore disponibilità delle materie prime, costi dell'energia. Nubi che renderebbero incerto il cielo di qualunque imprenditore. Ma la sfida specifica per tante realtà per l'Ovadese è il reperimento della manodopera. Un argomento del quale anche il panorama politico e amministrativo locale deve farsi carico come principale volano per invertire una tendenza al calo demografico fattosi negli ultimi anni preoccupante. Sullo sfondo la progressiva perdita di considerazione del lavoro manuale che ha raggiunto il suo culmine al termine del XX Secolo. Ma la quotidianità è spesso fatto di una forte richiesta da parte delle aziende per figure professionali nuove che la scuola del territorio, istituto tecnico e Casa di Carità, a fatica riesce a soddisfare. Difficile ricavare dati sul territorio, estrapolati dal contesto della Provincia di Alessandria. Eppure saltano all'occhio due fenomeni, altrettanti spunti di analisi. Se negli ultimi anni il calo rilevato nel numero delle aziende ha rallentato il suo ritmo, questo è spesso successo per la nascita di micro imprese, un processo di polverizzazione continuo che non rappresenta un'ulteriore spinta verso la modernità. Dall'altro balza all'occhio la pressoché totale assenza di investimenti significativi per l'insediamento in anni recenti. Una rete di infrastrutture già di per sé poco adeguata ha subito un tracollo con la crisi del nodo di Genova, da sempre sbocco privilegiato, e le continue emergenze sull'A26. Connettività e autostrade informatiche rappresentano un altro parametro di scarsa competitività rispetto allo scenario generale. Ecco quindi che una posizione a prima vista invidiabile, ma da sempre poco sfruttata, denuncia più criticità che opportunità. Una situazione nella quale pochi casi virtuosi faticano a compensare e a sviluppare a pieno le loro potenzialità.



OVADESE

ETIADESIV

● **1974**
anno di fondazione

● **2,7 MILIONI DI EURO**
fatturato 2021

● **13**
dipendenti

Il vestito che cattura l'occhio per vini e cosmetici

di **Edoardo Schettino**

«La nostra etichetta nasce per essere applicata automaticamente sul prodotto finito dei nostri clienti». L'occhio è importante, quando si parla di etichette; ma anche la sostanza ha le sue esigenze.

Lo sanno bene i fratelli Giuseppe e Vincenzo Sabia, attuali proprietari, che hanno raccolto il testimone da papà Michele e mamma Lina, fondatori dell'azienda nel 1974. Lo stabilimento genovese è approdato a Ovada nel 2007.

«Questa è un'area con una forte vocazione vitivinicola - chiarisce Giuseppe Sabia - Volevamo essere al centro di questa realtà per crescere in questo settore e ampliare le nostre relazioni».

Tre le direzioni nelle quali si è evoluta la produzione: vino, come detto, cosmetici e farmaceutica.

«Le prime due hanno esigenze simili - spiega Vincenzo Sabia - Per la farmaceutica le esigenze sono diverse. Ma questo doppio aspetto permette di offrire sempre la soluzione migliore grazie alla flessibilità acquisita in questi anni».

Gli investimenti recenti sono stati importanti soprattutto per l'ampliamento della produzione.

«Abbiamo cinque linee. Per i prodotti farmaceutici lavoriamo su dimensioni ridotte, quantitativi molto più ampi. Sul vino e la cosmesi abbiamo la possibilità di esercitare maggiormente la nostra vena creativa».

Alcuni clienti hanno i loro grafici e i loro uffici marketing, arrivano con un'idea completa da realizzare. A loro Etiadesiv offre soprattutto un supporto concreto sulle questioni tecniche.

Altri vogliono essere seguiti, la-

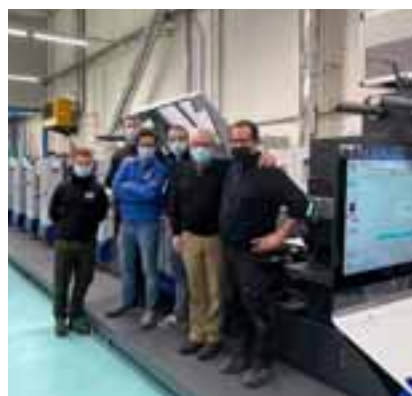
sciandosi ispirare, anche nella fase di creazione vera e propria. Ad essi l'azienda mette a disposizione una squadra di esperti in grado di curare tutti gli aspetti. «Anche il mondo delle etichette segue mode che possono essere più o meno durature. Oggi il neuromarketing è molto diffuso per cercare di capire cosa influenza il nostro cervello ed essere più visibili. Dal punto di vista del primo acquisto il packaging è sicuramente fondamentale».

Quest'ultimo deve essere la naturale continuazione del livello di prestigio che il produttore vuole raggiungere e del segmento di mercato al quale intende rivolgersi.

Tra i prodotti progettati più di recente che hanno dato maggior soddisfazione, un'etichetta pensata per l'utilizzo farmaceutico che si stacca perfettamente in modo da assicurare il riciclo completo del contenitore utilizzato. Smaltimento e riutilizzo sono due aspetti fondamentali, al giorno d'oggi: step successivi che presuppongono fase di progettazione, test successivi, collaborazioni scientifiche.

Tra le novità l'alleanza con la sezione alessandrina dell'Associazione Nazionale Ciechi e Ipovedenti per un'etichetta braille e testi specifici. In media, dallo stabilimento di regione Cinoiva escono 75 milioni di pezzi. Le direzioni prevalenti sono clienti del nord ovest.

«L'etichetta è un mercato che vive di un rapporto diretto, lavorare con chi è molto lontano è più difficile». I prodotti però finiscono all'estero. Le etichette create per aziende produttrici del Gavi sono ora a Londra e New York.





GAGGINO

● 1924
anno di fondazione

● N.D.
fatturato 2021

● 12
dipendenti

OVADESE

Il Dolcetto nasce a Sant'Evasio e vola fino in California

di **Edoardo Schettino**



Un belvedere affacciato sull'Ovadese la collina di Sant'Evasio, un pendio dolce che ospita il nucleo originario delle vigne di Tenuta Gaggino. Il Dolcetto è un amore di famiglia che Tommaso, creatore dell'azienda poco più di cento anni fa, ha trasmesso alle generazioni successive. Questa passione ha trovato nuova linfa a partire dal 2016 grazie a Gabriele Gaggino e Tiziana Zago. Proprio Dolcetto e Ovada sono le due espressioni principali di un'azienda che sui vitigni autoctoni ha sempre puntato con decisione e può contare su sessanta ettari di proprietà, altri 40 in affitto. Vigneti che racchiudono una storia importante, anima piemontese a breve distanza da un mare [30 chilometri] che contribuisce a conferire un'identità particolare.

«Il Convivio? Lo coccoliamo come se fosse nostro figlio – spiega Gabriele mentre ti mostra la cantina in un avvolgente aroma di vino – *Quello del 2020 sarà in commercio a Natale dopo due anni di affinamento*». Convivio fa

parte della linea superiore dell'azienda. Dal 2018 quest'Ovada ha ottenuto e sempre confermato il riconoscimento dei tre bicchieri concesso dal Gambero rosso. «Siamo partiti – prosegue Gaggino – selezionando un vigneto. La raccolta viene fatta a mano. Poi c'è la fase della fermentazione». «È forse il momento più delicato – racconta l'enologo Roberto Olivieri che porta con sé l'esperienza maturata in quarantasette vendemmie seguite personalmente – Ci vogliono 7-8 giorni, dipende dall'annata. Oggi rispetto agli anni '80 è tutto più difficile per le gradazioni zuccherine che sono maggiori. Serve un'attenzione estrema alla fermentazione alcolica». Dall'affinamento in vasca d'acciaio si passa alla fase in bottiglia: 6 o 7 mesi. «In questo periodo lo assaggiamo costantemente per verificarne l'evoluzione». Al prodotto finito si arriva con una quantità che oscilla tra 15 mila e 18 mila bottiglie che vengono consumate non solo in Italia, tra enoteche e ristoranti, ma an-

che in Svizzera, Germania e California. «Seguire le mode – avverte ancora Olivieri – è pericoloso perché durano poco. Ma il cliente ha diritto a una piacevolezza. Convivio dà il meglio di sé sul lungo periodo».

Sedici è l'altro rosso di punta dell'azienda, un Dolcetto fruttato che ricorda la mandorla. Un prodotto che sta dando il suo contributo per aprire nuove strade commerciali, in un periodo di crescita che si estende a tutto il territorio. Per questo anche la recente vendemmia, dopo le ansie e le paure del periodo estivo, ha contribuito a riaccendere le speranze. «Malto meglio – assicurano Gaggino e Olivieri – di ciò che potevamo attenderci qualche tempo fa».

Tenuta Gaggino ha una gamma di prodotti più ampia. Pagliuzza è uno dei bianchi, prodotto della fusione tra Chardonnay e Sauvignon. Poi, tra gli altri, c'è Ticco, barbera dal gusto persistente e strutturato, il Gavi docg, lo spumante Courteisa.



ORMIG S.p.A.
Piazzale Ormig | I 5076 Ovada (AL) ITALY | Tel. (+39) 0143.80051
mktg@ormigspa.com | sales@ormigspa.com | www.ormig.com





KEMIKA

● 1976
anno di fondazione

● N.D.
fatturato 2021

● N.D.
dipendenti

Il colosso dell'igiene per le piscine di tutta Italia

di **Edoardo Schettino**



Investimenti lungimiranti, portati avanti negli anni per ridurre i costi, sono un riparo importante in una fase in cui le quotazioni dell'energia stanno impazzendo.

«Siamo sempre stati attenti al tema della riduzione dell'impatto delle nostre lavorazioni – racconta Matteo Marino, presidente del consiglio d'amministrazione di Kemika Group – L'energia elettrica la produciamo attraverso i pannelli solari, nei periodi buoni ne rivendiamo anche una parte. Per il riscaldamento utilizziamo una caldaia a cippato. Siamo moderatamente preoccupati quindi per gli attuali rincari. La partita delle materie prime è invece diversa».

Ruota attorno a due grandi realtà il gruppo Kemika, il gruppo oggi posseduto da Linda e Sylvia Cama. Da un lato c'è Kemika, l'azienda produttrice di prodotti chimici per il trattamento e la disinfezione di grandi superfici che si rivolge essenzialmente al mercato professionale. Dall'altro c'è Controlchemi, nata essenzialmente per commercializzare ciò che dai laboratori di Kemika esce e altri prodotti per la pulizia delle piscine importati da Cina, Stati Uniti e Giappone. Sono gli

enormi silos, posizionati all'interno dello stabilimento produttivo principale, la miglior testimonianza di ciò che Kemika è in grado di produrre: cere metallizzate, ideate specificamente per superfici importanti (ospedali, grandi ambienti di lavoro), in grado di assicurare l'abbattimento delle cariche di microbi, l'igiene in generale, la sicurezza dei pazienti. «Lo facciamo – prosegue Marino – grazie ad una struttura interna dedicata alla ricerca importante: il prodotto viene prima ideato cercando di assicurare ai nostri clienti un rendimento importante e l'abbattimento dei costi di acquisto. I controlli di qualità vengono effettuati sui semi lavorati e sui prodotti finiti. Uno sforzo sicuramente importante ma che poi ci ripaga in termini di qualità».

Il luogo comune, rispetto a questi prodotti, è che siano privi di una tecnologia particolare. «Ridurre la presenza di acqua significa offrire qualcosa che fornisce prestazioni migliori». Un mercato particolare quello al quale si rivolge Kemika, fortemente condizionato dagli accadimenti degli ultimi anni. «La crescita della domanda di disinfettanti e gel del 2020 è stata



ampiamente compensata dal venir meno degli altri settori. Oggi stiamo aspettando un assestamento che, ci auguriamo, si attesti sui livelli del 2019». La principale destinazione dei prodotti di Kemika è l'Italia per una ragione tecnica legata alle difficoltà nel trasporto dell'acqua. «La quota riferita al nostro Paese si attesta sull'85% – conclude Marino – Ma riusciamo a esportare anche in Francia, Spagna e nord Africa». Ne sarebbe felice Vittorio Cama, fondatore dell'azienda nel 1976. Una storia di professionalità, acquisita lavorando per Sutter, ambizione di crescere e mettersi in proprio e visione del settore che avrebbe assicurato sbocchi importanti con la crescita pressoché ininterrotta dei trent'anni successivi.



DOTT. GIANPAOLO PIANA

Consulente Finanziario e Previdenziale

Piazzetta Stura, 5 · **OVADA**

Via Marengo, 16 · **ALESSANDRIA**

Tel. **0143 417862**

Cell. **333 6712602**

[**gianpaolo.piana@dbfinancialadvisors.it**](mailto:gianpaolo.piana@dbfinancialadvisors.it)

[**www.gianpaolopiana.it**](http://www.gianpaolopiana.it)



PIERRE TRATTORI

OVADESE

● 1883 anno di fondazione	● N.D. fatturato 2021	● 3 dipendenti
------------------------------	--------------------------	-------------------

Il laboratorio da artigiani per i trattori invidiati nel mondo

di **Edoardo Schettino**



Fruga tra gli scaffali Gianni Polentes. Dall'intrico di parti meccaniche e attrezzi tira fuori un modellino e lo porge con le sue mani ruvide, simbolo di tanti anni di lavoro. «Lo vedi questo? Sembrano un po' di pezzi di ferro messi insieme a caso invece è il simbolo di dieci anni di studi». Il brevetto da poco presentato da Pierre Trattori, la piccola azienda di Silvano d'Orba che invia in tutto il mondo le sue macchine agricole per lavorare su terreni particolarmente difficili, è quello di un trattore che accresce di gran lunga la sua stabilità e quindi la sicurezza dell'operatore durante l'uso ed è ideale, con la sua necessità di spazi di manovra ridottissimi, per lavorare tra le vigne. «Ho pensato molto alla soluzione per realizzarlo - prosegue Polentes nel suo piccolo ufficio a metà strada tra Ovada e Novi - Serate qui al computer ad analizzare e riflettere. Tante prove e confronti con il mio collaboratore Michał Przybyłko, che si occupa della parte elettronica dei trattori».

Chi avrebbe detto che una piccola realtà nata nel 1883 con l'invenzione delle pompe irroratrici in un'area a forte vocazione agricola sarebbe diventata un laboratorio in grado di dar

vita a soluzioni fuori della portata di aziende da 300 dipendenti. «Io ho la visione globale di tutte le fasi del processo produttivo, dall'ideazione alla vendita. Le aziende più strutturate necessitano di molti passaggi che allungano i tempi, fanno crescere i costi e riducono la flessibilità alle richieste dei clienti».

La peculiarità dell'ultimo brevetto è quella di essere una macchina compatta, più efficace rispetto a quelle articolate. Il fattore discriminante non è più la pendenza, entro certi limiti, ma la stabilità del terreno. E questo è solo il primo passo in uno sviluppo che nell'officina non ha soluzione di continuità. Allo studio, in fase già avanzata, ci sono altri due modelli: il primo, completamente elettrico, può portare a termine un'intera giornata di lavoro senza necessità di ricarica. Da questa soluzione ne è nata anche una ibrida, con consumi quasi dimezzati rispetto ai mezzi tradizionali, con un minor impatto sull'ambiente a parità di prestazioni.

«C'è chi dice che sono matto. Ma la mia fortuna è che il mio lavoro è una passione. Trascorro qui le mie giornate, ed alla sera a volte torno in azienda,

mi metto davanti al computer e rifletto. Il brevetto è nato anche così».

Il segreto è il connubio tra l'esigenza del cliente e lo studio necessario per accontentarlo. Sono necessarie condivisioni delle problematiche e delle difficoltà e confronti come quello iniziato con un australiano nel 2014. «Le modifiche che mi ha chiesto posso farle perché la mia modalità di lavoro è anche conveniente dal punto di vista economico».

Le giornate di lavoro si susseguono veloci, fra tante soddisfazioni. Il problema più attuale riguarda i tempi di consegna dei materiali. «Negli ultimi due anni è diventato più difficile». Anche in questo caso la criticità si è trasformata nell'opportunità di rendere più efficienti alcune parti. Ogni anno dall'Officina di Pierre Trattori escono una quindicina di macchine, ognuna diversa dall'altra ma con lo stesso grado di affidabilità. Un bel salto per un'azienda che nel marzo 1897 pubblicava sul Corriere delle Valli Orba e Stura quest'annuncio. «Officina meccanica di Carlo Repetto in Lerma. Fabbricante di mobili, pompe irroratrici, impianti per pozzi, riparazioni. Prezzi modici e puntualità».

POLA E MASSA

● **1978**
anno di fondazione

● **5,6 MILIONI DI EURO**
fatturato 2021

● **31**
dipendenti

I circuiti stampati per cellulari e intelligenza digitale

di **Edoardo Schettino**



Un mercato in cui la competizione è molto serrata. Ritmi che diventano sempre più veloci. «Dieci anni fa investire per costruire un macchinario significava avere una ragionevole prospettiva di beneficiarne per un tempo sufficientemente lungo. Oggi è possibile che un'innovazione, anche importante, sia superata dalla sua evoluzione nel giro di un anno e mezzo». Un orizzonte nemmeno immaginabile nel 1978 quando la Pola e Massa fu fondata. Sebastiano Vacca è l'attuale presidente di Pola e Massa l'uomo che ha promosso l'attuale transizione avviata idealmente nel 2015 con la costruzione di una sede produttiva più moderna e simbolo della voglia di progredire. «Il mercato dei circuiti stampati è cresciuto tantissimo – prosegue Vacca – Se cinque anni fa le nostre lavorazioni erano più sbilanciate verso il trattamento dei metalli, oggi siamo più focalizzati su questo aspetto». Un mondo completamente diverso e variegato: ciò che viene elaborato nel capannone collocato nell'area della Rebba finisce nelle televisioni e nei cellulari di tutto il mondo. La vera sfida, per non essere in ritardo, è quella di immaginare quali saranno le macchine dei prossimi cinque anni, indirizzare la propria ricerca per soluzioni adeguate a esigenze future. «Oggi uno dei nostri clienti fornisce Tesla di tutte le apparecchiature elettroniche necessarie per gestire la guida autonoma», spiega Andrea Certusi, responsabile vendite e marketing. I satelliti, le telecomunicazioni sono tra le altre applicazioni più avanzate.

«Lo spessore dei pannelli utilizzati – aggiunge Certusi – si è molto ridotto: l'esempio più calzante è quello della pellicola che tutti noi utilizziamo nelle nostre cucine per gli alimenti. Siamo in grado di effettuare trattamenti superficiali che non li danneggiano e prevengono ogni tipo di problema che si può manifestare durante l'utilizzo». Gli investimenti più recenti si sono rivolti verso macchinari per lavorare la plastica. La linea di macchine presentate di recente garantisce il trattamento di circuiti stampati con spessori molto limitati fino a 0,05 mm. Il livello di competenza richiesto è alto. Reperire le professionalità giuste non è semplice: «Ci appoggiamo alle scuole del territorio – chiarisce Antonio Piana, direttore amministrativo – Ma la nostra ricerca è costante soprattutto per i servizi di assistenza e consulenza successivi alla vendita. Riusciamo a essere tempestivi e a risolvere problemi: questo per i nostri clienti significa un risparmio nei tempi, una ricaduta diretta in termini economici».

«Personalizzare – conclude Vacca – porta al 75% del nostro attuale fatturato. Ogni cliente ha esigenze particolari legate a modalità di produzione e legislazioni specifiche del paese in cui opera. La gestione attenta degli spazi nei siti produttivi è un'altra grande sfida. Otteniamo i nostri successi pur potendo investire meno in ricerca rispetto a grandi multinazionali del settore».

E a dispetto di un territorio che sconta un gap, in termini di servizi e attrattività, rispetto ai distretti industriali di questa porzione del nostro Paese.



TORO&MORO

OVADESE

2021 anno di fondazione	N.D. fatturato 2021	N.D. dipendenti
----------------------------	------------------------	--------------------

La t-shirt creativa sul disegno del cliente

di **Edoardo Schettino**



Nascere in funzione del web e rilanciare aprendo due punti vendita tradizionali. Il primo a Torino, nella centralissima via Po a due passi dall'Università degli Studi, il secondo [avviato da poco meno di un anno] a Ovada in via Cairoli. «Sentivamo l'esigenza di far toccare con mano ai nostri clienti ciò che siamo in grado di creare».

Toro&Moro è il brand nato a Mornese una decina di anni fa. A lanciare l'idea due fratelli Eugenio e Matteo Gastaldo che hanno messo a frutto i loro studi [biologia il primo, economia e marketing il secondo] per creare qualcosa di alternativo: magliette che nascono in 15 minuti dalla creatività del cliente, capi d'abbigliamento esclusivi che sono la testimonianza diretta dei gusti dei consumatori. «Siamo partiti con l'e-commerce - spiegano i due fratelli - Il successo è stato buono ma questa soluzione ci sembrava troppo impersonale. Il passaggio intermedio è stata una serie di temporary store all'outlet di Serravalle, a Genova e Milano. Ci siamo resi conto che il valore aggiunto era proprio la possibilità di mostrare

la fase di creazione della maglietta. E così nel 2019 abbiamo fatto il grande passo con l'apertura a Torino».

Una città a volte un po' fredda ha subito accolto la novità con grande entusiasmo. E dire che l'azienda ha solide radici sulle colline dell'Ovadesese come testimoniato dal nome stesso.

«Toro&Moro evoca la forza e la tradizione della famiglia. I nonni erano allevatori di buoi mori».

In poco tempo le magliette sono diventate oggetti di culto. Ne sa qualcosa Cristiano Ronaldo che prima di volare a Manchester per la sua seconda avventura con lo United ne ha ricevuta una in dono da Carlo Pinsoglio, terzo portiere della Juventus tra i migliori amici in spogliatoio del campione portoghese.

Ed anche la troupe di "Fast&Furious", impegnata nelle riprese del decimo episodio a Torino, ha scelto l'azienda mornesina per le magliette da utilizzare dietro le quinte. «Ne abbiamo dovuto stampare più di cento in due giorni - raccontano i due fratelli - abbiamo monopolizzato il negozio di

Ovada per arrivare in tempo».

Toro&Moro è un brand altamente sostenibile: il cotone utilizzato per le magliette e le felpe introdotte da poco è biologico. Le bag riciclano il poliestere altrimenti destinato ai rifiuti. Gli inchiostri sono atossici, pigmenti a base di acqua. E anche la stampa finale è a basso consumo di energia. Al cliente non rimane che immaginare come realizzare la maglietta che diverrà un prodotto unico per sottolineare una fase importante della sua vita, vivere piacevoli momenti con le persone più care, fare un regalo davvero personale. La parabola aziendale di questi anni ha seguito l'andamento legato a fattori generali. Un picco di crescita nel 2019 con quasi 10mila magliette vendute e consegnate, poi la crisi legata nel 2020 a emergenza sanitaria e lockdown ed ora la risalita per tornare quasi sui livelli di tre anni fa. Nel frattempo si è aggiunta la linea rivolta alle aziende per forniture più ampie. Il concetto non è cambiato, l'obiettivo è sempre quello di mettere a disposizione qualcosa di unico.

ORMIG

● **1970**
anno di fondazione

● **7,7 MILIONI DI EURO**
fatturato 2021

● **32**
dipendenti

L'azienda è ripartita con buona volontà e identità

di **Edoardo Schettino**

Più che le parole parlano le immagini. Un lungo corridoio, al secondo piano della sede produttiva ovadese, racconta Ormig attraverso gli anni: mezzi imponenti che hanno contribuito a costruire l'Italia nella sua prima fase, innovazione e capacità di interpretare le esigenze del mercato nei tempi più recenti. Un'evoluzione che nell'ultimo periodo si è rivolta soprattutto a sistemi appositamente studiati per operare negli ambienti interni.

«La ricchezza di quest'azienda – chiarisce Gianpaolo Aschero, amministratore delegato – sta nel suo tessuto connettivo: persone che tengono all'azienda, di grande disponibilità che contribuiscono ogni giorno a determinarne il successo».

Si dice che ogni ovadese abbia avuto un nonno, un papà o comunque un parente che ha messo a disposizione il suo tassello per fare di Ormig quello che è oggi.

La difficoltà per certi versi più inattesa si è manifestata un anno fa: la piena dell'Orba ha invaso gli spazi produttivi dell'azienda. «I danni economici e logistici sono stati enormi – prosegue Aschero – Se ci siamo risollepati è grazie agli investimenti che l'azienda è stata in grado di avviare nell'immediato. Non va però dimenticato il merito di chi ha lavorato in questi mesi con grande impegno e il contributo fondamentale dei tanti volontari della Protezione Civile, che ci hanno aiutato ad affrontare la prima emergenza».

Il livello dell'acqua all'interno dello stabilimento ha superato la quota di 1 metro. Una situazione oltremodo complessa per una realtà che prosegue nella sua politica di privilegiare la sede produttiva interna per gran parte delle lavorazioni. «La ditta realizza i



suoi modelli di gru progettandole completamente all'interno dell'ufficio tecnico. Le lamiere di alta qualità provengono dalle migliori acciaierie europee. Il taglio, le saldature e le carpenterie sostanziali vengono realizzate all'interno dello stabilimento, così come le lavorazioni meccaniche tramite macchine utensili sempre aggiornate».

La componentistica viene realizzata da fornitori di fiducia, prevalentemente italiani e tedeschi su progetto e disegno Ormig. Lo stesso Aschero mette in luce un altro punto oltremodo importante. «Sono le specifiche del progetto di una gru a chiedere al mercato dei subfornitori di adattarsi per migliorare l'efficienza e l'efficacia degli impianti elettrico ed idraulico, non il contrario. La gamma di gru elettriche e diesel comprende mezzi con portate da 5,5 a 100 tonnellate. Un connubio importante tra ridotte dimensioni e notevoli portate che ha fatto dell'azienda un punto di riferimento nell'intero settore».





PIANA

N.D.
anno di fondazione

N.D.
fatturato 2021

N.D.
dipendenti

Una corretta pianificazione per tutelare i nostri risparmi

di **Edoardo Schettino**



«I mercati rialzisti nascono nel pessimismo, muoiono nell'euforia». John Templeton investiva il denaro per sé e i suoi clienti a New York, avviò la sua attività durante la Grande Depressione degli anni '30 del XX Secolo e seppe imporsi a dispetto di un contesto non certo facile. La sua teoria più famosa sembra perfetta per il periodo che stiamo vivendo, una crisi finanziaria che si è generata e sviluppata negli ultimi mesi e che rende più incerta la prospettiva di molti piccoli e grandi risparmiatori, nonché di investitori più consolidati.

«Siamo in una situazione – spiega Gian Paolo Piana, consulente finanziario di Deutsche Bank di recente entrato nella galassia più ampia di Zurich Bank, multinazionale assicurativa mondiale diventata anche banca per andare a formare dal 17 ottobre un colosso dei due settori – che è molto simile a quella che abbiamo attraversato tra il 2008 e 2009. Anche in quel periodo ci furono conseguenze pesanti. Ma le fasi finanziarie sono cicliche, non si può pensare che la cre-

scita non abbia mai momenti di stop. Bisogna avere la forza e la fiducia per andare avanti sulla base di una corretta pianificazione». Il cervello in questi casi tende a remare contro, secondo un comportamento che è diventato elemento di studio per la disciplina della finanza comportamentale, lo studio di come le dinamiche psicologiche possono avere un'influenza forte sull'atteggiamento verso gli investimenti. Il ruolo del consulente finanziario è quello di affiancare l'investitore, individuare strategie per limitare i danni nelle fasi negative, creare i presupposti per una risalita più rapida.

«Se la pianificazione è corretta – prosegue Piana – essa rimane lo strumento migliore per muoversi. Charamente ogni cliente ha propensioni diverse, un profilo di rischio che è personale anche in base alle possibilità economiche. Il nostro compito è anche quello di saper coniugare i vari aspetti e indirizzare chi ti affida i suoi risparmi».

Due gli elementi ulteriori che fanno

del consulente finanziario una presenza pressoché fondamentale: i cicli si sono fatti oltremodo veloci e quindi più difficilmente interpretabili specie per chi non dispone di nozioni e strumenti adeguati.

L'Italia in questo senso non è un paese con un alto grado di alfabetizzazione finanziaria per una tradizione consolidata e non certo lusinghiera di porre poco l'accento su questi temi già dal periodo di studi. Sullo sfondo un mercato dei beni rifugio che non offre più le opportunità di un tempo. «Il fattore del tempo in queste crisi diventa fondamentale – conclude Piana – Di fronte a un investimento bisogna avere la pazienza di attendere lo sviluppo dell'arco temporale delineato in partenza e la forza di credere in quello che si è fatto. La visione di lungo periodo è sempre la migliore. Se il mercato è in forte perdita difficilmente i risultati singoli saranno positivi. Ma essere nelle mani di professionisti capaci fornisce agli investitori la base per approfittare al meglio dei periodi positivi».

TECNOMETAL

● **1967** anno di fondazione

● **5,3 MILIONI DI EURO** fatturato 2021

● **21** dipendenti

Dai pomoli per i letti alle valvole per autocisterne e gas particolari

di **Edoardo Schettino**

«Quando sono entrato in azienda nel 1997 gli strumenti più utilizzati erano il fax per gli ordini e il tecnigrafo. Oggi con i cellulari e le videoconferenze possiamo tenere riunioni con clienti e fornitori in giro per il mondo. Whatsapp lo utilizziamo per consulenze immediate». Daniele Repetto è volto di punta di Tecnometal, l'azienda fondata da papà Attilio nel 1967 con due piedi ben piantati nella forte tradizione della meccanica nell'Ovadese.

Sembra incredibile che un'impresa che avviò la produzione con i pomoli per i letti d'ottone ancora nelle case delle nostre nonne oggi sia una realtà importante, in grado di esportare in tutto il mondo valvole e soluzioni utili a far funzionare le autocisterne per il trasporto di idrocarburi, gasolio e toluene in particolare. Un'esperienza consolidata nella lavorazione delle leghe leggere, alluminio in particolare.

«In questo momento – racconta Repetto mostrando gli ambienti di lavoro dello stabilimento di Belforte accanto al casello dell'A26 – stiamo progettando un degasatore: l'apparecchiatura, attraverso sensori particolari, è in grado di bonificare il carburante da aria e vapori che ne inficiano la qualità».

Tecnometal oggi segue in toto le fasi di lavorazione: progettazione tridimensionale, realizzazione degli stampi e della meccanica, fusione attraverso una fonderia di proprietà, assemblaggio e collaudo.

«Il settore si è evoluto verso una specializzazione sempre più marcata. Anni fa arrivavano i produttori di cisterne con il loro progetto per le chiusure. La forza dell'azienda è

stata quella di iniziare a proporre soluzioni più moderne e utili. E questo ci ha reso competitivi, sul terreno della qualità, rispetto ad altri paesi in cui i costi sono di gran lunga inferiori».

Oggi Tecnometal esporta in tutta Europa: Francia, Germania, Spagna e Inghilterra i paesi principali. Ma anche il nord che richiede soluzioni specifiche per gestire temperature molto basse. «Tutti i prodotti che escono dal nostro stabilimento – chiarisce Repetto – sono collaudati. Ho sicuramente costi maggiori ma è un investimento sulla qualità e sulla reputazione dell'azienda. Il ritorno, sperimentato negli anni, è in quel passaparola che fa in modo che da noi arrivino clienti che hanno potuto apprezzare i nostri prodotti».

Nello stabilimento di Belforte sono impiegati 23 addetti, il fatturato raggiunge i 5 milioni annui. «La nostra solidità – conclude Repetto – è legata alla politica di reinvestimento in azienda portata avanti con i soci in questi anni. I nostri macchinari sono nuovi. Nel 1967 si lavorava sulla telescrivente. Il controllo numerico è stato il passaggio fondamentale. Per rimanere sul mercato devi avere la strumentazione adeguata alle esigenze della produzione. Poi oggi c'è una situazione legata ai costi e al reperimento delle materie prime che non era preventivabile a inizio anno». Papà Attilio è ancora attivo in azienda. E non potrà che guardare con orgoglio a ciò che l'azienda fondata 55 anni fa è diventata. Un piede piantato nella tradizione, l'altro rivolto al futuro.





TRE ROSSI

● 1952 anno di fondazione	● 1,9 MILION DI EURO fatturato 2021	● 18 dipendenti
------------------------------	--	--------------------

Il biscotto della tradizione con l'impasto che assicura leggerezza

di **Edoardo Schettino**



In un angolo dello spaccio ci sono le foto d'epoca: le donne, intente a lavorare i biscotti, una manualità preziosa figlia di un'epoca in cui essere artigiani significava coniugare capacità produttive con un pizzico di vena artistica. Ci si sente avvolti in un profumo che unisce tradizione e innovazione aprendo un pacco di biscotti di Tre Rossi. Una storia ben impressa nella memoria di tanti ovadesi. «La forza del biscotto "Salute" [il prodotto di punta dell'azienda, ndr] - racconta Cesare Viviani, attuale proprietario con la famiglia - è sicuramente un vantaggio per tutti noi. Ma in qualche caso è stata un limite, specie nei momenti in cui abbiamo cercato di rinnovarlo».

La farina era probabilmente nel destino della famiglia Viviani. «Mio nonno - aggiunge - aveva un pastificio artigianale a Nervi. Ogni giorno produceva pasta fresca per una clientela molto vasta: forniva gli alberghi della zona. Io sono cresciuto con una famiglia che faceva tortellini a mano». In età adulta una storia e una parabola professionale in altro am-

bito. Nel 1999 la decisione di rilevare lo stabilimento dalla società che ne aveva detenuto la proprietà fino a quel momento, favorirne la tradizione con investimenti importanti sulla produzione per entrare in una nuova epoca in cui i numeri hanno la loro importanza. E al tempo stesso un allargamento della gamma dei prodotti offerti. Nel frattempo entravano i figli: Giorgio più propenso all'amministrazione in un primo momento. Di recente lo ha raggiunto Lorenzo a occuparsi degli impasti.

Accanto alle linee tradizionali, Salute, Lagaccio, Integrale e Quattro Cereali arrivati in un secondo momento, sono state implementate altre ricette senza zuccheri aggiunti e all'olio d'oliva per intercettare gusti rinnovati nel tempo. Accanto ad essi la pasticceria, baci di dama rigorosamente alla piemontese con le nocciole, nei periodi giusti i panettoni alla maniera genovese e le colombe. Il canale commerciale principale rimane la grande distribuzione rimane la grande distribuzione: una diffusione importante nel Piemonte meridionale, in tutta la

Liguria e più giù verso la Toscana.

Il cuore del lavoro rimane il lievito naturale, un bene da preservare e alimentare con regolarità. Se ne occupa Elena Libetzkaia, tecnico dell'alimentazione, che a intervalli prestabiliti ne verifica la salute, evitando così la degenerazione. «Il lievito è proprio dell'azienda, caratterizza i nostri prodotti. Il segreto che ha reso il biscotto salute così gradito è l'estrema leggerezza, la caratteristica che lo rende adatto per le colazioni dei bambini e degli anziani. La lievitazione naturale gli conferisce il valore. E non sacrificiamo il gusto». Ogni anno dai forni ne escono 640 tonnellate, seppur nelle varie versioni. «Una quantità davvero importante - conclude Viviani - se si considera che abbiamo 18 addetti». E se i fondatori dell'azienda nel 1950 potessero vedere lo spazio aziendale allestito in via Dania avrebbero una conferma di come Tre Rossi sia in buone mani e possa guardare al futuro forte di quel mix di tradizione e innovazione molto ben percepibile ogni volta che si apre un pacco di biscotti.

MONDÉLEZ INTERNATIONAL

● **1985**
anno di fondazione

● **900 MILIONI DI EURO**
fatturato 2021

● **370**
dipendenti

Oro Saiwa: il biscotto sano e sostenibile 'nasce' a Capriata d'Orba

di **Luca Piana**

Un prodotto sano e resiliente, sostenibile e sempre più "consapevole", ricco di tradizione (è presente sul mercato da oltre mezzo secolo) ma già proiettato verso il domani. È questo l'identikit dei celebri "Oro Saiwa" che vengono preparati - quotidianamente - all'interno dello stabilimento di Mondélez International di Capriata d'Orba [40mila metri quadrati dove operano, su tre turni, per cinque giorni alla settimana, circa 370 dipendenti. Un biscotto tanto apprezzato nella Penisola (è dal 1956 che accompagna le "nostre" colazioni) quanto al di fuori dei confini nazionali che ha delle solide radici sul territorio, visto che viene realizzato esclusivamente con grano 100% italiano proveniente dalle colture presenti nel Basso Piemonte e nelle province di Asti, Pavia, Torino e Cuneo [nel raggio di 75 chilometri dalla zona industriale di Località Pedaggera]. Un sito strategico e all'avanguardia che, dagli anni Ottanta ad oggi, è stato rinnovato costantemente per cercare di soddisfare le nuove esigenze dei consumatori in quanto a qualità, tracciabilità delle materie prime e impatto ambientale. «Negli ultimi tre anni il gruppo Mondelez International in Italia ha investito [sotto la guida di Silvia Bagliani, attuale presidente e amministratore delegato] oltre 11 milioni di euro per progetti legati all'industria 4.0 per dare allo stabilimento di Capriata sempre nuove opportunità per continuare a crescere ed essere un punto di riferimento per l'eccellenza operativa e produttiva» sottolinea Gabriella Della Porta, direttore dell'impianto produttivo alesandrino. Nel contempo, da anni, il centro di Capriata d'Orba opera su

un modello orientato alla sostenibilità ambientale volto a ridurre le emissioni di CO₂, i rifiuti e l'utilizzo delle risorse idriche. È stato, inoltre, uno dei primi stabilimenti europei del gruppo a dotarsi di un sistema di trigenerazione con importanti risparmi energetici. «Questa importante novità fa parte degli impegni di Mondélez International in materia di sostenibilità, che includono l'approvvigionamento sostenibile delle materie prime, la riduzione dell'impronta ambientale dell'azienda e il rispetto dei diritti di tutte le persone - aggiunge Lorenza Cipollina, communication and government affairs lead [in Italia] di Mondelēz International -. Lo stabilimento di Capriata rappresenta un esempio virtuoso di sostenibilità che incarna la strategia 'Snacking Made Right' dell'azienda, che si impegna ad offrire alle persone lo snack giusto, per il momento giusto e fatto nel modo giusto». Anche in Italia Mondélez International promuove la coltivazione sostenibile del grano attraverso il programma Harmony che, tramite un sistema di premi, incentiva gli agricoltori a rispettare le pratiche agricole sostenibili contenute nell'omonima Carta. Secondo il rapporto di Mondélez International "Snacking Made Right 2021" il 91% del grano necessario alla preparazione dei propri biscotti in Europa viene coltivato dagli agricoltori Harmony. Oltre alla linea di biscotti per la prima colazione Oro Saiwa, a Capriata d'Orba vengono preparati anche cracker e snack salati come Tuc, Cipster, Ritz, a fronte di un 30% della produzione che è destinato al mercato estero, sia in Europa sia Oltreoceano.



Una terra ricca di virtù ma ancora tutta da scoprire

di **Giordano Panaro**

L'Acquese è un tesoro ancora da scoprire, abitato da persone riservate e un po' diffidenti soprattutto con i forestieri, tipico delle persone di campagna. È sempre stata una terra di mezzo, in provincia di Alessandria ma continuazione di quelle alture dell'Astigiano che danno ottimo vino e non solo.

Né troppo vicina né troppo distante dai grandi centri produttivi ed industriali. Fatta di tanti paesini, campanili, ma per questo anche di molte tipicità che affascinano i turisti a tal punto da scegliere quelle valli come buen retiro e luogo di "fuga" dalla routine.

Quelle colline che poco più in là sono segnate nel risiko del turismo internazionale come Paesaggi Patrimonio dell'Umanità, faticano però a farsi conoscere. Sono gli stessi Sgaientò – come vengono chiamati gli Acquesi – a non crederci abbastanza e a dare per scontati boschi e vigne, uniche nel loro genere che scorgono dalle finestre ogni giorno. Ad essere così abituati a vedere le torri, i castelli e i borghi medievali così tanti e così vicini che in nessun'altra parte del Mondo da non capire di avere, appunto, un tesoro tutto intorno a loro.

L'economia di questa parte di Alto Monferrato è legata principalmente al vino e al turismo, complementari ed imprescindibili. E alle Terme, altro aspetto unico di un territorio, da millenni, ricco di storia e di vita. Solo recentemente il comparto termale ha ricominciato timidamente a funzionare, anche in questo caso, senza convinzione, dopo anni di incertezze e di problemi. Le colpe? Manageriali, politiche, strategiche. La pandemia ha colpito duramente e per certi versi si sente ancora nel ridotto numero di presenze provenienti da più lontano. Adesso ci sono la crisi energetica e l'aumento dei costi, che anche nell'agricoltura non lasciano molto margine.

Se fosse uno studente, Acqui sarebbe quello che raggiunge discreti risultati ma potrebbe fare molto di più perché non ci crede abbastanza. Se fosse una squadra di calcio sarebbe quella di metà classifica, ma quando meno te lo aspetti batte la capolista.

L'Acquese, inteso come territorio, è difficile anche da raggiungere: senza grandi strade lineari, ma con tante curve e salite da percorrere prima di meravigliarti per i paesaggi, i colori e i sapori che troverai dopo aver scollinato.

Difficile da chiamare: ancora oggi i collegamenti telefonici e web non sono all'altezza di una generazione fortemente digitalizzata.

L'Acquese è il retroporto prossimo della Liguria, tra Genova e Savona. Scelto da alcune (poche) industrie proprio perché garantisce costi più contenuti e possibilità di espansione. Anche in questo caso la diffidenza e la mancanza di progettualità non sta permettendo uno sviluppo in questo senso.

Un tesoro, come detto, ancora tutto da scoprire.



ACQUESE



L'INFORMAZIONE

sempre al centro



**SCARICA GRATIS
LA NUOVA APP**





STAR WORK SKY

ACQUESE

● 1981 anno di fondazione	● 7,6 MILIONI DI EURO fatturato 2021	● 45 dipendenti
-------------------------------------	--	---------------------------

Nei cieli d'Italia la storia e la professionalità di Star Work Sky

di **Alessandro Francini**



La Star Work Sky nasce nel 1981 dalla passione per la meccanica e il volo della famiglia Subrero. Dall'impiego iniziale di un elicottero "Alouette II" per fini prevalentemente agricoli, nel corso degli anni l'azienda ha sviluppato flotta, personale, competenze e infrastrutture, specializzandosi nell'antincendio boschivo, ampliando poi l'impiego degli elicotteri a tutti i più svariati ambiti operativi nel rispetto delle normative aeronautiche nazionali e internazionali.

La prima sede operativa vede la luce a San Damiano al Colle, in provincia di Pavia. Tre anni più tardi, nel 1984, viene effettuato il primo servizio antincendio boschivo in Calabria, e nel 1986 Star Work stringe una partnership anche con la Regione Sardegna. Nel frattempo, nel 1989 l'azienda si trasferisce nella sede operativa di Predosa. Oggi, dopo oltre quarant'anni di attività, Star Work Sky copre buona parte del territorio nazionale attraverso una qualificata rete operativa che garantisce servizi di vario genere e costituisce un punto di riferimento affidabile e rinomato nel panorama elicotteristico italiano.

Dal 2005 (dopo aver aperto due anni prima una base operativa in provincia di Bolzano) con l'ingresso in flotta del primo Ec 135, Star Work collabora anche con 'Aiut Alpin Dolomites' per gli interventi di soccorso sulle Alpi Orientali. Tra le tappe fondamentali della storia dell'azienda acquese, l'apertura nel 2008 di una base operativa ad Alghero e, nel 2010, dell'attuale moderna sede di Strevi. Altra annata cruciale per l'attività di Star Work Sky è il 2015, quando l'azienda diventa la prima al mondo a operare con un Airbus Ec135T3 ottenendo anche la licenza di scuola di volo. Due anni più tardi la "promozione" a primo primo operatore italiano abilitato all'elisoccorso notturno (Nvis single pilot). Davvero ampia la gamma di servizi garantita da SWS: lavori aerei (trasporti carichi, getti in calcestruzzo, monitoraggio



linee elettriche, stesura reti paramassi e paravalanghe, distacco artificiale valanghe), manutenzione e riparazioni, trasporto passeggeri, voli panoramici, soccorso ambulanza, servizio antincendio boschivo a supporto di Vigili del Fuoco e Protezione Civile, scuola di volo, riprese e foto aeree.

Per quanto riguarda la riprese in volo Star Work Sky ha maturato ampia esperienza di volo per sessioni fotografiche e cinematografiche sia con operatori a bordo, sia con sistemi di tipo Wescam e Cineflex installati all'esterno del velivolo azionati da operatori.

Le tante collaborazioni maturate nel corso degli anni hanno portato SWS a contribuire alla realizzazione di programmi Rai, video musicali, film e spot televisivi per brand quali Vodafone, Tim, Wind, FIAT, BMW, Toyota, Porsche, Zedda Piras, Amaro Montenegro, Esso, Agip e tanti altri. Gli elicotteri dell'azienda strevese hanno inoltre permesso la trasmissione di dirette televisive per eventi sportivi internazionali fra cui la Coppa del Mondo di Sci Alpino, i Rally di Sardegna e di San Remo, il Rally dei Faraoni in Egitto e l'Acropolis Rally in Grecia.

CONSORZIO BRACHETTO

● **1992** anno di fondazione

● **N.D.** fatturato 2021

● **60** produttori associati

«Il Brachetto Rosé? Il prodotto è ottimo ma bisogna crederci fino in fondo»

di **Alessandro Francini**

«I presupposti per imbottigliare ottimi vini ci sono davvero tutti e mai come quest'anno non si tratta di una frase fatta. I grappoli di Brachetto sono perfetti sotto tutti i punti di vista e la raccolta promette davvero bene»: queste le dichiarazioni rilasciate a settembre da Paolo Ricagno, presidente del Consorzio dei Vini d'Acqui. Poche e chiare parole per definire un'annata contrassegnata dalla siccità che [fortunatamente] si è dimostrata ottima, con le prime uve Brachetto già staccate nei giorni successivi al Ferragosto e una raccolta che non è stata poi così anticipata come si temeva a causa delle temperature torride di luglio.

«Anche in termini di quantitativo non possiamo lamentarci, siamo su buoni livelli», ha aggiunto Ricagno.

Guardando al futuro, però, le incognite sono parecchie. «In generale il mercato dei vini rossi da sei mesi a questa parte sta registrando un momento di flessione, direi quasi di crisi. Su questa tendenza sta influendo senza dubbio l'aumento dell'inflazione. L'estero, invece, sta tenendo, anche se pure oltreconfine si è palesato un certo rallentamento».

Considerate le tante incognite che hanno segnato l'anno in corso, per quanto riguarda il Brachetto d'Acqui Docg l'obiettivo è riuscire a mantenere i livelli produttivi del 2021, «anno in cui abbiamo immesso sul mercato 3 milioni di bottiglie. Possiamo dire, però, che finora il trend rimane positivo».

Meno ottimismo, invece, per quanto riguarda il Brachetto Rosé: «Purtroppo, a parte qualche raro caso, tra le aziende non c'è il necessario coraggio per puntare su un prodotto che invece potrebbe avere grosse potenzialità. Dal punto di vista promozionale abbiamo fatto l'impossibile, ma restano pochissime le cantine che decidono di investire sul rosé dolce. Le aziende non hanno voglia di scommettere su questo tipo di prodotto. È un rischio che non si sentono di correre, a mio modo di vedere, sbagliando».

Secondo Paolo Ricagno sarebbe auspicabile maggiore partecipazione anche da parte dei ristoratori: «Sul nostro territorio l'Acqui Rosé non riesce a far presa nel settore Horeca. Mi spiace doverlo sottolineare, ma in questo senso da parte del settore ricettivo servirebbe maggiore collaborazione, più coraggio. Se in alcuni ristoranti della Liguria il Brachetto Rosé viene non di rado accompagnato a determinate degustazioni, dalle nostre parti questo praticamente non avviene. Di conseguenza, anche manifestazioni di ottimo livello come ad esempio l'Acqui Wine Days rischiano, a conti fatti, di servire a poco». Se per il rosé il quadro non è certo confortante, per quanto riguarda il Brachetto Docg, quindi, permane fiducia: «Il momento non è semplice, lo sappiamo, ma nonostante questo nel settore vitivinicolo del nostro territorio c'è bisogno di idee e una buona dose di coraggio».





GRUPPO COLLINO

ACQUESE

● 1923 anno di fondazione	● 30 MILIONI DI EURO fatturato 2021	● 50 dipendenti
------------------------------	--	--------------------

Da cento anni la fonte di energia di un intero territorio

di **Alessandro Francini**



Sono passati quasi cento anni dal giorno in cui Giuseppe Collino, nel lontano 1923 agli albori della distribuzione del combustibile, fonda ad Acqui Terme la concessionaria del gas 'Collino'. Con il carbon fossile distillato il signor Collino ottiene il gas necessario ad alimentare gli impianti di illuminazione della città.

Nel 1956, con l'ingresso in società di Tullio Bariggi, la svolta verso la metanizzazione, che porterà l'azienda a compiere il definitivo salto di qualità. «Ora, però, è proprio la metanizzazione a darci i maggiori grattacapi - ammette Andrea Bariggi, direttore finanziario e consigliere di amministrazione dell'azienda - perché i prezzi della materia prima continuano a salire, e reperire gli approvvigionamenti è diventato più complicato. Per un'azienda a forte impronta territoriale come la nostra, quindi, competere con le grandi multinazionali non è affatto semplice». Ad Acqui e in buona parte dell'Acquese, tuttavia, il Gruppo Collino rimane un punto di riferimento per la fornitura di luce e gas per aziende e privati, così come per lo

stesso Comune termale per ciò che riguarda la gestione dell'illuminazione pubblica.

Il gruppo comprende tre aziende: la Collino Commercio Spa - Gas e Luce, la Collino & C. Spa - Carburanti e Impianti e la Acqui Rete Gas Srl. «Tra Acqui Terme e i paesi limitrofi - spiega Federico Collino, direttore commerciale e consigliere - abbiamo in gestione più di 150 condomini. Per noi è fondamentale mantenere un rapporto di fiducia con il cliente. È ciò che ci differenzia dai grandi competitor, che invece in nome del profitto tendono a non avere troppa attenzione verso i propri utenti. Noi non utilizziamo call center, e abbiamo tre uffici sul territorio con personale disponibile e professionale. La nostra storia e la nostra tradizione sono una garanzia per i nostri clienti, e non possiamo permetterci di tradire la loro fiducia».

Oltre alla fornitura di luce e gas nei comuni dell'Acquese, i servizi offerti dal Gruppo Collino variano dalla distribuzione di carburante ai depositi di combustibili, dall'impiantistica e idraulica ai servizi energetici avanzati

[ovvero gestione calore, efficientamento energetico, consulenze energetiche, illuminazione e videosorveglianza]. Il territorio di riferimento è principalmente l'Acquese, «ma da qualche anno ci stiamo espandendo. Siamo riusciti ad arrivare anche nelle grandi città».

Le conseguenze logistiche della guerra in Ucraina e i tagli alle forniture operati dalla Russia [insieme ad altri fattori contingenti] stanno facendo lievitare il prezzo di materie prime come gas, petrolio e carbone. Tuttavia, non sono solo gli utenti finali a dover fare i conti con una situazione sempre più allarmante.

«Ora è la metanizzazione a darci i maggiori grattacapi - ammette Andrea Bariggi, direttore finanziario e consigliere di amministrazione del Gruppo Collino - perché i prezzi della materia prima continuano a salire, e reperire gli approvvigionamenti è diventato più complicato.

Per un'azienda a forte impronta territoriale come la nostra, quindi, competere con le grandi multinazionali non è affatto semplice».

CANTINA TRE SECOLI

● **2008** anno di fondazione

● **12,7 MILIONI DI EURO** fatturato 2021

● **20** dipendenti

Tre Secoli, la forza del territorio e lo sguardo al mondo intero

di **Marcello Feola**

«La Tre Secoli di Ricaldone è ufficialmente nata nel 2008 dall'unione di due cantine cooperative, quelle di Ricaldone e Mombaruzzo. E, con orgoglio, possiamo dire che la seconda è stata la prima del Piemonte, risalendo addirittura al 1887, come evidenziato dal nostro stesso nome»: Bruno Fortunato, presidente della realtà acquese, è totalmente immerso nel suo lavoro.

«Per la mia storia e la mia passione, sono coinvolto al 100% - racconta - Abbiamo un patrimonio di circa 300 soci per un totale di 1.200 ettari su due province, Alessandria e Asti. Quattrocento sono di Moscato, che è la parte preponderante, ma non trascuriamo il Barbera d'Asti Docg, il Brachetto d'Acqui, il Dolcetto e tutti gli altri vitigni, compresi quelli internazionali, che costituiscono la nostra ricchezza».

È una dote preziosa, quella di tre secoli di storia e di vendemmie: «Siamo questo. E nel 2019 abbiamo fatto un ulteriore, importante passo - una sorta di pietra miliare per noi - completando la filiera con una linea d'imbottigliamento. Le cooperative nascono cinquanta o sessant'anni fa [o, come nel caso di Mombaruzzo, addirittura nel 1887...] con l'obiettivo di vinificare il prodotto proveniente dai conferitori soci, che portavano l'uva in cantina per arrivare alla commercializzazione dello sfuso. Oggi, qualcuno come noi sta provando a cambiare pelle, riuscendoci a piccoli passi e con sforzi immani, completando appunto la filiera di produzione con la vendita del prodotto finito al consumatore».

Scommessa vinta?

«Per aver iniziato sì, ma la strada è lunga e a tratti tortuosa».

Che giudizio dà dell'ultima annata?

«Eccellente dal punto di vista qualitativo, nonostante i mesi siccitosi. Siamo stati penalizzati però sulla quantità, incontrando purtroppo un fenomeno nuovo che è stato quello della mancata vegetazione di alcuni vigneti».

Cosa è accaduto?

«Alcuni si sono bloccati ai primi di aprile e non hanno mandato a frutto il grappolo, con un calo di resa pari anche al 50%. Secondo tecnici e agronomi la causa sarebbe lo stress idrico, ma io da contadino - aggiunge Fortunato - non sono molto convinto, perché sullo stesso crinale ho visto sulla sinistra piante con una vegetazione piena e il frutto regolare e sulla destra, a due metri di distanza, altre con uno sviluppo dimezzato. Ed è un problema grave, perché andrà a ripercuotersi sulla prossima campagna, visto che la pianta non è riuscita a produrre il legno necessario».

La clientela è cambiata negli anni?

«Si è diversificata sempre più, ma la nostra forza - posso dire almeno per il 75% del totale - sono il vino sfuso e i partner storici, con le multinazionali di riferimento che sono le stesse di dieci o vent'anni fa, ovvero Martini & Rassi, Gruppo Bacardi, Campari, Mgm... Sta poi crescendo l'interesse per l'Asti Spumante e il Moscato d'Asti grazie a un percorso comune del consorzio nel quale tutti siamo coinvolti». Progetti per il futuro?

«Consolidamento del mercato per il 50% e innovazione per crescere ulteriormente per l'altro 50%, puntando a mercati magari inesplorati o a canali complementari ma ormai fondamentali, come la pandemia ci ha insegnato, come l'e-commerce».



E l'estero?

«Non si può non avere lo sguardo a 360 gradi sui possibili sbocchi - conclude il presidente di Tre Secoli - Il territorio è intorno a noi, ma il mondo è da esplorare: siamo presenti nel Nord Europa, in America e in Indonesia, ma si può e si deve fare meglio, perché sono proprio i ragionamenti sull'export che possono fare la differenza».



CANTINA DI ALICE BEL COLLE

ACQUESE

● 1955 anno di fondazione	● 4 MILIONI DI EURO fatturato 2021	● 8 dipendenti
------------------------------	---------------------------------------	-------------------

Un tesoro fatto di un centinaio di soci e 350 ettari di vigneto

di **Marcello Feola**



La Cantina di Alice Bel Colle è il punto di riferimento di uno degli scorci più belli del nostro Monferrato: oggi conta un centinaio di soci per un totale di 350 ettari di vigneto [200 dei quali a Moscato d'Asti Docg, 50 a Barbera d'Asti Docg, 55 a Brachetto d'Acqui Docg e il resto suddiviso tra Dolcetto d'Acqui, Cortese d'Alto Monferrato e Piemonte Chardonnay, senza dimenticare qualche bottiglia di Alta Langa], per una produzione di circa 180mila bottiglie.

«La cantina - racconta il presidente Claudio Negrino - venne fondata nel 1955 con un obiettivo specifico: i viticoltori di allora, trovandosi a dover vendere singolarmente il prodotto sfuso a piccoli commercianti o a intermediari molto speculativi, decisero di creare queste realtà più grandi per non essere 'usati'. Essere in cooperativa, oltretutto, consentiva di effettuare investimenti importanti in macchinari e tecnologie e ciò ha permesso di evolverci e fare passi importanti».

Cosa è cambiato?

«All'inizio qui si trasformavano uve rosse in vini secchi come Dolcetto e Barbera, adesso invece Moscato e Brachetto, oltre che Barbera».

Che giudizio dà dell'ultima annata?

«Buona dal punto di vista qualitativo:

è purtroppo mancata un po' d'acqua e ciò ha compromesso in parte l'aspetto quantitativo, variegato in ogni singola azienda a seconda della posizione dei vigneti».

È cambiato, nel corso del tempo, il rapporto con i soci?

«Molti sono di fronte a un passaggio generazionale - spiega Negrino - I giovani hanno esigenze diverse, per il fatto stesso di essere meno legati alla storia della cooperativa e a quello che si è portato avanti in passato. Hanno dunque visioni distaccate, legate più all'aspetto economico e meno, mi lasci passare il termine, a quello sentimentale. I loro nonni e i loro padri si rendevano conto di ciò che abbiamo rappresentato, per il territorio e non solo, in un certo momento; loro vedono invece la cooperativa come un'azienda che deve funzionare, dando le giuste remunerazioni e le giuste risposte. Abbiamo perciò davanti delle belle sfide: cercare di coinvolgerli e far loro capire ciò che è l'essenza di una realtà come la nostra che è 'strana', nel senso che per certi versi siamo quasi una Spa e per altri una grande impresa agricola composta da tante famiglie».

Gusti e richieste della clientela?

«Tenga conto che possono cambiare nel giro di relativamente pochi anni:

ad esempio, quando ho iniziato a fare il presidente una ventina di anni fa, spopolava la barrique con il suo legno molto estremizzato nell'affinamento dei rossi. Ai giorni nostri, al contrario, è un po' più di nicchia: una evoluzione che mi trova d'accordo, perché non tutti i vini sono adatti a tale affinamento. Ma sono mutate pure le esigenze di chi viene a comprare: nel punto vendita aziendale vendiamo sempre meno sfuso e sempre più bag in box. Se volessimo fare una sintesi, si beve meno e si beve meglio, ricercando una qualità superiore e maggiore soddisfazione».

Non tutti però sanno riconoscere la vera qualità...

«Non è così percepibile, ma la soddisfazione al palato è personale e il nostro lavoro deve seguire l'inclinazione della clientela, provando a restituire un piacere gustativo sempre più adatto alle esigenze. Che - aggiunge Negrino - collidono però con un'altra tematica d'attualità: meno alcol nei vini e nelle diete».

Possibile?

«È complesso scindere il gusto dall'alcol, perché la soddisfazione al palato di cui parlavamo prima si ottiene con la struttura stessa del vino e la concentrazione, che si ha con uve ben mature. Il che vuol dire zuccheri e alcol».

CANTINA CUVAGE

● **2011**
anno di fondazione

● **9 MILIONI DI EURO**
fatturato 2021

● **35**
dipendenti

Cuvage, storia di bollicine e di un'area patrimonio Unesco

di **Marcello Feola**

La casa spumantiera Cuvage nasce nel 2011 ad Acqui Terme, area celebre nel mondo per la produzione di spumante italiano: Cuvèè e Perlage sono i termini-chiave di questa produzione ed è proprio da qui, dalla loro liason, che nasce Cuvage. Obiettivo: sottolineare - grazie a 86 ettari vitati (70 Acquesi e 16 Cuvage), dai quali vengono raccolte le uve per una produzione che ha saputo riproporre e reinterpretare in chiave moderna la nobile e antica tradizione spumantistica piemontese, un terroir unico ed esaltare il territorio di provenienza degli spumanti italiani di qualità, puntando su vitigni autoctoni come Nebbiolo e Cortese uniti ai grandi classici internazionali.

«Cuvage - spiega il direttore Stefano Ricagno - fa parte del gruppo Mondo del Vino che vanta cantine a Priocca d'Alba (dove produce i fermi piemontesi), nell'entroterra di Forlì (per i romagnoli) e in Sicilia, la Barone Montalto, per quelli siciliani».

Come giudica l'annata?

«Ha seguito i trend positivi che ci sono stati nel consumo delle bollicine a livello globale, nell'ultimo anno e mezzo, su tutti i mercati. Basti pensare che noi esportiamo circa l'85% della produzione nel mondo: parliamo di metodi classici e Martinotti di territorio, a cominciare dal Marengo Doc spumante a base di Cortese per passare all'Asti Spumante e al Brachetto d'Acqui. Come metodo classico, invece, ci siamo molto dedicati all'Alta Langa nelle sue varie tipologie».

Non è un caso, dunque, che

l'azienda esprima la sua eccellenza in un ricercato equilibrio fra storia, innovazione e tecnologia, dando vita alle due linee di prodotto "Cuvage Metodo Classico" e Metodo Martinotti "Acquesi" per una produzione di 700mila bottiglie (90% Acquesi e 10% Cuvage).

A quali mercati punta Cuvage?

«Oggi, dopo la pandemia, sono tutti in esplorazione. Anche se per noi le frontiere non si sono mai sostanzialmente chiuse, da quando si è tornati a viaggiare è ripresa una serie di attività commerciali, di presentazione, di esposizione e di fiere attraverso le quali promuovere il nostro brand. Posso dire che ci stiamo identificando molto nei Paesi del Sud-America e in quelli del Nord Europa, senza trascurare l'Est del Vecchio Continente, Polonia in primis. Realtà da seguire con estrema attenzione sono poi quelle asiatiche: al di là del numero dei potenziali consumatori, per vendere ad esempio in Cina si è consci di dover far fronte a tipologie diverse di clientela».

È possibile immaginare novità e produzioni diverse nel corso dei prossimi anni?

«No, le nostre etichette fanno parte della caratterizzazione del territorio - risponde Ricagno - Un'area sito Unesco con le sue denominazioni e un'area in cui, in particolare sull'Alta Langa, abbiamo intenzione di lavorare non solo sul volume ma anche sul valore. Senza trascurare il Marengo, che dal nostro punto di vista ha un grosso potenziale come tipologia di spumante a base di uve Cortese».





PNEUS ACQUI COMMERCE

ACQUESE

● 1970 anno di fondazione	● 6,2 MILIONI DI EURO fatturato 2021	● 10/15 dipendenti
-------------------------------------	--	------------------------------

L'impero delle gomme con un "Patron" che aiuta i poveri del pianeta

di **Alessandro Francini**



Il Gruppo Pneus ha un patron, e si chiama Adriano Assandri. La sua è una storia quasi romanzesca (non a caso ci ha scritto anche un libro), fatta di tanta fortuna e di altrettanta beneficenza. Un successo aziendale creato dal nulla nel 1970 e che nel corso degli anni è cresciuto in maniera esponenziale.

A Strevi, in regione Barbato, il centro Pneus Acqui S.p.A, commercializza tutte le marche più importanti, distribuendone ufficialmente alcune, in accordo con i loro fabbricanti, in vari Paesi sparsi in tutto il mondo, in prima persona e in collaborazione con società internazionali. Pneus Acqui S.p.A. tratta oggi pneumatici nuovi per qualsiasi tipo di utilizzo: automobili, moto e scooter, light truck, camion, earth mover Genio civile, mezzi agricoli di ogni tipo e industriali.

Pneus Sette è la società che Adriano Assandri ha creato nel 1985.

Dopo aver raggiunto una certa importanza commerciale anche nel

mercato americano, viene costituita Pneus Holding Sas, con l'obiettivo di creare una rete di vendita al dettaglio di clienti fidelizzati, identificati ed organizzati.

Nasce così Pneus Expert, prima catena di franchising in Italia nel settore del commercio al ricambio di pneumatici. Nel giro di pochi anni si forma un gruppo di circa 30 punti vendita dislocati su tutto il basso Piemonte e la Liguria, garantendo uniformità di immagine e proponendo prodotti esclusivi e servizi unici in tutto il Paese.

L'iniziativa acquese, oltre ad essere imitata e copiata da altre realtà commerciali, ha suscitato ben presto l'interesse dei fabbricanti (non senza qualche tentativo di imitazione) e nel 1996 il marchio e l'intera rete in franchising vengono acquistati dal gruppo Continental.

Oggi Pneus Expert è la prima rete in franchising in Europa, con più di 2500 punti vendita affiliati.

Il 2001 è un altro anno fondamentale nella storia della Pneus Sette, con l'ingresso nell'assetto societario di Continental Italia Spa; l'attuale Consiglio di amministrazione sta proseguendo nell'attività di consolidamento ed allargamento della rete di punti vendita.

Nel 2008 la Pneus Sette si sposta nei nuovi locali più ampi e moderni di Via Circonvallazione sempre ad Acqui Terme.

Nei suoi viaggi in giro per il mondo Adriano Assandri è entrato in contatto con le comunità e i villaggi più poveri del Pianeta. Nel 2004, dopo un viaggio in Brasile con la propria consorte, Assandri fonda NeedYou Onlus, dando il via in prima battuta alla costruzione di un centro educativo a Belo Horizonte. Da allora l'opera benefica dei coniugi Assandri non si è più fermata e oggi, insieme a diversi partner e centinaia di amici, opera in 25 Paesi del mondo, tra Africa, Centro e Sud America, Asia ed Europa.

BISER PORTE

● **1977**
anno di fondazione

● **2,6 MILIONI DI EURO**
fatturato 2021

● **17**
dipendenti

Biser, dove le porte migliori si fanno con il massimo della passione

di **Alessandro Francini**

La Biser srl ha sede in regione Ronchetti nel comune di Terzo, a pochi chilometri da Acqui Terme. Fondata nel 1977, l'azienda acquese è leader nel mondo per la produzione e messa in opera di porte per interni, porte per Hotel, porte tagliafuoco, porte Rei antincendio.

Da quarantacinque anni Biser Porte trasforma il legno in serramenti di pregevole fattura, seguendo passo dopo passo l'intero ciclo produttivo. «Grazie alla nostra quarantennale esperienza - fanno sapere dall'azienda - siamo in grado di guidare l'acquirente nella scelta e nell'installazione di porte ed infissi di ogni genere, accompagnandolo con cortesia, competenza e professionalità. I nostri punti di forza sono l'utilizzo di materiali pregiati, la grande attenzione per i particolari, l'ampia gamma di prodotti offerti. Inoltre offriamo ai nostri clienti risposte sicure, concrete ed esaurienti per qualsiasi tipo di esigenza».

Scelta dall'Enea come fornitrice ufficiale di serramenti per le basi operative del progetto scientifico Antartide, Biser mescola ed unisce la tradizione pluriennale dei mastri falegnami con le più moderne e avanzate tecnologie. Le tecniche di produzione a disposizione dell'azienda, infatti, consentono di realizzare un prodotto d'eccellenza sia dal punto di vista del comfort che della sicurezza. «Le nostre porte tagliafuoco fanno parte di una completa gamma di articoli - disponibili sia di serie che su misura - offerti a chi desidera unire alla bellezza e al calore del serramento in legno la serena consapevolezza garantita da un prodotto costruito totalmente a norma».



La linea di prodotti 'Biser' comprende diverse tipologie di porte: Rei ignifughe, blindate, porte per interni, porte filomuro, complanari, incise laccate, porte Barocco, porte a libro e laminate.

Sono centinaia gli hotel fino ai 'cinque stelle' che in ogni regione d'Italia figurano tra il parco clienti dell'azienda con sede a Terzo. Biser, però, può vantare operazioni commerciali e clienti fidelizzati anche all'estero: le porte realizzate dai professionisti acquesi, infatti, si possono trovare anche al Grand Hotel Europa di Innsbruck, all'Hotel d'Orsay di Nizza, all'Hotel Munte di Brema, all'Old Town di Bucarest e persino negli Hotel Gai Beach di Tiberiade in Israele e all'Hotel Khadisha di Shymkent City in Kazakistan. Anche nel 2022, come ormai da anni, i prodotti d'alta gamma di Biser Porte sono stati in esposizione al Sia Hospitality Design a Rimini, l'unica fiera in Italia dedicata esclusivamente all'ospitalità e ai nuovi concept dell'accoglienza giunta quest'anno alla 71esima edizione.





FRATELLI ERODIO

ACQUESE

● 2007 anno di fondazione	● 10,6 MILIONI DI EURO fatturato 2021	● 15 dipendenti
------------------------------	--	--------------------

Un'azienda a conduzione familiare leader nel commercio all'ingrosso

di **Alessandro Francini**

L'azienda Fratelli Erodio nel 2007 si è costituita in Srl, ma la sua storia dura da più di 70 anni. È a cavallo tra gli anni '40 e '50, infatti, che i fratelli Guido e Pietro Erodio avviano una propria attività nel commercio dei materiali ferrosi e nella demolizione di automobili e autocarri.

Passano gli anni, i decenni, e quella che agli inizi era una semplice attività a conduzione familiare diventa pian piano una solida e affermata azienda che arriva a fatturare milioni di euro.

Oggi sono i cugini Patrizia, Barbara, Marco e Massimo, figli di Guido e Pietro, a dirigere una realtà commerciale di riconosciuta professionalità che opera a livello nazionale e internazionale nel settore della vendita di autoveicoli industriali e motocicli (soprattutto usati e semi nuovi), del commercio all'ingrosso di macchine operatrici comprese quelle per movimento terra, carrelli elevatori, roulotte e caravan e di tutti i relativi accessori compresi (pneumatici e parti di ricambio), nell'autodemolizione e nell'esecuzione di lavori di demolizione industriale fino al recupero e al riciclo dei materiali ferrosi e non ferrosi. «Descrivere la nostra attività non è semplice, perché in realtà ci occupiamo di tante di quelle cose che a volte persino io perdo il filo...», afferma con un po' di ironia Patrizia Erodio, titolare dell'azienda con sede a Bistagno in regione Cartesio. A differenza di molte attività economiche e commerciali della nostra provincia (e non solo), la 'Fratelli Erodio' non ha subito particolari contraccolpi nel periodo dell'emergenza pandemica: «Abbiamo chiuso lo stabilimento per una quarantina di giorni, ma devo dire che a fine anno il nostro fatturato ha retto tutto sommato bene. Anche perché, obiettivamente, il nostro è un settore che in linea generale non ha patito in modo particolare le conseguenze dei vari Dpcm».

Il 2020 dell'azienda di Bistagno, infatti, si è chiuso con un fatturato di 7 milioni di euro, con un incremento di circa il 40% nei successivi 12 mesi.

Il mercato dell'azienda Fratelli Erodio comprende esportazioni di merci e ricambi in tutta Italia, in vari Stati dell'Ue e nell'Africa dell'Ovest in particolare. «Tra i nostri servizi - aggiunge Patrizia Erodio - offriamo anche prestazione di tipo ambientale, quali il ritiro, il trasporto e la gestione dei rifiuti di ogni genere».





Carta e digitale insieme per un nuovo modo di comunicare

IL PICCOLO

ilnovese **l'**ovadese

alessandrianews

acquinews

casalenotizie

novionline

ovadaonline

tortonaonline

valenzanews

Il mercato dell'editoria è cambiato radicalmente negli ultimi vent'anni. E ancora sta cambiando.

Medial Pubblicità, sta affrontando le sfide del nuovo mercato unendo il rigore e l'autorevolezza del prodotto cartaceo con la rapidità e la forza di quelli digitali. Capaci di stare al passo con i tempi attraverso la continua evoluzione dei mezzi di comunicazione.

Abbiamo potenziato la comunicazione digitale attraverso lo sviluppo di una piattaforma multimediale con 10 siti a disposizione che mostrano le notizie più importanti di ogni angolo della provincia.

www.medialpubblicita.it



VIA PARNISETTI 10 - ALESSANDRIA

0131 56364

commerciale@medialpubblicita.it



BRUS SERVICE

ACQUESE

● **1964** [come BrusCafè] anno di fondazione ● **4,4 MILIONI DI EURO** fatturato 2021 ● **40** dipendenti

Il 2022? Anno di conferme e di nuovi traguardi raggiunti

di **Alessandro Francini**



Una realtà produttiva che opera da quasi 60 anni e che si tramanda di generazione in generazione, oggi condotta dai coniugi Brunella Brusco e Flavio Scrivano [amministratore unico e responsabile amministrativo] insieme ai figli Alessandro e Gianluca [responsabile tecnico]. Per quanto riguarda il settore della distribuzione automatica Brus Service - azienda che ha sede a Bistagno - è oggi la società indipendente che vanta il più alto fatturato in Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta.

«Dopo il riassetto dello scorso anno a seguito del calo del 25% registrato a fine 2020 a causa della crisi economica pandemica - spiega Alessandro Scrivano, responsabile commerciale - quest'anno possiamo dire di aver mantenuto gli standard produttivi raggiunti nel 2021, quando abbiamo chiuso in positivo. Quest'anno, quindi, abbiamo consolidato la stabilità aziendale. Aspetto comunque positivo se pensiamo ai due anni complicati che abbiamo dovuto affrontare a causa dell'emergenza sanitaria». Una sorta di "trend di assestamento" che però non ha comunque fermato l'espansione territoriale dell'azienda acquese:

«Per quanto riguarda la Liguria ora il nostro bacino commerciale si è esteso anche al genovese. A differenza di un anno fa, quando si limitava al savonese e alla provincia di Imperia. In Lombardia, invece, ora siamo presenti soprattutto nel Pavese, ma contiamo di giungere entro breve anche sul mercato milanese».

La fornitura in comodato d'uso di distributori automatici, la consegna capsule per la consociata Caffè Scrivano e la gestione dei negozi automatici "h24" sono le attività per le quali Brus Service opera in buona parte del Nord Ovest. «Da giugno 2020 a settembre 2021 - continua Scrivano - siamo passati da 3 a 8 negozi automatici distribuiti in diversi centri zona della provincia di Alessandria. Negli ultimi 12 mesi ne abbiamo avviati altri due, uno ad Alessandria e uno a Casale».

Lo stato di salute di un'azienda si misura anche in base alla sua capacità di offrire nuovi posti di lavoro. Nel 2021 Brus Service ha dimostrato di aver saputo superare con grande prova di resilienza le difficoltà legate al periodo pandemico: «Lo scorso anno abbiamo assunto tre nuovi dipendenti, più altri



due nel 2022. Tuttavia avremmo bisogno ancora di un paio di figure professionali, il problema è che ultimamente, per ragioni diverse, si fatica ad assumere. Da questo punto di vista abbiamo riscontrato qualche inaspettata difficoltà».

Oltre al comparto della distribuzione automatica [vendita, fornitura e manutenzione], attraverso la consociata Caffè Scrivano, Brus Service comprende un capillare servizio di fornitura a bar, circoli, mense, uffici e privati. Il servizio non riguarda solo la fornitura del prodotto in grani tostati ma include tutte le varie tecnologie che contribuiscono all'offerta caffè.

 **BANCA DI ASTI**

 **BIVER BANCA**

 **GED**
Centro Elaborazione Dati
UNIONE ARTIGIANI S.p.A.

ACOS GRUPPO
INSIEME ENERGIA VITALE


**PICO
MACCARIO**

Energica
S. LAURENZA DEL BIANCO

AM
L'ACQUA DEL MONFERRATO

MINO


ROQUETTE
Offering the best of nature™

RICCOBONI
Holding

HOLDIM
group


ALLARA

**CASSETTE
PUCCI**
stile e tecnologia italiani

GIOI
manifattura
VALENZA

 **AMAG**

ORMIG

 **GEFIT**
Your Global Partner


**MAZZETTI
D'ALTAVILLA**
DISTILLATORI DAL 1846

**GRAFICA
ELETTRONICA**

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


Studio Cerri
RELAZIONI PUBBLICHE D'IMPRESA


ALBERGO CORONA
RISTORANTE DEL SANTO BEVITORE


PRECIOUS METALS REFINING

B4web
www.b4web.biz

WAMA
group
www.wamagroup.it

GRISSITALIA
Biscotti
PANE


foco
ambulatorio radiologico


energywave
Energia in evoluzione


VBGROUP
comunicazione integrata

 **cameltech**
S.p.A.

Caffe **DO**

**Audi Zentrum
Alessandria**

IFC

GRAZIE A TUTTI GLI INSERZIONISTI

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

 **medial
pubblicità**

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

VBGROUP

LA RICETTA PERFETTA DELLA COMUNICAZIONE INTEGRATA

VIABAGUTTA COMUNICAZIONE LAB CREATIVO

- ADVERTISING
- CONTENT WEB
- CONTENT MARKETING
- BLOG
- PRODUZIONE FOTO
- PRODUZIONE VIDEO
- SOCIAL MEDIA MANAGING
- MISURAZIONE ROI
- CONTEST



VB CREATIVE ADVERTISING & DESIGN

- STRATEGIA DEL BRAND
- CAMPAGNE PUBBLICITARIE
- DESIGN
- WEB SITE
- SOCIAL MEDIA IDEA
- EDITORIAL

VB EVENTS CREATIVE EXHIBITIONS

- PROGETTAZIONE STAND PER FIERE
- EVENTI
- ALLESTIMENTI PER MUSEI



Alzaia Naviglio Pavese, 52
20143 Milano
www.viabagutta.it



via Savio, 2
15033 Casale Monf.to (AL)
www.vb-creative.it



via Savio, 2
15033 Casale Monf.to (AL)



VBGROUP
comunicazione integrata

www.vb-group.it

Bye bye cyber attack

La nuova frontiera del crimine
è l'attacco informatico.

Centinaia di aziende, piccole e grandi,
nell'ultimo anno sono state colpite.

**Proteggi i tuoi dati,
scegli di non rischiare.**

**Al costo di un antivirus,
molto di più!**

**Monitoriamo e analizziamo la tua
sicurezza informatica, ti avvisiamo
in caso di minacce e interveniamo
proattivamente h24.**

Articolo
a pag
96

INFOLINE 0131 1926569

Soluzioni di Cyber Security

VULNERABILITY ASSESSMENT & PENETRATION TEST
PROTEZIONE GESTITA ENDPOINT / ANTIVIRUS E ANTISPAM
CLOUD SANDBOX / XDR / SOLUZIONI MULTIPIATTAFORMA

B4web

www.b4web.biz

WAMA
group

www.wamagroup.it