

# Economia 2019

Numeri e storie  
di aziende  
e imprenditori  
della **provincia**  
di **Alessandria**

**IL PICCOLO**

**ilnovese**

**l'ovadese**



**DS AUTOMOBILES**  
Spirit of Avant-Garde

H A U T E - C O U T U R E  
**ELECTRIC**

**DS 3 CROSSBACK**  
E - T E N S E



UNIONE DI SAVOIR-FAIRE E TECNOLOGIA AVANZATA. SCOPRI IL NUOVO MARCHIO DS SU [DSAUTOMOBILES.IT](https://www.dsaautomobiles.it)

DS *preferisce* TOTAL - DS 3 CROSSBACK E-TENSE\*, CONSUMO ENERGETICO: 17,6 KWH/100 KM; EMISSIONI DI CO<sub>2</sub>: 0 G/KM; AUTONOMIA: 320 KM.  
I dati sono preliminari e determinati secondo la nuova procedura di prova WLTP secondo le normative Reg. (CE) n. 715/2007 e Reg. (UE) n.1151/2017.  
\*L'omologazione e il certificato di conformità CE non sono ancora disponibili. I valori preliminari potrebbero differire dai dati ufficiali di omologazione finale.

**DS STORE ALESSANDRIA - VIA DELL'ARTIGIANATO, 4**  
TEL. 0131 345931 - [WWW.GRANDIAUTO.NET](http://WWW.GRANDIAUTO.NET)



# C'è una provincia che crede nel futuro e affronta le difficoltà



di **Alberto Marello**, direttore responsabile

Dal 2008 il mondo è cambiato. È cambiata l'economia e dunque è cambiato il mondo. E con lui anche noi che siamo parte del sistema e alimento del sistema stesso. Internet s'è preso tutto, dalla gestione delle macchine alla gestione dei beni, dalle relazioni al tempo. E tutto questo - superficialmente semplificato - ha generato non solo una crisi economica, ma anche di identità e culturale. Perché se un luogo perde una fabbrica, perde posti di lavoro che se non vengono reintegrati stravolgono il tessuto socio-economico di un territorio. E nell'Alessandrino, negli ultimi dieci anni, lo abbiamo visto accadere ripetutamente e ancora, purtroppo, è un fenomeno che non stenta. Eppure, al di là della quotidiana cronaca economica, c'è una provincia che nonostante tutto lavora, produce, crea ricchezza e benessere. È il lato della nostra co-

munità che alle lamentele ha preferito i fatti, che davanti alle incredibili complessità del fare impresa in Italia nel 2020 non si è tirata indietro, non ha delocalizzato, non ha risparmiato sul capitale umano. Anzi, ha provato a dare forma alle nuove condizioni per stare sulla cresta dell'onda anziché esserne travolta. Certo, sfogliando questo magazine - che coinvolge un centinaio di aziende dell'Alessandrino - noterete che ci sono anche alcune realtà chiacchierate, o in forte difficoltà, che abbiamo scelto di inserire comunque all'interno di questa narrazione per via della loro pesante e storica presenza sul territorio. Realizzare questo speciale, però, ci ha ricordato che la nostra provincia resta uno dei territori più produttivi d'Italia dove non mancano know-how e voglia di fare impresa. E ogni tanto è giusto ricordarlo a tutti noi. ■

## Storie di aziende e di uomini che hanno saputo prevedere il cambiamento



di **Roberto Gilardengo**

Numeri, ma soprattutto persone. Uomini e donne che guidano società, che investono, rischiano, ottengono risultati. Ma anche aziende - e non sono poche - che hanno scritto la storia dell'imprenditoria alessandrina. Nelle pagine che seguiranno, vogliamo raccontare tutto questo partendo da una considerazione, peraltro emersa dall'analisi, che presentiamo all'inizio questo magazine, delle periodiche indagini congiunturali di Confindustria che abbiamo preso in esame a partire appunto dall'inizio della grande crisi, quella che, in ogni continente, ha messo in ginocchio uomini e imprese. In questi report, appunto, si delinea il quadro di una provincia che, ovviamente, soffre, ma meno di altre. Addirittura, che nel primo trimestre di quell'annus horribilis prosegue, «*con passo vivace*», il cammino intrapreso nei primi mesi del

2006 «*e continuato, con le naturali variabili del percorso, fino a oggi*» (2008, ndr).

Nelle pagine che seguiranno racconteremo di industrie che hanno saputo leggere con anticipo i cambiamenti del mercato, che sono state in grado di rinnovarsi e che sono apprezzate all'estero [«*molto più che in Italia*», sottolinea con un pizzico di polemica il presidente degli imprenditori Maurizio Miglietta]. Innovazione ed export sono i punti fermi che hanno consentito agli industriali del territorio, in particolare quelli a capo delle piccole e medie imprese, di passare la nottata, di trovare soluzioni che avrebbero poi permesso di rimettere in piedi le aziende e di farne autentiche eccellenze all'interno di un comprensorio che ha nelle differenze la propria forza e la propria ricchezza. ■

**03**

GLI INTERVENTI

**15**

L'ANALISI

**23**

ALESSANDRIA

**39**

VALENZA

**51**

CASALE MONFERRATO

**65**

TORTONA

**77**

NOVI LIGURE

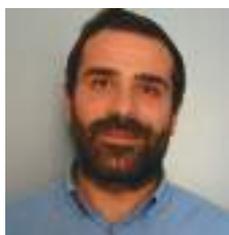
**89**

OVADA

**101**

ACQUI TERME

## HANNO COLLABORATO



MARCO  
**BERTONCINI**



PAOLO  
**LIVRAGHI**



GIULIA  
**BOGGIAN**



IRENE  
**NAVARO**



MASSIMO  
**BRUSASCO**



GIORDANO  
**PANARO**



MARCELLO  
**FEOLA**



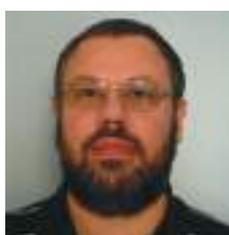
LUCA  
**PIANA**



ALESSANDRO  
**FRANCINI**



EDOARDO  
**SCHETTINO**



MARCO  
**GOTTA**



ANDREA  
**VIGNOLI**

Un ringraziamento particolare a **Giuseppe Monighini**, responsabile dell'Ufficio Studi di Confindustria Alessandria.

**MAURIZIO MIGLIETTA**

# La capacità di sapersi innovare: è questo il grande merito delle imprese alessandrine

di **Roberto Gilardengo**

*«La caratteristica fondamentale della provincia di Alessandria è l'estrema varietà dei settori merceologici. Questo sta alla base della fortuna e della stabilità del nostro tessuto imprenditoriale».*

Le parole sono di Maurizio Miglietta, presidente di Confindustria Alessandria e rappresentano la sintesi ma anche il punto di partenza per comprendere il quadro dell'economia provinciale vista dall'associazione degli industriali.

L'analisi autorizza all'ottimismo, indipendentemente dagli esiti delle varie indagini congiunturali: *«La fortuna della provincia - è la riflessione del presidente - è avere diverse aziende di eccellenza e che puntano all'innovazione. L'imprenditore alessandrino ha avuto la capacità di stare dietro al mercato e di capire il futuro».*

Esempio, la meccatronica: *«Possiamo dire che la nascita, da noi, risale addirittura agli anni Ottanta e qui si è evoluta in tutti i territori, da Tortona ad Alessandria, dal Casalese alle zone di Acqui e Ovada dove ci sono aziende del settore. Si può dire che sia la madre di 'Industria 4.0'».*

Anche in provincia la crisi del 2008 si è fatta sentire e le grandi aziende non costituiscono più l'ossatura del tessuto imprenditoriale locale: *«Suppliscono però le piccole e medie imprese - è la considerazione di Miglietta - che sono state brave a riconvertirsi e a cambiare prodotto e, così, a sopravvivere».* E sotto la voce innovazione va considerato anche il design *«che cambia l'azienda anche dal punto di vista visivo, non più grigia come una volta».*

Il prodotto? *«Deve essere anche piacevole da guardare. Il banco di prova sono gli open day, con la possibilità che diamo alle scuole di*

*venire a vedere come sono le aziende alessandrine. Quindi gli ambienti devono essere piacevoli: per carità, non servono le fontane all'ingresso come in altre regioni, ma devono colpire positivamente. Direi che bisogna considerare l'azienda come una parte della comunità».*

I problemi? Ci sono, ovviamente: *«Quando organizziamo le giornate dell'ascolto raccogliamo le impressioni degli imprenditori che ci segnalano sempre le stesse tre difficoltà: la burocrazia, la ricerca del personale e le infrastrutture».*

E per stare in tema, ecco le parole chiave: *«Innovazione, formazione, territorio e responsabilità sociale delle imprese. Noi vogliamo andare avanti e la grande vocazione della provincia all'export, con la punta di diamante del settore della gioielleria e delle pietre preziose la conferma che siamo molto apprezzati all'estero».* Ma c'è anche spazio per un'altra realtà importante *«quella delle aziende agricole».* Secondo Miglietta *«non si devono trascurare le potenzialità del territorio, della vitivinicoltura, del turismo. Ci sono grandi strutture, ma tutto questo non si può sfruttare senza una sinergia. Ci stiamo lavorando con le altre associazioni, è un obiettivo che non dobbiamo perdere di vista».*

Considerazione finale: *«Sono consigliere anche di alcune aziende e quindi, avendo il polso della situazione, anche come presidente, posso confermare che da parte di tutti c'è la volontà di andare avanti. Insomma, noi ci crediamo. Un invito al nuovo governo, in questo senso, è che ci siano veramente interventi per rilanciare l'economia. Non ci servono aiuti a pioggia. A proposito di export è evidente che siamo molti considerati all'estero. Sarebbe bello - conclude Miglietta - che lo fossimo anche in Italia».* ■



**Maurizio Miglietta**  
Presidente  
di Confindustria Alessandria



# RESPONSABILITÀ SOCIALE IN AZIONE

Il nostro impegno per lo sviluppo della comunità locale



GRUPPO  
AMAG

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



*Stiamo  
più  
vicini*

Scegli **LUCE+GAS** della tua città

**800-959441**

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





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

## LUCIANO MARIANO

# Promuovere lo sviluppo ma anche guardare al sociale: la ricetta in tempo di crisi

di **Roberto Gilardengo**

Il ruolo delle fondazioni bancarie, che hanno l'obiettivo di promuovere lo sviluppo economico, non è cambiato. Sono però mutate le strategie, a causa delle ridotte risorse e sono al tempo stesso aumentate le richieste di interventi a favore del sociale: abitazione, scuola, nuove povertà. E anche le amministrazioni - a causa dei tagli di bilancio - avrebbero bisogno di essere sostenute.

È una eredità che il presidente della Fondazione Cassa di Risparmio di Alessandria, Luciano Mariano, ha preso in carico nel momento in cui ha assunto questo ruolo dal predecessore Pier Angelo Taverna, che i conti con quella mutata realtà li faceva da tempo. Come muoversi? In generale la ricetta [e anche l'invito] al territorio è sempre quello di fare gioco di squadra: «L'impressione - spiega - è quella di una miriade di iniziative, tutte valide, ma frammentarie. Faccio un esempio: qui ci sono tre fiere del tartufo, ad Alba ne organizzano una sola, ma là vendono i prodotti, via internet. In tutto il mondo. Certo non è facile passare dal campanilismo a una iniziativa comune e più grande: le cose piccole fanno felici tutti, ma l'unione delle forze sarebbe certamente più utile per il territorio, che verrebbe valorizzato anche al di fuori dei confini provinciali».

Mariano ha una speranza, quella «che Banco Bpm [di cui la Fondazione Cra è socia, ndr] possa riprendere a distribuire utili, cosa che da qualche anno non avviene. In questo modo le entrate tradizionali potranno aumentare e nel 2020 ci saranno quelli che ne trarranno

*vantaggio. Ma già nel 2019 - è l'auspicio del presidente - potrebbero essere superiori alle aspettative: questo grazie alle scelte dei miei predecessori, di cui noi oggi beneficiamo. Io poi sono ottimista per natura e sono convinto che tutto questo ci aiuterà a conseguire risultati».*

Sempre nel 2020, la Fondazione Cra presenterà il bilancio di missione, una tappa fondamentale che consentirà al neo-presidente di fare il punto di questo suo inizio di mandato. Con l'auspicio, come detto, che arrivi questa benedetta inversione di tendenza. L'inizio di presidenza del predecessore Taverna aveva coinciso con la crisi mondiale: «Per capirci - aveva dichiarato al 'Piccolo' - siamo passati dai 6 milioni di euro erogati fino al 2008 ai 3 del 2017-2018. Anche se, va sottolineato, in dieci anni abbiamo destinato circa 43 milioni».

Quello di Mariano, va detto, è un osservatorio interessante, diciamo bifronte: oltre alla presidenza della Fondazione, c'è la sua professione di notaio che lo mette a contatto con imprenditori ma anche con persone comuni, quelle che oggi fanno girare l'economia: «C'è una forte crisi. Ad esempio l'80% degli atti di compravendita di immobili - sottolinea - sono promossi da stranieri, mentre gli italiani ormai non comprano quasi più casa. A fronte di questo, vedo che qualcosa si muove e mi rendo conto di come ci siano forze serie che non tengono un atteggiamento passivo e hanno tanta voglia di reagire: noi saremo sicuramente al loro fianco perché questo il nostro compito». ■

**GIAN PAOLO COSCIA**

## Il 2019 come lo scorso anno: segnali di ripresa da Alessandria «Migliorare solo il turismo»

di **Roberto Gilardengo**

*«Ci eravamo lasciati con i dati della Giornata dell'Economia che parlavano di una provincia con più luci che ombre. Anzi, con alcuni dati di interessanti, che mostrano un quadro complessivo incoraggiante. Questo trend, che allora era riferito al 2018, è confermato, secondo le nostre rilevazioni, anche per i primi mesi di quest'anno. Si riferiscono a produzione, occupazione ed export che indicano un andamento positivo, superiore alla media regionale».*

Gian Paolo Coscia, presidente della Camera di Commercio alessandrina, vede il bicchiere mezzo pieno. Partiamo dalla produzione industriale, con la media industria - in particolare quella chimica - a trainare. L'indice, nel quarto trimestre del 2018, faceva registrare un +2,8% rispetto all'analogo periodo del 2017 e rappresentava il miglior risultato del Piemonte, fermo a -0,4. Nei primi tre mesi del 2019, Alessandria vanta ancora lo stesso primato regionale, segnando un valore positivo dell'1,2%: *«Questo è un risultato davvero beneaugurante - sottolinea Coscia - da tenere in considerazione».*

Stesso discorso per l'occupazione che nel 2018 era aumentata, rispetto all'anno precedente, dello 0,6. Questo vuol dire mille persone in più (il totale era 172mila) che hanno trovato lavoro. *«Per contro, nel periodo gennaio-luglio 2019, le ore autorizzate di cassa integrazione in provincia - segnala il presidente dell'ente camerale - erano state 1,3 milioni. Vuol dire un calo dell'11% nel confronto con lo stesso periodo dello scorso anno, quando erano state circa 1,5 milioni».*

Altro valore indicativo.

Nei primi sei mesi del 2019 si sono registrate 47 aperture di fallimento e questo significa

una variazione, rispetto ai sei mesi del 2018, del 6% in meno.

Ma c'è anche molto altro. Le note liete arrivano, ancora una volta, dall'imprenditoria femminile e dall'export. Quest'ultima, una vocazione tutta alessandrina. Le attività gestite da donne rappresentano circa il 23% delle imprese provinciali. Cioè sono 9.920 [al 30 giugno 2019] rispetto alle 42.454 totali. L'esportazione, poi, è sempre stata una vocazione della provincia di Alessandria. Il report dell'ente camerale dice che continua a crescere: nei primi sei mesi del 2019 ha portato 3,4 miliardi di euro. A trainarla, gioielleria e prodotti chimici di base.

In generale, nel primo trimestre dell'anno in corso, tutte le province piemontesi hanno registrato tassi di crescita negativi, che concorrono a fissare il -0,71% regionale: *«Il tasso della nostra provincia - fa notare Coscia - che è pari a -0,67%, pur essendo anch'esso negativo, è il dato migliore rispetto a quello di tutte le altre zone».*

Non soddisfa, invece, l'industria turistica, con le presenze totali che fanno registrare un calo del 7,9%: *«Bisogna evitare - è il commento di Coscia - di diventare un punto di passaggio per escursioni nel resto del Piemonte. Qui abbiamo tutto: il territorio, le capacità. Dobbiamo però fare squadra. Ci vogliono una strategia di accoglienza diversa e una mentalità che unisca e non divida».*

E poi la riforma delle "Camere", altra nota dolente: *«C'è la fusione con Asti - ricorda il presidente - ma a causa dei ricorsi tutto è fermo e il consiglio decaduto è ancora obbligato a restare in carica. Sarebbe veramente bello se la Regione li ritirasse...».* ■



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



Ogni giorno progettiamo  
il tuo futuro



5.000 clienti  
in Italia



1.120 commesse  
l'anno



più di 100 persone  
in rete

3i group è un gruppo imprenditoriale che, dal 1984, offre servizi integrati di ingegneria, progettazione, consulenza e formazione sia in campo civile che industriale.

La nostra forza è nell'**integrazione** delle competenze che ci permette di offrire al cliente un **servizio sempre più completo**.

### Esperienze e risorse al servizio della qualità



- Sicurezza
- Efficienza energetica
- General Contractor
- Progettazione
- Prevenzione Incendi
- Pratiche ambientali
- Sistemi di gestione e 231
- Rilievi Strumentali
- Formazione

## PIERLUIGI PRATI

# «È il nostro territorio che deve trovare convinzione nelle proprie capacità»

di Massimo Brusasco

*«Il problema è che il nostro territorio deve trovare convinzione nelle proprie capacità e nelle opportunità che può offrire. Non si può procedere da soli, ma bisogna lavorare insieme».*

E' quasi scontato che dica così, Pierluigi Prati. D'altronde è il presidente di Alexala, consorzio turistico punto di riferimento di una provincia che, pare evidente, ha bisogno di un brand che si chiama Monferrato per essere ancora più appetibile.

Prati dice così nella speranza che si aggregino se non tutti i 187 comuni dell'Alessandrino almeno qualcuno in più degli attuali, che sono poi il 46% del totale. Il numero assoluto è 55, che comprende pure alcune istituzioni. C'è di buono che tutti i centri zona aderiscono ad Alexala, e così i comuni dell'area Unesco, indiscutibile valore aggiunto in una provincia che vuole calamitare l'attenzione del turismo.

*«Gli investimenti nel turismo - spiega Prati - hanno ricadute nel medio periodo. Non si può pensare di stanziare soldi oggi e avere benefici domani. Quel che è importante capire è la necessità di fare squadra, ricordando che abbiamo un turismo di prossimità di circa 10 milioni di persone. Significa una mole enorme che, anche grazie alla logistica che ci favorisce, può raggiungere Alessandria e il Monferrato. Dove, peraltro, trova una varietà di offerte impressionanti, basti pensare ai paesaggi, e dunque ai percorsi che danno possibilità di andare a cavallo, a piedi, in bicicletta... E poi l'enogastronomia, i castelli, le terme. Siamo una zona molto ambita da chi abita in Nord Europa, e non mi riferisco solo agli scandinavi, ma anche ai tedeschi, agli olandesi, agli svizzeri, che hanno il Monferrato come punto di riferimento e le colline del Gavi come luogo di interesse».*

E Alessandria città?

*«Qualcosa si muove»* spiega Prati, lieto che la freddezza di qualche mese fa si sia un po' mitigata. *«Con il sindaco Cuttica di Revigliasco stiamo conducendo importanti operazioni promozionali, penso ad esempio alle intese con il Comune di Genova o, di recente, con la Russia. Il capoluogo può essere l'hub, la porta d'accoglienza, senza dimenticare che esso stesso ha molto da mettere a disposizione. Prossimamente avremo anche un nuovo lat, un ufficio del turismo al posto dell'attuale Informagiovani, in piazza della Libertà. Saremo dunque centrali, visibili, accoglienti».*

Sulle intese "extraterritoriali" Prati non ha dubbi: *«Sogno un asse con Novara e Vercelli, per valorizzare tutto il Piemonte orientale. L'Università tripolare può essere d'aiuto. E intanto abbiamo stretto legami prima con le Langhe e il Roero e poi con la Lomellina. Io credo molto nel sistema di accordi fra territori».*

Fra le intese prossime a essere siglate (la firma nel 2020), quella che, nel nome del Monferrato, unirà Casale, Acqui e Ovada: un legame che si baserà sull'alimentazione, ma anche su due festival, quello del vino e quello del jazz.

*«Ma non si improvvisa, commissioneremo uno studio specifico per raccogliere dati analitici».* Intanto il consorzio Alexala è cresciuto. Ha 7 dipendenti, un fatturato di 560.000 euro (ottemperando così la Legge Madia che ne impone 500.000) e ha acquisito competenze anche in marketing e comunicazione. L'avvio dell'ufficio stampa è un valore aggiunto necessario.

*«Quello che si ha bisogno saperlo comunicare»* dice Prati. E' fiducioso. Guarda avanti.

Sperando che siano in molti a tirare nella sua stessa direzione. ■



**Pierluigi Prati**  
Presidente Alexala



**Massimo Marengi**  
Responsabile della Direzione  
Territoriale di Novara,  
Alessandria e Nord Ovest

## MASSIMO MARENGHI

# «Noi che siamo la banca del territorio dobbiamo sostenere chi ha buone idee»

di **Roberto Gilardengo**

*«Ci sono tre tappe importanti che testimoniano la nostra evoluzione: il 1838, il 1865 e il 1871. Sono gli anni in cui sono nate rispettivamente la Cassa di Risparmio di Alessandria, la Banca Popolare di Milano e la Banca Popolare di Novara. Sono i tre istituti di credito presenti in provincia confluiti tutti quanti in Banco Bpm. Queste tappe rappresentano la nostra evoluzione ma al tempo stesso spiegano quali sono le nostre radici e confermano la nostra vocazione di banca del territorio».*

Le parole di Massimo Marengi, responsabile della direzione territoriale di Novara, Alessandria e Nord Ovest, sono la sintesi della filosofia del gruppo bancario, che non dimentica il punto di partenza e la storia che, attraverso i secoli, hanno scandito la crescita e l'evoluzione dell'istituto, senza perdere di vista, appunto, la presenza in provincia.

Lo dicono, intanto, le cifre. Gli sportelli Banco Bpm, nell'Alessandrino, nei quali lavorano 412 persone, sono 46. Trentacinque delle quali «sono quelle della "vecchia" Cassa di Risparmio», ribadisce Marengi: «Questo evidenzia la presenza storica - aggiunge - e la nostra diffusione territoriale. Sono i valori pluricentenari che abbiamo e a cui si affianca, ora, la qualità del servizio garantita dalla terza banca italiana. Ci sono radici profondissime e valori che ispirano il nostro comportamento». E poi ci sono le quote di mercato, ad Alessandria il 24%. Meglio vanno solo Novara, con il 30 e Verbania, con il 25: «Una ulteriore conferma - sottolinea Ma-

rengi - che siamo la banca di riferimento in un mondo che è cambiato e che ha obbligato il nostro settore ad adeguarsi».

Il quadro economico provinciale? «A inizio 2018 - è la considerazione del direttore territoriale della banca - abbiamo visto numeri che indicavano una leggera crescita, con un andamento anche migliore rispetto a quello del Piemonte. Nella seconda parte dell'anno, invece, l'incertezza del panorama politico ha portato a un conseguente rallentamento. Posso dire però che segnali incoraggianti ci sono, anche se noto ancora difficoltà nelle aziende a fare investimenti importanti. Per contro, il coraggio di quelli che hanno puntato in questa direzione, scegliendo in particolare il settore tecnologico, è stato decisamente apprezzato. E così ora questi imprenditori si godono i risultati. L'importante, a mio avviso, non è soltanto essere ottimisti ma anche avere, come obiettivo, la crescita costante. Diciamo che la banca è qua proprio per sostenere chi ha buone idee e fare in modo, così, che i risultati siano adeguati ai pensieri. Per percorrere insieme questa strada che è senz'altro in salita, ma proprio per questo motivo è ancora più bella da scalare. I 412 dipendenti della provincia di Alessandria sono molto preparati. Soprattutto, sono vicini ai clienti».

Concludendo: «Rimane un po' di difficoltà, ad esempio nel settore immobiliare, ma oggi le banche hanno più possibilità di offrire finanziamenti. Occorre però che ci siano la domanda e il coraggio di investire». ■

ANTONINO GIUSTINIANI

# Le piccole e medie industrie sono la spina dorsale del paese «Il dovere di evolversi»

di **Marcello Feola**

Antonino Giustiniani, ingegnere di 50 anni, amministratore delegato del gruppo Martinetto [un pool di aziende tessili per la produzione di nastri, tecnici e non, impiegati in ogni ambito industriale] è il presidente di Confapi Industria Alessandria. Ed è stato recentemente confermato per il secondo mandato, fino al 2022.

Presidente, parliamo di Confapi dalle origini ai giorni nostri: quali cambiamenti e quali prospettive?

«Confapi è stata costituita ad Alessandria il 26 maggio 1952. In origine la sua denominazione era Api, cioè Associazione delle Piccole e Media Industrie della provincia. La prima motivazione che sostenne la volontà di un gruppo di imprenditori locali a darne vita fu quella di difendere gli interessi di aziende che non trovavano sufficiente tutela in altre aggregazioni. Furono dei pionieri che, forse, all'epoca neanche sapevano bene cosa fare. Ma ci riuscirono.

Da quel momento, nel corso degli anni, l'Api ha vissuto periodi di grande espansione, fino ad arrivare alle catastrofiche vicende del periodo precedente il 2014, che l'hanno portata alla liquidazione nella sua forma societaria precedente. Grazie all'intervento di Filliberto Martinetto e mio personale, fondatori di Confapi Industria Torino, e alla partecipazione di un gruppo di imprenditori locali, l'Associazione è però rinata come realtà viva e dinamica. E, pur nelle sue dimensioni modeste, partecipa attivamente a tutte le attività del sistema Confapi. Dal 2016 ho il privilegio di ricoprire l'incarico di presidente e, come ho avuto modo di sottolineare durante l'assemblea svoltasi il 5 giugno scorso, siamo in una fase di progressiva crescita. Oggi abbiamo raggiunto l'obiettivo che ci eravamo prefissi e contiamo su circa 200 aziende iscritte, mentre guardiamo in avanti per raggiungere, al termine del mio secondo mandato, il traguardo di 250 adesioni».

Quali sono oggi le sfide di Confapi?

«Le stesse che si trovano ad affrontare le piccole e medie imprese, da tutti definite la spina dorsale del nostro Paese. Sono aziende che hanno la necessità, forse il dovere, di evolversi continuamente per adeguarsi a un mondo che cambia e che mette sempre più alla prova tutto il comparto. Non dimentichiamo poi che, se da un lato le pmi sono spinte ad investire per adeguarsi alle esigenze di un mercato in continua evoluzione, dall'altro devono fare i conti con le risorse, che sono sempre più limitate. Una fra le primarie necessità delle imprese viene indicata dall'adeguamento all'innovazione digitale, che implica il miglioramento dell'organizzazione aziendale per capire dove investire».

Le piccole e media imprese e il territorio alessandrino: come crescere insieme.

«Vorrei essere chiaro: non esiste un tessuto diffuso di aziende alessandrine, ma nuclei territoriali di insediamento e sviluppo ad Alessandria, Acqui, Valenza, Casale oppure possiamo parlare di aziende orafe o metalmeccaniche o chimiche...

Non abbiamo elementi che facciano da legame per tutto il territorio, perché ogni settore ha le sue politiche. Confapi Industria Alessandria associa circa 200 piccole e medie aziende in provincia, distribuite in tutti i settori, con una prevalenza del metalmeccanico.

Le aziende, che occupano 3.900 dipendenti, sono composte per l'80% dal settore manifatturiero e per il restante 20% dai servizi. Per far sì che si possa incrementare il loro numero, è necessario fornire agli imprenditori un supporto competente e professionale, capace di affiancare e sostenere la realtà per farla crescere e aiutarla a competere nel mercato. Ecco la ragione per cui Confapi è davvero la casa delle Pmi». ■



**Antonino Giustiniani**  
Presidente  
Confapi Industria Alessandria



**Costanzo Agnese**  
Presidente Unione Artigiani  
di Alessandria

## COSTANZO AGNESE

# L'analisi del presidente: «Manca il ricambio generazionale»

di **Marcello Feola**

È un'analisi lucida, ma molto chiara, quella che il presidente dell'Unione Artigiani, Costanzo Agnese, fa oggi della categoria: «*La crisi? Sicuramente ha inciso sul nostro mondo - analizza - Ma bisogna vere l'onestà intellettuale di dire che l'artigiano invecchia e non ha lasciato eredi, perché ha fatto studiare i propri figli ed è difficile che siano i dipendenti a proseguire sulla strada tracciata. Purtroppo non c'è più ricambio e tutti sappiamo che almeno il 50 per cento dei mestieri di oggi, tra dieci anni non ci sarà più.*».

L'altra faccia della medaglia potrebbero però essere lavori che attualmente manco ci immaginiamo... «*Guardiamo alla D3, che è la nostra casa. Su 80 capannoni, ce ne sono 20 vuoti. E sono più le richieste per trovare qualcuno che li rilevi, che non gli interessati veri e propri. Ma attenzione: la zona industriale, che negli anni Ottanta era solo artigianale, ora si sta pian piano trasformando in produttiva, e non è detto che sia peggio.*».

Produttiva vuol dire anche startup?

«*Sono sicuramente la novità del momento - risponde Agnese - ma non hanno bisogno di capannoni... Ci sono esigenze ben diverse, a volte addirittura basta un locale di 100 metri quadrati. Ecco perché, a soffrire di più, è stata l'edilizia: avevamo centinaia di realtà di ogni dimensione, hanno resistito in parecchie ma il calo di numeri e di fatturato è evidente.*».

Chi ha tenuto meglio botta alle difficoltà?

«*I servizi in generale: quindi parrucchieri, pettinatrici, il comparto pulizia. Si aprono tuttora delle partite Iva, ma con quali risultati vedremo.*».

Allarghiamo lo sguardo al nostro territorio: il momento più buio è passato?

«*Stiamo ancora vivendo un periodo complicato: nessuno viene ad Alessandria per insediarsi ed*

*è un problema pure per la D3, che non è attrattiva. Abbiamo intavolato discorsi con l'amministrazione per provare a invertire la rotta: è innegabile che occorran incentivi per le zone produttive se si vuole tornare a crescere, visto che nessuno viene in un'area dove non solo ogni cosa è più cara che altrove, ma dove mancano gli elementi base, a cominciare dalla pulizia.*».

Il vostro lavoro quanto è cambiato? A un giovane che si affaccia ai vostri sportelli cosa consigliate? «*Purtroppo chi viene da noi, ormai, è perché è stato lasciato a casa altrove e deve aprire una partita Iva: un iter burocratico il cui costo si aggira intorno ai 300 euro. Il nostro supporto è costante, così come per quelli che ancora 'resistono' e che aiutiamo sia sotto l'aspetto contabile che sotto quello burocratico, che è poi la nostra 'mission'. Inoltre, cerchiamo di aiutarli con interventi di natura finanziaria, mettendoli in contatto con le banche o facendo noi stessi la contabilità: abbiamo le carte in regola, e l'esperienza, per capire cosa non va e cosa no.*».

Come vede un artigiano tra dieci anni? «*Sarà decisamente più tecnologico, ma soprattutto dovrà esser stato capace di 'reinventarsi': non esistendo più il famoso ragazzo di bottega, i mestieri tradizionali spariranno. Ecco, se posso dire un errore della nostra generazione, è stato quello di non aver saputo mantenere e sviluppare la continuità: è stato una sorta di sbaglio generazionale, perché abbiamo voluto a tutti i costi far studiare i nostri ragazzi, che non avrebbero dovuto 'sporcarsi le mani' come noi. Adesso, però, abbiamo fior di professionisti che cercano lavoro e le botteghe che chiudono perché manca la manodopera. Saranno perciò le nuove generazioni a dover inventare l'artigianato 4.0.*».

## BIANCO | VIARENGHI | BRONDELLI DI BRONDELLO

# Il bicchiere non sempre è mezzo pieno, ma l'agricoltura non se la passa poi così male

di **Massimo Brusasco**

Un po' di ottimismo bisogna pur tirarlo fuori, ma spesso si sa che quando si ragiona col mondo agricolo sono soprattutto le criticità a emergere. Il bicchiere di **Mauro Bianco**, presidente provinciale di Coldiretti (7.200 associati), è un po' pieno e un po' vuoto. Esistono motivi di soddisfazione, certo, ma sono soprattutto le problematiche a infittire un'agenda zeppa di spunti, con riferimenti a un settore che, negli anni, è profondamente cambiato, sia nel modo di concepire l'agricoltura che, ovviamente, negli interpreti. Sono mutati anche i problemi. Adesso le criticità sono date dalla cimice asiatica, ad esempio, ma anche da un clima impazzito. Senza dimenticare il "caso prezzi", col frumento che vale una pipata di tabacco, perché condizionato dall'andamento dei mercati internazionali.

Lo spiegano alla Coldiretti. Ma anche Confagricoltura e Cia viaggiano sullo stesso binario, Si parte, da ciò che non va. E si ragiona. «Contro la cimice asiatica, che danneggia in particolare sia la frutta fresca che quella con guscio, è però difficile intervenire» dice Bianco. Le grandinate, soprattutto, la scorsa estate hanno flagellato le colture, in particolare in alcune zone del Casalese. Un guaio non da poco. E i prezzi? Quelli del frumento sono sempre bassi. «Il pane costa 3,20 euro al chilo, di media. Di questa cifra, all'agricoltore vanno 20 centesimi. Un po' poco, non credete?». Boccate d'ossigeno arrivano dalle filiere. «Se si comincia a ragionare in modo globale, si ottengono risultati. Industria e agricoltura possono andare di pari passo. La Novi, con il suo cioccolato, ce lo dimostra, valorizzando i nostri produttori di nocciole. Lavorare insieme è benefico per tutti. Questo bisogna cominciare a capirlo. Lo spiego spesso agli agricoltori che, per formazione, sono tradizionalisti e si rifanno spesso al modo in cui lavoravano i loro padri e i loro nonni. Invece bisogna sapersi modernizzare».

«L'agricoltura alessandrina, in linea di massima, non se la passa male», è la considerazione di

**Paolo Viarengi**, 41 anni, da pochi mesi direttore provinciale della Cia-Agricoltori italiani. C'è una provincia che fa riferimento alla sede di via Savonarola, all'angolo con via Mazzini. Vigna in collina, "dove i terreni non sono abbandonati a bosco", cereali in pianura, ma anche una vasta zona riservata alle colture orticole. «Da Sale a Castelnuovo Scrivia, senza dimenticare Castellazzo Bormida, possiamo contare su importanti aziende che hanno buoni risultati. Questo è molto confortante e aiuta a dire che, complessivamente, non abbiamo una bilancia negativa, anche se alcune piccole attività le abbiamo purtroppo hanno cessato. Secondo me, grano, mais e pomodori da industria sono ancora il traino dell'economia agricola. Nell'Alessandrino, da questo punto di vista, siamo messi bene». Resta però il problema dei prezzi. «In effetti, in alcuni casi sono molto bassi. Mi riferisco naturalmente ai cereali, un problema per il quale ci siamo impegnati in una dura battaglia. Conforta almeno che, rispetto allo scorso anno, la quantità di prodotto c'è». Se un calo si registra, riguarda l'uva. «C'è meno produzione rispetto alla vendemmia 2017, ma, per la qualità, siamo a livelli medio alti e possiamo dirci soddisfatti».

A evidenziare le criticità è soprattutto **Luca Brondelli di Brondello**, presidente di Confagricoltura: «Non mi si parli di ritorno alla campagna, che non è vero. Non c'è un ricambio generazionale, le aziende agricole diminuiscono e i terreni buoni sono tutti occupati». Se ne esce? «Forse solo con gli Stati generali dell'agricoltura, un modo per ragionare insieme, definire priorità e prospettare il rilancio. Gli ultimi Stati generali sono stati fatti 45 anni fa...». Brondelli focalizza l'attenzione su "due tipi di aziende che caratterizzano il nostro territorio". E spiega: «Ci sono quelle che stanno al passo con i tempi, si rinnovano, affrontano i mercati, hanno preparazione adeguate... e allora si salvano. Le altre, che pensano di poter lavorare come una volta, sono destinate a soccombere». ■



**Mauro Bianco**  
Presidente Provinciale  
Coldiretti



**Paolo Viarengi**  
Direttore Provinciale  
della Cia-Agricoltori Italiani



**Luca Brondelli di Brondello**  
Presidente di Confagricoltura

# IL CED E LA D3: IL CED È LA D3.

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



## IERI

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

## OGGI

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

## DOMANI

Sempre più servizi



CED  
Centro Elaborazione Dati  
UNIONE ARTIGIANI s.r.l.

Viale dell'Artigianato 5  
(Zona D3) Alessandria  
Tel. 0131 244211  
Fax 0131 244232  
E-mail: [uniartal@uniartal.al.it](mailto:uniartal@uniartal.al.it)  
[www.cedunioneartigiani.it](http://www.cedunioneartigiani.it)



## La fortuna di avere aziende di eccellenza con l'export fiore all'occhiello della provincia

di **Roberto Gilardengo**

**Vogliamo dirlo?** L'economia della provincia di Alessandria ha sempre tenuto, pur facendo i conti con la crisi che per convenzione si fa partire dal 2008 ma che in effetti è iniziata anni prima. Lo spiegano, intanto, le risultanze delle indagini congiunturali di Confindustria, che sono il termometro della situazione, visto che raccolgono le previsioni delle aziende per il trimestre che verrà.

Sarà, come dice sostanzialmente il presidente degli industriali alessandrini Maurizio Miglietta qualche pagina prima, che «*gli imprenditori hanno avuto la capacità di stare dietro al mercato e di capire il futuro*». Sarà anche la fortuna di avere aziende di eccellenza «che puntano sull'innovazione» e che operano in settori tanto diversi da rappresentare un valore aggiunto di un territorio per nulla omogeneo e quindi ricco come solo le differenze possono fare. Sarà anche la propensione all'export, che è forse la caratteristica principale delle imprese alessandrine, o almeno di alcuni comparti, primo fra tutti quello della gioielleria e delle pietre preziose: «*Un valore aggiunto - spiega Miglietta - che non è paragonabile con nessun altro polo italiano*». Con l'esempio di Place Vendôme, a Parigi «*dove nei negozi tutto quello che luccica viene fatto a Valenza*». Nell'analisi, condotta nel corso di una ventennio e realizzata

prima da Carlo Beltrame e poi da Giuseppe Monighini, si possono leggere le preoccupazioni ma anche le speranze di chi fa impresa. Prendiamo l'esempio, appunto, del 2008.

Nel primo trimestre di quell'anno, si sottolinea «*il passo vivace*» con il quale l'industria provinciale prosegue il cammino intrapreso nei primi mesi del 2006 «*e continuato, con le naturali variabili del percorso, fino a oggi*». Il trend a crescere prosegue anche nei tre mesi primaverili, pur in presenza di qualche incertezza di percorso. Sono però tutti positivi i principali indicatori economici, sia per l'occupazione che per la produzione, che per gli ordini totali e il solito export. In estate, invece, viene registrata una brusca inversione di tendenza rispetto alle indagini dei trimestre precedenti: «*Si vede che la crisi, non solo italiana, - è l'osservazione di Confindustria - morde bene anche nel tessuto industriale provinciale*». Dunque «*si annuncia un'estate fredda*» perché «*la fase stagnante dell'economia nazionale e internazionale induce alla cautela*», tanto che le attese degli imprenditori per il periodo estivo del 2008 «*sono più pessimistiche rispetto a quelle registrate la scorsa primavera e nell'ultimo anno*». E nel quarto trimestre, in definitiva, «*si cambia poco, ma in peggio*». Il momento più difficile si registra però nel primo trimestre del 2009. Scrive l'allora presidente Bruno Lulani agli associati: «*Stiamo attraversando un momento di congiuntura sfavorevole che forse*

*non ha pari negli ultimi quarant'anni»,* come del resto dimostrano i dati del tradizionale report approntato dall'associazione *«così come quelli della rilevazione regionale per il sistema produttivo del Piemonte»*. E *«non è diversa la situazione nazionale, né quella internazionale»*.

Ma il cammino del decennio successivo è proseguito dalla ricerca della luce, al *«miglioramento instabile»*, al ritorno agli ordini, a un altro miglioramento (secondo trimestre 2011) che in definitiva è figlio della determinazione delle imprese. E poi, tra stagnazioni e il perdurare dell'incertezza, arriveranno segnali dai settori eccellenti della provincia alessandrina, come la meccanica, la chimica, la gomma e la plastica e l'alimentare. Poi la crescita si stabilizza.

Riprende la fiducia e si arriva alle indicazioni dell'ultima indagine, presentata a ottobre. Con il trend confermato, *«anche se si affiancano segnali di incertezza»*: colpa di *«uno scenario, nazionale e internazionale, contrassegnato da un clima di fiducia debole»*. Comunque, nell'ultimo trimestre dell'anno, rispetto a quello precedente, risultano sostanzialmente in miglioramento i principali indici che registrano lo sbilancio tra ottimisti e pessimisti, in particolare per la previsione dell'occupazione che è a +1, per quella della produzione che è a +15, per gli ordini totali e per quelli dell'export che sono rispettivamente a +10 e +3. *«Segnali confortanti - come sottolinea il responsabile dell'Ufficio studi, Giuseppe Monighini -, in particolare quello della produzione: nel trimestre estivo era in calo ma il dato, in quel caso, era evidentemente influenzato dalla stagionalità»*.

Buone indicazioni [*«più luci che ombre»*, aveva titolato il 'Piccolo'] erano del resto arrivate dall'ultima Giornata dell'economia organizzata dalla Camera di Commercio alessandrina, nel corso della quale era stato sintetizzato l'andamento del 2018.

In questa analisi, emergono aspetti importanti e dunque da sottolineare. Intanto che la provincia di Alessandria è la prima in Piemonte per il numero delle imprese al femminile. Le attività gestite da

donne, infatti, rappresentano il 23,3% di quelle di tutto il territorio, contro il 22,5 che indica il dato medio regionale. E poi c'è la produzione industriale, che fa segnare il miglior dato del Piemonte, +2,8%, che brilla rispetto alla media piemontese che è al contrario negativa [-0,4%]. In questo caso, il traino arriva dalla media industria, in particolare dal settore della chimica. E infine il commercio estero, che sotto il profilo dell'export segna +5,5%, proseguendo un trend in ascesa dal 2016 e segnando, anche in questo caso, un dato superiore alla media regionale [+0,4].

Dall'occupazione un altro segnale incoraggiante. Come si legge nel focus dell'ente camerale, nel 2018 viene registrato in aumento, rispetto all'anno precedente, dello 0,6%. Questo vuol dire mille occupati in più. Per contro, il tasso di disoccupazione, lo scorso anno, era stato del 10%, quindi inferiore sia al 2017 [11,6] che al 2016 [10,8].

Nei primi tre mesi del 2019, Alessandria vanta ancora lo stesso primato regionale, segnando un valore positivo dell'1,2%: *«Questo è un risultato davvero beneaugurante - sottolinea il presidente dell'ente camerale Gian Paolo Coscia - da tenere in considerazione»*. Altro valore indicativo. Nei primi sei mesi del 2019 si sono registrate 47 aperture di fallimento e questo significa una variazione, rispetto al semestre del 2018, del 6% in meno. Poi c'è l'export, come detto, il fiore all'occhiello del territorio provinciale.

In effetti, nel primo trimestre dell'anno in corso, tutte le province piemontesi hanno registrato tassi di crescita negativi, che concorrono a fissare il -0,71% regionale: *«Il tasso della nostra - fa notare Coscia - che è pari a -0,67, pur essendo anch'esso negativo, è il dato migliore rispetto a quello di tutte le altre zone»*.

Quello che non sembra funzionare, cifre alla mano, è l'industria turistica, che fa registrare una flessione di presenze. Da qui l'invito, partendo dalla necessità di dar corso a una strategia di accoglienza diversa, *«a fare squadra»*. Vale, ovviamente, non soltanto per il turismo.



# La graduatoria provinciale dei fatturati delle principali aziende

La graduatoria dei fatturati provinciali è un "unicum" nato oltre trent'anni fa per iniziativa di Carlo Beltrame, per molti anni responsabile del Centro Studi della Provincia di Alessandria, con all'origine una prima elaborazione addirittura del 1970 "basata sul totale dello stato patrimoniale delle società con sede in provincia". Viene stilata in collaborazione con l'Ufficio Studi di Confindustria Alessandria sulla base delle comunicazioni dalle aziende che offrono la loro volontaria collaborazione (e che si ringraziano) per

integrare i dati disponibili nella primaria autorevole fonte che è Mediobanca ["Le principali società italiane" a cura di Ricerche e Studi Spa] cui si sono affiancate, negli ultimi anni, altre affidabili fonti web. Corretto sottolineare che mancano nomi di aziende provinciali nella graduatoria di Mediobanca e ci possono essere "buchi" anche in questa graduatoria come detto integrata grazie a comunicazioni volontarie di chi ha inteso essere inserito nella graduatoria (e c'è anche chi invece preferisce non essere citato).

AZIENDA	FATTURATO 2018 (in migliaia di euro)
PRYSMIAN, QUATTORDIO	10.105.000
PRYSMIAN CAVI E SISTEMI ITALIA (GRUPPO PRYSMIAN)	326.740
KUWAIT PETROLEUM ITALIA	6.675.677
CONQORD OIL, CASTELLAR GUIDOBONO	74.603
MARCEGAGLIA HOLDING	5.263.480
MARCEGAGLIA SPECIALITES	1.205.340
MARCEGAGLIA BUILDTECH, POZZOLO FORMIGARO	107.667
RIVA FORNI ELETTRICI	3.645.136
RIVA ACCIAIO, NOVI LIGURE	665.728
BUZZI UNICEM, CASALE M.	2.873.453
BUZZI UNICEM (GRUPPO BUZZI UNICEM)	321.112
UNICALCESTRUZZI (GRUPPO BUZZI UNICEM)	192.990
AURELIA, TORTONA	2.264.151
ASTM (GRUPPO AURELIA)	1.637.756
SIAS - Società Iniziative Autostradali e Servizi (Gruppo ASMT)	1.149.633
AUTOSPED G	546.736
SATAP AUTOSTRADA TO-AL-PC	449.737
AUTOVIA PADANA, TORTONA	59.553
ITINERA (GRUPPO AURELIA)	383.188
SALT AUTOSTRADA LIGURE TOSCANA	293.598
AUTOSTRADA DEI FIORI (GRUPPO SIAS)	228.050
MICHELIN ITALIANA, ALESSANDRIA	1.739.644
DAVIDE CAMPARI (GROUP), MILANO, NOVI LIGURE	1.711.700
SOLVAY ITALIA (GRUPPO), BOLLATE, SPINETTA MARENGO	1.549.000
SOLVAY SPECIALITY POLYMERS ITALY, SPINETTA MARENGO	881.634
IMA INDUSTRIA MACCHINE AUTOMATICHE, OZZANO DELL'EMILIA	1.500.371
TELEROBOT, ALESSANDRIA	13.900
UNITED TECHNOLOGIES HOLDINGS ITALY	1.236.937
CARRIER TRANSICOLD ITALIA, ALESSANDRIA	37.811
GRUPPO EPTA, MILANO, CASALE M.	921.319
BTICINO, MILANO, ALESSANDRIA	853.844
KRAFT FOODS ITALIA IP	735.355
MONDELEZ ITALIA, CAPIRIATA D'ORBA	701.319
SMURFIT KAPPA ITALIA, NOVI L.	658.997

AZIENDA	FATTURATO 2018 (in migliaia di euro)
GUALA CLOSURES	543.100
GUALA CLOSURES (GRUPPO GUALA CLOSURES), SPINETTA M.GO	237.419
BCUBE HOLDING, CASALE MONFERRATO	506.009
LAMBERTI, VIGUZZOLO	502.574
ITALCEMENTI	483.143
CALCESTRUZZI, ALESSANDRIA, ARQUATA S.	154.294
ARKEMA SRL, SPINETTA M.GO	473.340
ROQUETTE ITALIA, CASSANO SPINOLA	420.929
BULGARI GIOIELLI, VALENZA	417.226
GRUPPO LAMINAZIONE SOTTILE, NAPOLI, SPINETTA M.	321.507
GALE SRL, CASTELNUOVO S.	317.880
DIMO (VIPIANA), CASALE M.	299.333
KME ITALY, SERRAVALLE SCRIVIA	296.179
GUALA & C. (CONSOLIDATO)	292.149
GUALAPACK, CASTELLAZZO B.	262.723
PPG ITALIA SALES & SERVICES, QUATTORDIO	275.408
PPG ITALIA BUSINESS SUPPORT	32.157
CEDACRI, CASTELLAZZO BORMIDA	256.760
ALFI SRL, CASALNOCETO	252.505
VIBAC, TICINETO	245.350
DMG MORI ITALIA	211.280
GILDEMEISTER ITALIANA	109.401
GRAZIANO, TORTONA	54.700
ALPLA ITALIA (CONSOLIDATO), TORTONA	199.472
ALPLA ITALIA	130.622
ELTEK GROUP, CASALE M.	183.858
ELTEK, CASALE M.	127.942
GRUPPO ICE (CONSOLIDATO)	180.150
PRODOTTI CHIMICI E ALIMENTARI, BASALUZZO	95.366
METLAC, BOSCO MARENGO	179.916

AZIENDA	FATTURATO 2018 (in migliaia di euro)
BOBST ITALIA, SAN GIORGIO M.TO	169.786
HME BRASS ITALY, SERRAVALLE S.	167.259
RESTIANI, ALESSANDRIA	155.021
ESSEX ITALIA	153.750
ESSEX ITALY, QUATTORDIO	142.602
ELANTAS EUROPE, QUATTORDIO	146.141
DAMIANI-CASA DAMIANI, VALENZA	144.173
LABORATORIO DAMIANI	15.695
ELAH DUFOUR, NOVI LIGURE	142.979
PLUS VALENZA SRL, VALENZA	142.730
PAGLIERI, ALESSANDRIA	132.596
PAGLIERI	125.640
LEONI ITALY, FELIZZANO	119.576
DEMO, CASALE M.	116.236
G&A SPA, CASTELNUOVO S.	97.331
LOMBARDI METAL RECYCLING, BOSCO MARENGO	93.230
ALESSANDRIA AUTO, NOVI L.	85.019
BOERO BARTOLOLOMEO, GE, RIVALTA S.	82.436
NUOVA SOLMINE, SERRAVALLE SCRIVIA	81.180
RASELLI FRANCO, VALENZA	79.791
HUHTAMAKI FLEXIBLES ITALY, CARBONARA S.	71.654
CRIVELLI, VALENZA	71.577
FARMACISTI ASSOCIATI PIEMONTE, SOLERO	65.981
IMPRESA TRE COLLI, FIDENZA, CARROSIO	65.730
MINO, ALESSANDRIA	65.512
ALBASIDER, VILLALVERNIA	65.146
GRUPPO SUTTER, BORGHETTO BORBERA	63.951
GRUPPO IBL	62.376
IBL, CONIOLO	43.488
I-PAN, CONIOLO	32.900
GUALA DISPENSING ITALIA, ALESSANDRIA	60.616
ACCIAI DI QUALITÀ, VIGNOLE BORBERA	59.430
BISIO PROGETTI, ALESSANDRIA	59.078
ECOSPRAY TECHNOLOGIES, ALZANO S.	56.360
SINELEC, TORTONA	56.060
BANFI, STREVI	53.270

AZIENDA	FATTURATO 2018 (in migliaia di euro)
RAPETTI FOODSERVICE, ACQUI T.	51.564
GRISSITALIA, ALESSANDRIA	51.125
ROLANDI AUTO, ALESSANDRIA	49.916
AZIENDA METALLI LAMINATI, QUARGNENTO	49.293
INTERPORTO RIVALTA SCRIVIA, TORTONA	48.245
LINGOTTO, VALENZA	46.800
RISERIA GIOVANNI VIGNOLA, BALZOLA	46.784
ZERBINATI, BORGO SAN MARTINO	46.553
VITOP MOULDING, ALESSANDRIA	46.530
GRANDIAUTO, ALESSANDRIA	45.925
PIZZORNI, PREDOSA	44.578
ALEGAS, ALESSANDRIA	44.463
AMAG RETI IDRICHE, ALESSANDRIA	21.025
AMAG RETI GAS, ALESSANDRIA	6.556
CARTIERA DI BOSCO MARENGO	43.360
GIOIELLI DI VALENZA	41.776
ARGO COSTRUZIONI INFRASTRUTTURE, TORTONA	41.124
NOVA (MOLINI VALENTE), FELIZZANO	40.666
GRASSANO, PREDOSA	39.713
LAGOR, ALESSANDRIA	39.209
GRIGNOLIO & C., CASALE M.	39.027
RESICAR, SPINETTA M.GO	38.030
CASA VINICOLA COSTANZA, OVADA	37.435
MECOF, BELFORTE M.	36.461
INTERNATIONAL TIN PLATE, NOVI LIGURE	35.569
GRUPPO COPPO	35.500
NUOVA ELETROFER, OCCIMIANO	32.600
EUROIMPIANTI, TORTONA	34.297
STAR, ALESSANDRIA	34.211
COLD CAR, OCCIMIANO	34.192
SANDENVENDO EUROPE, CONIOLO	33.907
VUEMME, QUARGNENTO	33.234
POMPE GARBARINO, ACQUI TERME	32.778
COOPERATIVA SOCIALE BIOS, ALESSANDRIA	31.958
ECOPROGRAM FLOTTE, ALZANO SCRIVIA, CASEI GEROLA	31.489

AZIENDA	FATTURATO 2018 (in migliaia di euro)
DRADURA ITALIA, CONZANO	30.304
VISAUTO, TORTONA	30.040
AMC (CONSOLIDATO)	29.517
AMC AZIENDA MULTISERVIZI CASALESE, CASALE M.	16.941
ENERGICA, CASALE M.	17.901
SPECIALACCIAI, NOVI L.	29.522
MECAL, FUBINE	29.355
SCHIAVETTI LAMIERE FORATE, STAZZANO	28.206
MINETTI ANGELO, CASALE M.	27.952
BAGLIETTO, NOVI L.	27.931
KIMONO, ALESSANDRIA	27.737
TRASGO, QUATTORDIO	27.621
CAVICORE, CERRINA M.	27.182
PLASTIPOLIVER, TAGLIOLO	26.423
PLASTIPOL, OVADA	8.602
VEPAL, ALESSANDRIA	26.341
LA CENTRALE DEL LATTE, ALESSANDRIA	25.970
GMET, VALENZA	25.674
AL.VI.PEL., ALESSANDRIA	25.503
GRUPPO HOLDIM, SERRALUNGA DI CREA	25.075
DIMSPORT	13.925
S.I.F.E.L., SPIGNO	25.026
SLI SOCIETÀ INTERNAZIONALE LUBRIFICANTI, VIGNOLE B.	24.300
TERREAL ITALIA, VALENZA	23.808
ALLARA, FRASSINETO PD, CASALE M.	23.039
TORREFATTORI ASSOCIATI, SERRAVALLE S.	23.546
BIOINDUSTRIA, NOVI LIGURE	23.485
ALBÉA TUBES ITALY, TORTONA	22.932
GARLANDO, POZZOLO F.	22.692
SRT, NOVI L.	22.508
PASQUALE BRUNI, MILANO, VALENZA	20.660
EUROMAC, VILLANOVA M.	20.400
MARENZANA, NOVI L.	20.273
ACOS ENERGIA, NOVI L.	20.230
GESTIONE AMBIENTE, TORTONA	16.315
CASA DI CURA VILLA IGEA, ACQUI T.	20.154
CONS.COM. ACQUEDOTTO DEL MONFERRATO (SEDE MONCALVO)	20.029
LOMBARDI, VALENZA	20.006
SEA SEGNALETICA STRADALE, TORTONA	19.878
IMET, SERRAVALLE S.	19.858

AZIENDA	FATTURATO 2018 (in migliaia di euro)
NUOVE COSTRUZIONI, VIGONZA	19.673
CO.VE.MI., ALESSANDRIA	19.571
SCOTTI METALLI, FRUGAROLO	19.471
VEZZANI, OVADA	19.284
LINCLALOR, VILLANOVA M.	19.216
BUNDY REFRIGERATION, BORGHETTO B.	19.197
COLLINO E C., ACQUI T.	18.943
COLLINO COMMERCIO	9.554
EMMEBIESSE, CASALE M.	18.053
CHANTECLER, VALENZA	17.931
MIRCO VISCONTI, VALENZA	17.821
BONINO, ALESSANDRIA	17.772
ABAZIA, MASIO	17.536
ENERGY WAVE, ALESSANDRIA	17.523
VPA VILLA PEDEMONTE ATELIER, VALENZA	17.327
GIUSO GUIDO, BISTAGNO	16.969
GIORGIO VISCONTI, VALENZA	16.706
LA SUISSA, ARQUATA SCRIVIA	16.487
PLASSON ITALIA, SERRAVALLE S.	16.474
ROLLA TRAVERSO & STORACE, TORTONA	16.364
PANELLI, ALESSANDRIA	16.044
GLOBAL TUBE, TORTONA	15.823
PRISMA GROUP, BASALUZZO	15.817
FAPAT, OVADA	15.583
CAMPARO AUTO, ACQUI T.	15.421
TUBI GOMMA TORINO, MIRABELLO M.	14.820
SO.TRA.F. DI MARGUATI & C., TORTONA	14.538
INCOPLAS ITALIA, VIGNOLE BORBERA	13.595
PASTORFRIGOR, TERRUGGIA	13.927
RIVALTA EUROPEAN DISTRIBUTION CENTER, TORTONA	13.669
BEVCO, CASTELLETTO M.	13.621
C.V.L. MACCHINE SPECIALI, FUBINE	13.557
TRA.N.SIDER, NOVI L.	13.392
POLIRESIN, POZZOLO F.RO	13.204
EURONUMA, QUARGNENTO	13.112
ELETTROMECCANICA BOVONE, OVADA	13.081
CETIP, ACQUI T.	12.912
COSMO, CASALE M.	12.294

**AUTOMATION**  
Assembly Lines

High Speed  
**ASSEMBLY** Cell

**MOULDS**  
for thermoplastic



GEFIT AUTOMATION  
ALESSANDRIA- ITALY  
T. +39 0131 204411  
info@gefitmail.com

GEFIT MOULDS & ASSEMBLY  
FUBINE Monferrato- ITALY  
T. +39 0131 792 822  
mouldassembly@gefitmail.com

GEFIT NORTH AMERICA  
DETROIT - USA

GEFTECH  
TATABANYA - HUNGARY

GEFIT Sales Offices  
MOSCOW - RUSSIA

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

GEFIT INDUSTRIAL TECH.  
DALIAN - PRC

GEFIT INDIA TECH.  
PUNE - INDIA

GEFIT Sales Offices  
BEIJING - PRC

AZIENDA	FATTURATO 2018 (in migliaia di euro)
RAMAPLAST, CASTELNUOVO S.	12.256
TOMATO FARM, POZZOLO F.	12.019
VULKAN ITALIA, NOVI L.	11.944
IM.E.B., ACQUI T.	11.757
S.I.R.T., TORTONA	11.714
CTE COSTRUZIONI TECNO ELETTRICHE, ACQUI T.	11.472
LENTI & VILLASCO, VALENZA	11.275
KEMIKA, OVADA	11.163
LEGNOPACK, CASALE M.	11.156
Q.S.ABRASIVI MARENGO, BOSCO M.	11.155
C.G.S., VALENZA	11.139
REPETTI, CASALE M.	11.098
MONDIAL FRAMEC, MIRABELLO M.	10.940
CASALINO CARTA, ROCCAGRIMALDA	10.869
S.C.M., MURISENGO	10.847
ROMANI & C., GENOVA, POZZOLO F.RO	10.828
ZIMETAL, SOLERO	10.755
RAVETTI, FRASSINETO PO	10.736
BORDENAVE, OVADA	10.726
T.G.M., MASIO	10.702
CANTINE VOLPI, TORTONA	10.560
YUPRO ITALIA, NOVI LIGURE	10.403
PESCE, ALESSANDRIA	10.326
RE-ALL, SOLERO	10.249
INGRAMATIC, CASTELNUOVO S.	9.923
BAOMETAL, POZZOLO F.	9.780
AL.P.A.S., SOLERO	9.751
ALBRO, BORGHETTO BORBERA	9.650
SILCAM, CASALE M.	9.557
BORGOGGIO, FRUGAROLO	9.550
OMT, TORTONA	9.526
AMAG MOBILITÀ, ALESSANDRIA	9.489
ALGIS, CASALE M.	9.330
COFI EUROPE, BORGO SAN MARTINO	9.250
GAVIO E TORTI, TORTONA	9.223
OTS ASSEMBLY, ALESSANDRIA	9.222
TECPPOOL, CASALE M.	9.220
SERRA INDUSTRIA DOLCIARIA, NOVI LIGURE	9.141
BOGGERI, CABELLA LIGURE	9.073
MYFAMILY, VALENZA	9.040
PICCHIOTTI, VALENZA	9.033
GCL PHARMA, ALESSANDRIA	8.965
AGOPAG, ALESSANDRIA	8.964

AZIENDA	FATTURATO 2018 (in migliaia di euro)
RICCARDI, CASALE M.	8.934
RAEL MOTORI ELETTRICI, PREDOSA	8.669
LECHNER, ARQUATA SCRIVIA	8.735
MOPLA, CARONARA S.	8.539
POZZOLI, ALESSANDRIA	8.500
CONSORZIO DELL'OPIFICIO, VIGNOLE B.	8.391
AZ SERVIZI & LOGISTICA, NOVI L.	6.097
BIG BAG, VALENZA	8.010
LAN SERVICE, CASALE M.	7.980
CUVAGE, ACQUI T.	7.920
PUCCIPLAST, QUARGNENTO	7.899
DISTILLERIA SCARDINA, MONLEALE	7.745
IMERYS MINERALI, GAMALERO	7.515
VE.CO, QUATTORDIO	7.425
DE.NA., CASALE M.	7.409
ITALVALV, BASALUZZO	7.380
IMPRESA PAROLDI GIUSEPPE, PONTI	7.358
SOVATEC INDUSTRIALE, STAZZANO	7.308
MAZZETTI D'ALTAVILLA, ALTAVILLA MONFERRATO	7.291
SIOF DISTRIBUZIONE PIGMENTI, POZZOLO F.	7.140
SIOF SOC. ITALIANA OSSIDI FERRO	5.760
NEWLAST ITALIA, TORTONA	7.121
GOLDEN SHAPES, VALENZA	7.063
FORNACE CALANDRA, OTTIGLIO	6.790
IDA, S.GIULIANO NUOVO	6.663
MGA DI SCARSI, BELFORTE	6.659
AUTOCHIM, TORTONA	6.581
FRAMEC TRUCK, OCCIMIANO	6.436
MIX OCCIMIANO	6.207
NOVILSIME IMPIANTI, NOVI L.	6.140
AIRCOM, NOVI LIGURE	6.104
TRAFILATI, POZZOLO F.	6.045
GIMAR, OCCIMIANO	5.995
RCM, VALENZA	5.958
CALLEGHER GIOIELLI, VALENZA	5.850
GRAFOPLAST, PREDOSA	5.849
DISTILLERIE MAGNOBERTA, CASALE M.	5.730
BERTONE SEMENTI, TERRUGGIA	5.720
CN CONTINENTAL, TORTONA	5.520
NOTARIANNI, ALESSANDRIA	5.470
MONTAGGI E IMPIANTI, SALE	5.405
CAMELTECH, CERSETO	5.298
FIOCCHI BOX, PONTECURONE	5.240
FIA-TRAC, TORTONA	5.228

# pucci, la crescita sostenibile



Pucciplast continua a investire nei suoi fattori fondamentali: innovazione tecnologica e di prodotto, know-how, servizio e creatività tipicamente italiani. Con una attenzione particolare al risparmio idrico e alla eco-compatibilità, come riconosciuto dall'Oasis Green Innovation Award che è stato assegnato, per il 2019, proprio all'azienda Piemontese.



CASSETTE  
**PUCCI**®

stile e tecnologia italiani  
[www.pucciplast.it](http://www.pucciplast.it)

# La lunga storia di un brand che nel mondo vuol dire Alessandria

di **Roberto Gilardengo**

Dici Borsalino e tutti pensano ad Alessandria. La storia della città e del cappellificio si sono incrociate per qualcosa come 162 anni, tanti sono quelli che può vantare l'azienda fondata da Giuseppe Borsalino, che il 4 aprile del 1857 avvia nel capoluogo provinciale un laboratorio destinato a conquistare il mondo e che nel 1914 arriva a produrre fino a 2 milioni di cappelli. La storia, sempre, ci racconta della difficile successione di Giuseppe, quando alla sua morte l'erede designato, Teresio, viene osteggiato dal cugino Giovanni, figlio di Lazzaro, che inaugura una nuova fabbrica usando il nome di famiglia. Anni di dure battaglie commerciali, ma alla fine la spunta Teresio e il nome Borsalino torna a essere suo. Ci racconta anche della straordinaria crescita nel mercato statunitense, dove i feltri realizzati ad Alessandria vengono indossati dallo starsystem hollywoodiano. Un fotogramma su tutti: Humphrey Bogart e Ingrid Bergman nell'indimenticabile scena finale di Casablanca. E che dire di Robert Redford che si presenta alla porta della

manifattura di Alessandria [si trovava in Germania per lavoro] perché vuole «il cappello di *Maestroanni*»? (un Fedora di colore nero indossato nel film 8 e mezzo). La storia ci racconta però anche della crisi del mercato, dell'alternarsi di proprietari e della discussa sentenza di fallimento pronunciata, al termine di vicissitudini giudiziarie, dal tribunale di Alessandria, ma anche della svolta: il salvataggio, nel luglio dello scorso anno, dello storico brand, dello stabilimento e dei posti di lavoro, grazie all'offerta di Philippe Camperio (nella foto), l'attuale proprietario, che vince l'asta mettendo sul tavolo 6.5 milioni di euro. Camperio è un imprenditore italiano proprietario di Haeres Equita e da tre anni aveva scommesso e investito su quel mito che non può morire: «*Si punta sui nuovi mercati come l'Asia e anche agli Stati Uniti. Nei negozi c'è la prima collezione che caratterizza questa strategia*». Oggi i cappelli prodotti ad Alessandria vengono distribuiti nelle 9 boutique monomarca e nei circa 550 punti vendita distribuiti in tutto il mondo. ■

## ANNO DI FONDAZIONE

1857

## FATTURATO 2018

18 milioni di euro

## DIPENDENTI

135

## SETTORE

Abbigliamento



# Quella fragranza inconfondibile il cui segreto è custodito in cassaforte

di **Roberto Gilardengo**

Anche per Paglieri vale il discorso di Borsalino: vuol dire Alessandria. Lo racconta intanto la storia di un'azienda che è sempre più leader in Italia nel settore della profumeria e della cura del corpo, con un indirizzo che la proprietà intende seguire con particolare convinzione: affiancare la tradizionale linea personal care ai prodotti per la casa.

Torniamo alla storia. Nel 1876 Lodovico Paglieri eredita la piccola profumeria di via Mazzini dal padre, che commerciava in belletti, parrucche e profumi e ha l'idea di avviare la produzione di prodotti a nome Paglieri in un piccolo laboratorio nella centralissima piazza Vittorio Emanuele, oggi della Libertà. Si rivelò un'intuizione geniale, il successo fu immediato e la svolta arrivò negli anni Venti del secolo scorso quando fu intrapresa su larga scala la produzione di profumi e di colonie come l'Olio e l'Acqua di Marengo. Nacque allora Felce Azzurra, la fragranza che rende Paglieri famosa nel mondo e la cui composizione chimica, che prevede più di

100 ingredienti, è tuttora custodita in cassaforte: è contenuta in un prezioso taccuino appartenuto al bisnonno, che viene tramandato di generazione in generazione. Il trasferimento all'attuale stabilimento, che occupa un'estensione di 76mila metri quadri, alla periferia del capoluogo, è un'altra svolta. Come lo sarà, più di recente, la decisione di puntare all'innovazione, scelta premiata lo scorso anno allo Smau di Milano. Sintetizzando, consiste nell'aver creato una sorta di fabbrica nella fabbrica, con macchinari sofisticati - per i quali la società ha pianificato un investimento di 10milioni di euro - che consentono un collegamento non soltanto elettronico, ma anche fisico, con la vicina Agopag, per trasferire i pezzi che vanno alla produzione. Avviene grazie a un tunnel e a un nastro trasportatore, ma soprattutto con il controllo di un robot. L'ultima innovazione è la nuova linea Bio di Felce Azzurra. Il futuro che prende forma (e fragranza) dal passato. ■

## ANNO DI FONDAZIONE

1876

## FATTURATO 2018

126 milioni di euro

## DIPENDENTI

130

## SETTORE

Profumeria e prodotti per la casa





## ANNO DI FONDAZIONE

1953

## FATTURATO 2018

26,2 milioni di euro

## DIPENDENTI

54

## SETTORE

Lattiero-caseario

## La garanzia di avere in casa un prodotto tutto alessandrino

di **Marcello Feola**

La Centrale del Latte di Alessandria e Asti è una società per azioni che ha sede e stabilimento di produzione ad Alessandria. Ogni anno raccoglie, lavora e vende quasi 15 milioni di litri di latte fresco e panna e distribuisce circa 400 diversi prodotti.

È stata, anche, tra le prime realtà italiane a definire un rigido disciplinare tecnico che regola la filiera di produzione e fa sì che da oltre 60 anni il viaggio del latte inizi ogni giorno in cascine selezionate del Piemonte.

L'azienda nasce nel 1931 come cooperativa per volontà di una decina di allevatori della provincia di Alessandria particolarmente impegnati nell'attività di sviluppo della zootecnia locale e sensibili alla valorizzazione di un prodotto genuino, completo e di altissima qualità nutrizionale, quale il latte fresco. Nel 1953, poi, i fondatori presero una storica e lungimirante decisione che diede una svolta determinante al settore della produzione lattiero-casearia locale: venne costituita infatti la Nuova Centrale del Latte, società per azioni a capitale misto, che si impegnò subito a realizzare l'attuale sede di viale Ennio Massobrio, inaugurata il 10 ottobre 1954.

I costitutori della nuova società erano gli allevatori riuniti in Cooperativa, i rivenditori, l'Istituto Bancario San Paolo di Torino e il Comune di Alessandria.

In occasione del rinnovo della convenzione con il Comune, nel 1980, la Centrale cambia nome e diventa la Centrale del Latte di Alessandria fino al 1987 quando, in occasione dell'acquisizione della Centrale Comunale di Asti, entrano nella compagine associativa anche il Comune e la Provincia di Asti: il nome dell'azienda diventa quindi Centrale del Latte di Alessandria e Asti Spa e oggi vede come soci diversi allevatori alessandrini - ovvero quelli riuniti nel Centro

cooperativo raccolto latte - l'azienda Pederbona e altri piccoli che detengono oltre il 66% delle quote; la cooperativa cuneese Piemonte Latte con il 18,50%; il Comune di Alessandria con il 10,35%; Frasccheri Spa con il 3,08%; Banco Bpm con lo 0,83%; il Comune di Novi Ligure con lo 0,46%.

Da allora la realtà ha visto crescere progressivamente la propria diffusione sul territorio di riferimento e oggi raggiunge anche il mercato di Savona con il marchio Latte Mu e quello di Viareggio con il marchio Mi' Latte.

«Qualità, tutela del lavoro e rispetto dell'ambiente sono i pilastri del nostro agire - commenta il presidente della Centrale del Latte di Alessandria e Asti, Gian Paolo Coscia [nella foto] - e le scelte che facciamo ogni giorno lo confermano: il nostro latte è il prodotto della cooperazione tra 19 famiglie di allevatori esclusivamente piemontesi, selezionati con cura; assicuriamo una sicurezza economica e di vita a 54 dipendenti e quasi 60 distributori; negli ultimi anni abbiamo investito in innovazione tecnologica quasi 6 milioni di euro, perseguendo obiettivi di efficienza e sostenibilità delle produzioni. Ora occorre proseguire su questa strada per cogliere al meglio i trend positivi e affrontare le tante sfide che convergono sul mercato del latte e dei suoi derivati, orgogliosi della nostra storia e di ciò che abbiamo costruito in questi anni».

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





## Erano quattro amici al bar che con le nocciole hanno cambiato il mondo

di Massimo Brusasco

Erano quattro amici al bar, o probabilmente in un nocciolatoio, e volevano cambiare il mondo. Nel loro piccolo lo hanno fatto, partendo da un paese piccolo nel numero degli abitanti e nelle lettere del nome: Lu.

Era il 1995. Nel 2018, Lu è diventato Lu e Cuccaro Monferrato, dopo la fusione col comune limitrofo, e il nucleo originario si è ingrandito notevolmente, coinvolgendo una trentina di realtà, contando sull'apporto di 5 dipendenti che si affiancano ai 5 soci, e raggiungendo un fatturato di circa 600.000 euro. Il tutto ragionando di nocciole.

Ferdinando Trisoglio detto Dino è uno dei primi ad avere creduto nella coricoltura.

Ha intuito che i vigneti sono un bell'affare per il Monferrato ma, probabilmente, non la garanzia di futuro prospero.

È cominciata così, dunque, con quegli agricoltori a immaginarsi un domani. La Festa dell'uva, che caratterizzava il settembre luese, è andata in pensione esattamente come molti vignaioli. Il mercato ha imposto regole e novità, e ha fatto aguzzare l'ingegno.

Corilu è nato su queste basi. Era una semplice associazione, nel 1995, appunto. Dieci anni dopo divenne consorzio.

Poi una crescita costante, fino all'accordo con la Novi, industria che si prende le nocciole per il suo cioccolato e offre garanzie e denaro a produttori luesi, cuccaresi e conzanesi che, nel frattempo, hanno cominciato a convertire i vigneti in nocciolati, puntando sulla qualità che, comunque, era [ed è ancora per i sopravvissuti] una caratteristica del vino locale. Ora anche dal Novese e dal Tortonese, dall'Acquese e dal Valenzano [una trentina di produttori, complessivamente] hanno come punto di riferimento lo stabilimento di regione

Fontanino, dove c'è la sede di Corilu, governata da cinque soci che, oltre a Trisoglio, sono Luisa Meda, Furio Giuseppe Meda, Giuseppe Manfredi e Giorgio Verri, cognomi che, gira e rigira, sono tra quelli che trovi con più frequenza nell'archivio della popolazione di Lu.

La Novi viene quassù e fa incetta di nocciole reduci dagli essiccatoi. Il tutto finisce nelle creme spalmabili e in quelle delizie ben note a chi ama i dolci.

Ma fino a quando durerà questa filiera?

«Ancora per molto, credo, perché sembra incredibile ma manca la materia prima a livello mondiale» dice Trisoglio, per far capire che, per tanti nocciolati impiantati, altrettanti sarebbero necessari. Sempre ammesso che si voglia puntare sulla nocciola piemontese, «apprezzata da chi vuole prodotti di alta gamma».

I numeri aiutano a capire: «La Turchia produce 7 milioni di tonnellate di nocciole all'anno, noi italiani siamo a 200.000. Volendo fare paragoni, noi siamo il cappuccino della colazione del mattino, e non andiamo oltre».

E ancora: «La Ferrero di Alba sono 25 anni che impianta nocciolati in mezzo mondo, dal Cile al Sud Africa, dall'Argentina all'Europa dell'Est, sempre in aziende di 500 ettari. Significa che di nocciole c'è molto bisogno».

Con un'avvertenza: «Tra le nocciole di collina e quelle di pianura c'è una sostanziale differenza in fatto di qualità».

Adesso, nella piana, mettono i nocciolati dove c'erano i pioppeti e, grazie all'irrigazione, riescono a produrre 30 quintali all'ettaro, contro i nostri 15. Ma volete mettere la bontà delle nostre nocciole? Non servono molte descrizioni: basta assaggiare le une e le altre e fare il confronto». ■





## ANNO DI FONDAZIONE

1998

## FATTURATO 2018

543 milioni di euro

## DIPENDENTI

4700

## SETTORE

Chiusure di sicurezza

## Partire alla conquista degli Usa con il tappo "connesso"

di **Roberto Gilardengo**

Partiamo dalle cifre. Guala Closures ha 4.700 dipendenti, opera in 5 continenti attraverso 29 stabilimenti produttivi e commercializza in oltre 100 paesi. Il gruppo vende oltre 15 miliardi di chiusure ogni anno e il fatturato del 2018 ha toccato 543 milioni di euro. Puntando allo sviluppo del business e all'innovazione tecnologica, l'azienda è quasi naturalmente un punto di riferimento mondiale nella produzione di chiusure di sicurezza per alcolici ed è leader in quella delle chiusure in alluminio per superalcolici, vini e bevande. Inoltre, dall'agosto dello scorso anno, la Guala Closures Spa è quotata in borsa al segmento Star e lo scorso mese è entrata all'interno dell'indice Ftse Italia Mid Cap. Dunque una multinazionale che ha mantenuto la testa ad Alessandria, dove ha sede lo stabilimento forse più importante, alla periferia della zona D5, tra Spinetta Marengo e Castelceriolo.

Una delle ultime tappe, sulla strada dello sviluppo del business, è l'accordo con la Cina, sottoscritto di recente dopo un incontro ad Alessandria con una delegazione guidata dal vicesindaco della municipalità di Luzhou, Fu Xiaoping e da Ruiyuan Sun, presidente e amministratore delegato della Hicap, il secondo produttore cinese di chiusure per liquori: «Una collaborazione che sta andando avanti - spiega Marco Giovannini, presidente e ad di 'Closures' - ben sapendo che la Cina, oltre a non essere vicina, ha le proprie regole e, in ossequio alla sua storia millenaria, procede con tempi diversi dai nostri. Insomma, siamo su una strada non liscia ma su cui abbiamo intenzione di proseguire».

L'innovazione? È testimoniata dalla linea di tappi connessi NeStgate, che l'azienda ha presentato il mese scorso al salone Luxe Pack di Monaco. Si tratta di una tecnologia intelligente

destinata a rivoluzionare il rapporto tra consumatore e produttore, cioè letteralmente di 'leggere' il contenuto della bottiglia grazie al proprio smartphone: informazioni sul prodotto, consigli per la degustazione, giochi, promozioni e social media.

La linea, che comprende, al momento, sette tappi per vino, liquori e olio d'oliva, rende particolarmente orgoglioso Giovannini: «Questo sistema - sottolinea - è oggi unico al mondo e può davvero rappresentare il futuro del packaging. E' la direzione da seguire». Uno di questi modelli di chiusure connesse è già stato scelto dal gruppo Pernod Ricard. Questa estate, il tappo NeStgate è stato utilizzato su circa 300mila bottiglie di Malibu, prodotte in edizione limitata e distribuite in Ohio e Texas.

Curiosità: avvicinando lo smartphone al tappo, si ha la possibilità di partecipare ai giochi a premi di Malibu Games.

Anche la casa vinicola californiana Böen ha da poco adottato la prima capsula in alluminio con questa tecnologia: darà la possibilità, toccando il tappo con il cellulare, di scoprire le vigne e ricevere consigli sui cibi da abbinare: «Siamo partiti negli Stati Uniti - confessa l'amministratore delegato - perché la tecnologia è migliore e il consumatore è più educato a usarla. Produciamo il tappo completo in Italia e il microchip nel nostro centro ricerche in Lussemburgo, paese in cui abbiamo trovato terreno fertile: presentato il progetto, in tre mesi abbiamo ottenuto l'approvazione e i finanziamenti. Non è propriamente quello che accade in Italia...». Intanto ci sono già un paio di milioni di ordini: «Per essere qualcosa di rivoluzionario - conclude Giovannini - è una buona partenza». ■

# Solo con una lunga storia alle spalle si può produrre il packaging del futuro

di **Roberto Gilardengo**

È una storia che comincia nel 1954, ad Alessandria, quando il cavalier Angelo Guala crea una piccola azienda per la lavorazione delle materie plastiche, che nel giro di pochi anni si indirizza al settore delle chiusure di garanzia per le bevande alcoliche. È in quel periodo che nasce il tappo anti-contraffazione, quello che impedisce di intervenire sul contenuto della bottiglia ai danni di chi produce. Una sorta di uovo di Colombo che fa decollare la società. Già nel 1965 la Guala serve il 25% del mercato liquoristico italiano, con una produzione di circa 30 milioni di chiusure all'anno e subito dopo punta ai mercati internazionali. È però nei decenni successivi, con la trasformazione di società di capitali, che si sente l'esigenza di differenziare alcune attività e la produzione: accanto alle chiusure di garanzia si realizzano bag in box per il vino, contenitori flessibili per bevande, dispenser per il dentifricio e nebulizzatori per i prodotti per la casa. Nel 1986 nasce Gualapack, che negli ultimi decenni ha costruito la sua leadership di mercato offrendo diverse soluzioni

di imballaggio flessibile e stampaggio a iniezione, fino alla realizzazione delle linee di riempimento, sviluppate combinando le migliori tecnologie con un know how approfondito. È leader a livello mondiale nelle buste stand up preformate con cannucchia per applicazioni alimentari e non. Offre ai suoi partner quattro linee di produzione dedicate a soluzioni di imballaggio e ai singoli componenti (laminati, tappi, eccetera). A queste si aggiungono capacità innovative che consentono di dare forma all'imballaggio 'crossover' del futuro. Lo stabilimento principale resta in zona Micarella, a Castellazzo Bormida (più altri due in Italia), ma ci sono sedi produttive in Ucraina, Romania, Brasile, Cile, Costa Rica, Messico, Stati Uniti e Cina. Una presenza diventata davvero globale. E una crescita che può essere un obiettivo «solo se raggiunta in modo sostenibile». Per questo l'azienda si impegna nel ridurre l'impatto ambientale nel suo processo produttivo, grazie a imballaggi innovativi e a sistemi di produzione sostenibili. ■

## ANNO DI FONDAZIONE

1986

## FATTURATO 2018

270 milioni di euro

## DIPENDENTI

2000

## SETTORE

Imballaggi e packaging



## GUALA DISPENSING ALESSANDRIA

# L'innovazione guarda agli spruzzatori e l'azienda punta sulla sostenibilità

di **Roberto Gilardengo**

Nel 1997 nasce Gualadispensing, di cui fa parte Bisio Progetti dal 2011. La società opera a livello internazionale, con stabilimenti in Italia, Cina, Messico e, prossimamente, Romania, nella progettazione e stampaggio di packaging in plastica destinati a diversi settori, quali l'household, l'alimentare, il personal care, il farmaceutico, l'automotive, il medicale e il cosmetico.

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

Negli altri settori è attiva la Bisio Progetti, nata

nel 1989 per la progettazione e la produzione di stampi a iniezione e che oggi si occupa principalmente di stampaggio di articoli termoplastici di alta precisione e qualità per l'alimentare - in particolare le capsule del caffè - il farmaceutico, il medicale e il cosmetico.

Un obiettivo che il gruppo intende perseguire è quello della sostenibilità. Già oggi, parte della gamma di prodotti può essere realizzata con resine biodegradabili, Pcr e Pir. L'azienda fattura 170 milioni di euro e impiega circa 1000 persone, di cui 600 in Alessandria. Si aggirano intorno al 5% del fatturato gli investimenti in ricerca per lo sviluppo di nuove tecnologie per l'innovazione, sia di prodotto che di processo, nonché alla riduzione dell'impatto ambientale. ■

## ANNO DI FONDAZIONE

1997

## FATTURATO 2018

170 milioni di euro

## DIPENDENTI

1000

## SETTORE

Stampaggio materie plastiche e imballaggi





## ANNO DI FONDAZIONE

1863

## FATTURATO 2018

1549 milioni di euro

## DIPENDENTI

650

## SETTORE

Industrie chimiche

## Lo stabilimento "pilota" che vanta il record di laureati

di **Roberto Gilardengo**

Una multinazionale che guarda ad Alessandria dove ha sede uno stabilimento 'pilota', in cui vengono realizzati test per gli altri siti del gruppo. Segno di quale siano la considerazione e il livello di eccellenza della fabbrica. Stiamo parlando di Solvay Specialty Polymers e di Spinetta Marengo, dove lavorano 650 persone, 120 delle quali hanno conseguito la laurea [il 20% dei dipendenti, un record per le industrie chimiche] e dove l'età media è di 41 anni, davvero molto bassa.

Sintesi. Solvay produce la più ampia gamma di polimeri ad alte prestazioni al mondo, ponendosi tra i leader nell'offerta di materiali innovativi in grado di superare i più alti standard di sostenibilità, longevità, resistenza chimica, termica e agli agenti atmosferici. Dietro all'ultima proprietaria c'è una lunga storia di insediamenti industriali, a Spinetta. Iniziata ai primi del Novecento, proseguita negli anni Trenta del secolo scorso con Montecatini - quando furono aperte le produzioni dei 'colori' -, per arrivare agli anni Sessanta con la nascita di Montedison e poi, nell'ottica di un processo di razionalizzazione strutturale, di Montefluos.

Nel 1992 la società assume il nome di Ausimont e nel 2002 viene acquisita da Solvay, una multinazionale attiva in 55 paesi e con una forza lavoro di 29mila unità. «Questo è davvero il sito più strategico del gruppo - sottolinea con orgoglio il direttore Andrea Diotto (nella foto in alto) - sia in termini di fatturato che di investimenti. E il fatto che ci usino come stabilimento pilota per Industria 4.0, per la verifica delle tecniche digitali, è un segno di questa considerazione. Riconoscono il valore delle persone». Il controllo della pro-

duzione e l'ottimizzazione, sotto la voce Advance Analytics, sono infatti fondamentali. Si fanno grazie a computer che inghiottono migliaia di dati e, analizzandoli, suggeriscono le condizioni per il miglioramento degli impianti: «Nei processi chimici - spiega il direttore - ci sono variabili inserite che non riusciamo a vedere. Invece, oggi, l'Advance Analytics prende decine di migliaia di indicazioni, dice quali sono le tendenze, suggerisce di cambiare parametri e simula anche l'esito del provvedimento. Questi modelli, sia chiaro, dovranno però essere validati dai nostri ingegneri».

L'innovazione è la strada che intende seguire Solvay. Il 7 ottobre, tra l'altro, è stato inaugurato il nuovo impianto di distillazione per incrementare la produzione di fomblin [4,5 milioni di euro di investimento]. I fluidi [come il fomblin] e i fluoroderivati hanno applicazioni hi-tech rilevanti [«Li fanno, al mondo, soltanto a Spinetta», rimarca Diotto]. Si tratta di un processo di sintesi che nessuno è riuscito a duplicare, nemmeno i giapponesi. Questi prodotti sono utilizzati per il cambio delle automobili e per quasi tutte le fotocamere dei nostri smartphone. Ce n'è uno, ad esempio, che consente, grazie a un semplice strofinamento sulla maglia, di cancellare i segni delle dita dallo schermo del cellulare. Anche i robotini usati su Marte erano lubrificati con il fomblin.

Ma c'è molto altro: «Entro il 2025 - anticipa il direttore - il nostro obiettivo è quello di raddoppiare le vendite dei prodotti usati in applicazioni definite sostenibili». Esempio: realizzare guarnizioni che consentano ai motori di emettere il minor numero di sostanze nocive. Il futuro è dietro l'angolo. ■



# Nel capannone dei fari "spaziali" l'azienda specializzata in fanali

di **Massimo Brusasco**

C'è una storia, perché mica si nasce e si cresce così in fretta. La Cvl la storia ce l'ha, anche se, nella nuova veste, è datata 2015 e se solo nel 2018 ha trasferito la sede da Solero a Fubine [lungo la strada per Felizzano] portando luce dove la luce si faceva.

Nel vecchio capannone della Space Cannon, specializzata in fari 'spaziali', ecco l'azienda della famiglia Longo, Irene Agugliaro e Francesca Curino, che si dedica [soprattutto] ai fanali delle auto.

'Automotive' è la categoria che sintetizza. Più nel dettaglio, qui si realizzano macchine per assemblaggio e collaudo di fanali anteriori e posteriori. Da lì a diventare automobili ce ne passa, perché da quando da qui esce il prodotto - che potremmo definire 'di servizio' - a quando la vettura viene immessa sul mercato ci vogliono, almeno, dodici mesi.

I clienti di riferimento sono nomi che a livello di fanaleria ma non soltanto sono piuttosto celebri, dalla Valeo alla Novares, dalla Brembo alla Magna Olsa, dalla Brc alla Nissan: marchi e sigle di prestigio nel panorama dell'automazione, che hanno nella Cvl un punto di riferimento. Detto semplicemente, l'azienda monferrina dà una risposta al cliente che chiede "Come posso assemblare e collaudare il mio fanale?".

Cento i dipendenti che si impegnano per soddisfare le richieste da mezzo mondo. L'80% del lavoro interessa l'estero, dal Messico al Brasile, dalla Cina al Marocco, dalla Polonia agli Stati Uniti... Per essere più vicina ai clienti, Cvl si avvale di due tecnici che si occupano dell'Est Europa, di altrettanti residenti in Marocco, ha avviato una partnership in Brasile e ha aperto in Messico una sede con 20 addetti. ■

## ANNO DI FONDAZIONE

2015

## FATTURATO 2018

16 milioni di euro

## DIPENDENTI

100

## SETTORE

Automotive



## MICHELIN ALESSANDRIA

# A Spinetta si progettano pneumatici che guardano al futuro

di **Marcello Feola**

Nato nel 1971, lo stabilimento Michelin di Alessandria svolge un ruolo pionieristico nell'aprire la strada a un modello virtuoso di economia circolare in ognuna delle tre dimensioni della sostenibilità: economica, sociale e ambientale.

In particolare, il sito è all'avanguardia all'interno del Gruppo Michelin nel perseguimento degli obiettivi per lo sviluppo sostenibile, in particolare, negli ambiti lavoro dignitoso e crescita economica; industria, innovazione e infrastrutture; consumo e produzione responsabili; agire per il clima. Ecco perché proprio alle porte di Alessandria si costruirà il pneumatico del futuro, che presenterà bassissima resistenza al rotolamento e quindi un basso livello di consumi ed emissioni di Co2.

Verrà prodotto dal nuovo impianto di coostruzione di battistrada complessi ad altissima tecnologia, realizzato grazie a investimenti nel settore 'Ricerca e sviluppo' che hanno beneficiato di un finanzia-

mento del Fondo europeo per lo Sviluppo regionale. L'investimento complessivo dell'operazione per produrlo sarà di 18 milioni di euro, di cui 6,5 in ricerca e sviluppo e 1,7 finanziati dalla Regione Piemonte. La sua industrializzazione è prevista nel 2021/2022: è con tali presupposti che lo stabilimento di Spinetta Marengo - dove lavorano 920 persone [la cui età media è 42 anni, con vent'anni di anzianità media aziendale]; oltre il 40% è diplomato o laureato e più della metà è azionista dell'azienda] ha raccolto la sfida posta dal Gruppo Michelin per il periodo 2010-2030, che prevede la riduzione del 20% del consumo di energia per chilometro dei suoi pneumatici. Non solo: al di là dell'innovazione, quotidianamente lo stabilimento è impegnato sul fronte della sostenibilità ambientale. Anche per questo, i pneumatici di qualità nascono per essere riscoperti e ricostruiti, quindi utilizzati più volte. ■

## ANNO DI FONDAZIONE

1887

## FATTURATO 2018

22,03 milioni di euro

## DIPENDENTI

125mila

## SETTORE

Pneumatici





# PUNTO SALUTE

FARMACIA SACCHI

## ORARI

lun-ven 8:00-20:00  
sabato 8:30-13:00  
15:00-19:30  
domenica 8:30-12:30

corso Acqui, 36  
15121 Alessandria  
tel. 0131 342703

info@farmaciasacchi.it  
[www.farmaciasacchi.it](http://www.farmaciasacchi.it)

SEGUICI SU **facebook**

**APERTI**  
**365 GIORNI L'ANNO**



## La multiutility dei servizi pubblici che è «pronta alle sfide del futuro»

di **Marcello Feola**

Il Gruppo Amag è la multiutility di servizi pubblici dell'Alessandrino e opera sul territorio nell'erogazione di acqua (con ciclo idrico integrato), gas, energia elettrica, calore, raccolta e gestione rifiuti, trasporto pubblico locale.

Nata nel 1976 come Azienda Municipalizzata Acqua e Gas, si trasforma in Consorzio di Servizi nel 1999. Da allora rappresenta l'espressione di un percorso di crescita e radicamento nel proprio territorio di riferimento. Realtà industriale ad azionariato pubblico al 100%, Amag ha come suoi soci il Comune di Alessandria (azionista di maggioranza) e altri 57 Comuni della provincia e della Langa Astigiana, "che hanno piena rappresentanza e possibilità di far sentire la propria voce", sottolinea Paolo Arrobbio, presidente del Gruppo.

Alla guida della multiutility da un anno, Arrobbio guarda al futuro con forte progettualità: "Il 2019 è il primo anno di una nuova era, che ci vedrà raccogliere le sfide del mercato, consolidando le nostre attività 'storiche' ma anche aprendoci a nuovi mercati. L'obiettivo è dimostrare che un'azienda, anzi un 'gruppo' di aziende a partecipazione pubblica possono riuscire a coniugare qualità del servizio e attenzione alla clientela con la necessità di fare utili, per essere competitivi e reinvestire in innovazione".

Il Gruppo Amag [Amag Spa, Alegas, Amag Reti Gas, Amag Reti Idriche, Amag Ambiente, Amag Mobilità, Ream, Telenergia] ha un fatturato di circa 80 milioni di euro di fatturato e 350 dipendenti: tutte le aziende hanno chiuso i bilanci 2018 in utile.

"Ora - sottolinea Arrobbio - dobbiamo pensare allo sviluppo, in un mercato estremamente competitivo e ormai fortemente liberalizzato. Il che significa non solo difendere la leadership locale, ma anche guardare a percorsi di crescita.

Sempre però ricordandoci del nostro dna territoriale: l'Alessandrino è casa nostra e qui vogliamo erogare servizi innovativi e di qualità e produrre utili da reinvestire sul territorio, al servizio della nostra comunità".

In quali direzioni intende muoversi il Gruppo Amag nel 2020, e negli anni successivi? "Due sono le leve fondamentali che abbiamo individuato - spiega Arrobbio - Da un lato investimenti, che consentano di potenziare le strutture esistenti e di affrontare e vincere le sfide che un mercato globale e competitivo sempre più ci porrà; dall'altro, la sensibilizzazione della popolazione, a partire naturalmente da campagne informative nelle scuole, ma non solo. L'acqua e il rispetto dell'ambiente (compresa la raccolta dei rifiuti) sono per noi, azienda del territorio, asset decisivi: la popolazione di tutto il nostro bacino di riferimento verrà sempre più coinvolta e informata e troverà nei nostri addetti e nelle nostre sedi sul territorio, ma anche sui social come nuovo canale di relazione, una presenza costante e reale. Non call center che rispondono da qualche lontano paese, per intenderci, e neanche sanno dove si trovi Alessandria. Il Gruppo Amag è qui, a partire dalla sede centrale di via Damiano Chiesa che tutti conoscono, e dove ci sono persone competenti, capaci e disponibili pronte a farsi carico di qualsiasi problema dell'utenza".

La parola d'ordine per il futuro è dunque innovazione: raccolta rifiuti con modalità sempre più efficaci, illuminazione 'intelligente' che consenta anche un adeguato controllo del territorio, sviluppo della mobilità urbana ecosostenibile, con la diffusione capillare di 'colonnine' di ricarica per veicoli elettrici. Oltre naturalmente a un consolidamento sul fronte acqua, gas ed elettricità, già oggi asset strategici del Gruppo Amag. ■

### ANNO DI FONDAZIONE

1976

### FATTURATO 2018

80 milioni di euro

### DIPENDENTI

350

### SETTORE

Acqua e gas; energia elettrica; gestione rifiuti; trasporti pubblici





## ANNO DI FONDAZIONE

1939

## FATTURATO 2018

45 milioni di euro

## DIPENDENTI

120

## SETTORE

Efficientamento energetico

## Il risultato di una evoluzione: oltre al petrolio si guarda all'energia

di **Giordano Panaro**

Duemila condomini in gestione solo ad Alessandria. È un traguardo importante che consolida Energy Wave nel settore dell'efficientamento energetico e che dà fiducia: la strada intrapresa è quella giusta per mantenere e superare la quota di mercato già consistente. Una strada lunga 80 anni e che ha alle sue spalle un nome storico dell'attività petrolifera e di riscaldamento di Alessandria. Energy Wave è infatti del Gruppo Restiani ed è il risultato di un'evoluzione iniziata 80 anni fa con la vendita di prodotti energetici per arrivare oggi a un'offerta di servizi completi dedicati alla gestione energetica con una forte caratterizzazione verso l'efficienza e l'innovazione.

«Cerchiamo di rispondere alle nuove esigenze del mercato con soluzioni evolute, senza mai perdere la professionalità e l'attenzione al cliente che restano il perno della strategia aziendale», conferma il CEO, Stefano Granella (nella foto), «l'innovazione è quindi il filo conduttore che muove Energy Wave nel suo percorso di sviluppo, perché solo adottando le migliori tecnologie per la realizzazione di interventi di efficientamento energetico e di ottimizzazione dell'uso di energia si può rispondere in modo efficace alle richieste dei propri clienti». Che in concreto vuol dire energia elettrica, gas, ma anche sostituzione dei corpi illuminanti con luci a led, fino all'isolamento termico degli edifici, pompe di calore e sistemi fotovoltaici per la produzione di energia elettrica.

Negli anni si è sentita l'esigenza di una evoluzione nel concetto di riscaldamento: Energy Wave è il prodotto di questo cambiamento che guarda al futuro e al miglioramento delle condizioni di vita: un'abitazione efficiente dal punto di vista termico aumenta il suo valore. Energy Wave si poggia su tre pilastri fondanti: le soluzioni per

il risparmio energetico con la fornitura di gas, la ricerca continua di soluzioni innovative, l'assistenza 24 ore su 24 e un servizio alla clientela sempre etico e trasparente.

In linea con la mission innovativa, la Società è sempre alla ricerca di nuove sinergie. «Vogliamo diventare un polo di aggregazione per l'efficienza energetica e unire tra loro realtà e know-how differenti per creare nuove sinergie ed essere in grado di competere sul mercato. Cerchiamo realtà del settore che operano sul mercato, start-up innovative e risorse umane che abbiano voglia di mettersi in gioco per rispondere insieme alla sfida tecnologica che il settore dell'energia ci sta lanciando».

Il cuore dell'azienda è rimasto ad Alessandria, benché la clientela sia più vasta, oltre i confini provinciali. «Abbiamo scelto di consolidare la nostra presenza ad Alessandria con la sede di Spinetta Marengo perché è la nostra area di riferimento e il cuore storico dell'azienda. Siamo radicati sul territorio e crediamo che questo sia un valore aggiunto anche in ottica di sviluppo. La nostra strategia ci vede impegnati a conquistare nuove fette di mercato sia in termini geografici sia in termini di sviluppo di nuove offerte di servizi». Le sedi operative sono otto che servono oltre 35 mila clienti. ■

“ Duemila condomini e un traguardo importante da raggiungere. ”





# La buona idea di Dorino Marabese ha fatto la storia del bagno italiano

di **Giordano Panaro**

Se dici Pucciplast dici cassetta da incasso per lo scarico. L'intuizione del suo fondatore, l'alessandrino Dorino Marabese di installare nel muro la vaschetta del wc per risparmiare spazio è stato 'l'uovo di Colombo' che ancora oggi premia un'azienda unica, che dopo oltre 70 anni rimane monoprodotto. La continua ricerca della qualità e delle esigenze di mercato sono la chiave vincente di un'azienda dinamica, sempre alla continua sperimentazione per offrire prodotti al top della gamma.

In principio la cassetta era di rame a scomparsa dentro la parete per non portare via spazio, in un momento storico in cui il modo di vivere delle famiglie italiane stava cambiando. Tutta la produzione viene pensata e realizzata nello stabilimento di Quargnento, quartier generale dell'azienda dal 1968, dopo il trasloco da Alessandria per esigenze di spazio. Nessuna delocalizzazione, nessuna voglia di produrre dove la manodopera costa meno: Pucciplast resta orgogliosamente made in Italy, fiera della sua storia tutta alessandrina.

La seconda rivoluzione copernicana apportata nel mondo della componentistica sanitaria è stata la scelta-esigenza di utilizzare materie plastiche sottili, polietilene leggero ed allo stesso tempo capace di distinguersi dalla concorrenza. Un altro brevetto mondiale Pucciplast è la fusione della cassetta in un monolito, un pezzo unico senza giunture e incastri. Con il vantaggio di aumentarne la tenuta, quindi la vita. Addirittura alcune strutture alberghiere montano ancora le cassette del '48, perfettamente funzionanti. "Il fiore all'occhiello dell'Azienda è l'assistenza post vendita", spiega il direttore commerciale Nadia Bosi, "possiamo realizzare prodotti anche fuori catalogo, ad hoc in base alle esigenze particolari della clientela che rimane di fascia medio alta".

Inoltre le cassette Pucciplast non avranno mai il problema dei pezzi di ricambio: "Garantiamo l'assistenza e i ricambi dalla prima prodotta all'ultima uscita di fabbrica", confermano orgogliosamente. "un altro punto di forza dell'azienda che negli anni ha scritto la storia del settore. Come quando una trentina d'anni fa - seguendo la nascita di una coscienza ecosostenibile più estesa - si è ulteriormente distinta inventando il doppio pulsante per evitare gli sprechi. Poi le cassette supersottili, fino ad abbracciare la tecnologia ed il design, senza dimenticare la continua ricerca dei materiali [in collaborazione con il Politecnico di Alessandria].

Pucciplast ha trasformato un prodotto 'semplice' ed in qualche modo modificato in meglio lo stile di vita degli Italiani. Con la trasformazione dell'ambiente sanitario in sala da bagno sono state create linee 'touch', colorate o serigrafate per abbellire le stanze d'albergo, i servizi degli aeroporti e le case di chi vuole distinguersi. Una curiosità: 'Pucci' deriva dal soprannome della bimba che giocando con una pallina aveva bloccato lo scarico del lavabo. Quell'episodio ispirò il fondatore e il suo mitico prodotto con la pallina nel meccanismo, ancora oggi apprezzato per resistenza e innovazione.. ■



La "mitica" cassetta delle origini ancora oggi è in catalogo, ma si punta all'innovazione.

## ANNO DI FONDAZIONE

1948

## FATTURATO 2018

8 milioni di euro

## DIPENDENTI

40

## SETTORE

Cassette da incasso per lo scarico





## ANNO DI FONDAZIONE

1840

## FATTURATO 2018

80 milioni di euro

## DIPENDENTI

230

## SETTORE

Meccatronica

## Laminati di alluminio e rame: «Siamo leader ma non ci fermiamo»

di **Marcello Feola**

«La Mino è oggi tra le principali aziende a livello mondiale nel settore degli impianti di laminazione per metalli non ferrosi. Negli ultimi anni l'azienda si è evoluta profondamente, tanto che oggi possiamo definirci un'azienda di meccatronica, non più di meccanica. E ci siamo sviluppati nel corso degli anni per poter competere, con successo, sui mercati internazionali»: il presidente, l'ingegner Cesare Pettazzi, parla con orgoglio dei passi fatti dall'azienda.

«Siamo un gruppo internazionale. A San Michele abbiamo la sede storica e tutta la progettazione e costruzione della parte meccanica e idraulica; abbiamo poi uno stabilimento a Vicenza - la Mino Automation - dove progettiamo e costruiamo la parte elettrica ed elettronica; a Wimborne, in Gran Bretagna, abbiamo invece la Mino Process Control, dove ci sono una decina di tecnici altamente specializzati che sviluppano il software dedicato al controllo di processo degli impianti. Infine, avendo storicamente una presenza molto forte sul mercato cinese [basti pensare che lì abbiamo venduto il primo laminatoio nel 1971: oggi ce ne sono circa cento in funzione nell'intero Paese], abbiamo altre due realtà in loco: una sede commerciale a Beijing ed uno stabilimento di produzione, aperto da cinque anni, a Tianjin».

Chi sono i vostri maggiori competitor e come vi siete evoluti? «I nostri avversari sono i tedeschi e i giapponesi, senza dubbio: al livello tecnologico che vantiamo attualmente, possiamo dire di essere cinque gruppi nel mondo. La storia della Mino moderna inizia al contrario negli anni Cinquanta, quando la mia famiglia entrò nella proprietà: si iniziarono a sviluppare i moderni laminatoi che lavoravano un nastro [anziché piastre] che veniva avvolto in rotoli dopo ogni passo di laminazione. Il tutto, ovviamente, guardando al mercato: ad esempio, tra la fine degli anni Ottanta e l'inizio del

Duemila seguimmo l'enorme sviluppo dell'acciaio in Cina. Attualmente, invece, ci siamo concentrati sugli impianti di laminazione ad altissime prestazioni per alluminio e rame, essendo questi i settori metallurgici che negli ultimi anni hanno visto i maggiori sviluppi applicativi in settori avanzati, quali l'automotive, l'elettronica e l'aeronautica».

E il futuro come sarà? «Secondo noi continuerà la specializzazione su questi metalli, anche perché stanno avendo enorme applicazione nell'high-tech. Prendo a esempio tre progetti Mino, attualmente in fase di esecuzione: uno negli Stati Uniti, a Charleston, dove con un partner americano stiamo costruendo una linea di colata continua e laminazione, la cui peculiarità è l'utilizzo al cento per cento di alluminio riciclato, soprattutto da lattine usate; il secondo in Cina, dove stiamo realizzando il più grande laminatoio 'sesto' a freddo per alluminio del mondo, che produrrà un nastro largo 2,85 metri per applicazioni aeronautiche [ad esempio, pannelli per carlinghe e ali di aerei]; il terzo, infine, sempre in Cina, con un laminatoio per rame che produrrà una lamina sottilissima di 6 micron [0,006 mm, meno del diametro di un capello, ndr], con applicazioni destinate al mondo dei circuiti elettronici e degli smartphone».

La crisi come ha cambiato il vostro modo di fare impresa? «Ci ha obbligato a fare sempre più export, che oggi vale circa l'80-85 per cento del nostro fatturato. Ed essere internazionali vuol dire flessibilità mentale, perché devi saper lavorare con la Cina come con gli Stati Uniti, due mondi industriali totalmente diversi! Senza dimenticare l'evoluzione tecnologica, perché competere nel mondo è sinonimo di continuo miglioramento. Quindi, possiamo dire che la crisi, per noi, è stata una sfida che abbiamo accettato e vinto, raggiungendo in certi settori la preminenza tecnologica e arrivando ad aprire nuovi mercati». ■



# Dall'automotive ai mezzi agricoli puntando anche a eliminare gli sprechi

di **Massimo Brusasco**

Tgm srl nasce nel 1986 nell'indotto del settore automotive, inizialmente come azienda che produce cablaggi elettrici. Masio è il paese dove i fratelli Tasca (da qui l'acronimo Tgm: Tasca Giuseppe e Mauro) hanno deciso di lanciare l'attività che, grazie alla loro intraprendenza, è diventata ben presto leader nel settore nel settore, implementando la propria struttura, che sta avendo continuità con la seconda generazione. Nel corso degli anni, Tgm si è adattata alle esigenze del mercato, maturando esperienza e competenze in svariati settori e spaziando su diversi prodotti. Non ci si è quindi limitati all'automotive ma ci si è dedicati anche al settore del movimento terra, dell'elettrodomestico, dei mezzi agricoli e dei carrelli elevatori. I punti di forza che hanno assicurato successo? Alla Tgm li riassumono così: «Applicazione del sistema Tps [Toyota Production System], qualità di prodotto e servizio, puntualità delle consegne, flessibilità, profonda conoscenza del prodotto, proposte di soluzioni al cliente per ogni problematica, possibilità di of-

*frirne lo sviluppo tecnico e la progettazione dell'impianto elettrico, personale competente e con esperienza, macchine specializzate e produzione in Paesi emergenti».*

Tra i principali clienti ci sono costruttori di mezzi, in particolare Toyota per il settore material handling [“da cui siamo stati premiati a giugno di quest'anno come migliori fornitori europei”], Manitou con i mezzi telescopici, Bcs e Lovol/Arbos per il settore agricolo. «Abbiamo collaborazioni che nella maggior parte dei casi durano da circa vent'anni».

Con 3.374.190 cablaggi prodotti nel 2018. E il trend è in costante crescita. In azienda è stato introdotto il concetto di Tps [Toyota Production System], focalizzandosi sull'eliminazione degli sprechi, ottimizzazione dei processi, attenta analisi delle non conformità, e condivisione quotidiana sul campo di informazioni, idee e problematiche. L'ottica aziendale è quella del Kaizen, ovvero del miglioramento continuo, con un costante coinvolgimento sul campo e nei processi anche del management e della direzione. ■

## ANNO DI FONDAZIONE

1986

## FATTURATO 2018

11 milioni di euro

## DIPENDENTI

50

## SETTORE

Cablaggi elettrici



## PPG – QUATTORDIO ALESSANDRIA

# Ppg: quelli che con le vernici rendono più bello il mondo

di **Massimo Brusasco**

A Quattordio c'è una multinazionale americana leader mondiale nel colore. Si chiama Ppg ed è entrata a far parte del panorama italiano dagli Anni Ottanta con l'acquisizione di diverse realtà territoriali e con una presenza consolidata in numerosi settori e mercati. Il “core business” dell'azienda è rappresentato dalle vernici, dai rivestimenti e dai materiali speciali innovativi e sostenibili offerti ai più importanti clienti a livello internazionale. Ppg in Italia ha 7 sedi produttive e 7 business unit differenziate tra loro per rispondere alle esigenze di un mercato dinamico e sempre più evoluto. Dalle automobili agli aerei di linea, dalle pale eoliche alle navi oceaniche, dalle case agli stadi, dai parchi di divertimento alle strade, le vernici Ppg sono apprezzate dalla clientela che desidera proteggere e abbellire i

propri prodotti e l'ambiente circostante. La finalità aziendale si racchiude proprio nello slogan “We protect and beautify the world”, ovvero: “Proteggiamo e rendiamo più bello il mondo”.

La sede di Quattordio con i suoi 437 dipendenti e una superficie di 164.000 mq di cui 50.000 coperti da reparti e uffici, produce e commercializza materiali destinati al ciclo di fabbricazione della scocca. Le case automobilistiche si affidano alle vernici perlate, opalescenti e con effetti speciali della Business Unit Automotive di Quattordio, disponibili in un'ampia gamma di colori per creare l'identità di marca e conferire valore aggiunto alle vetture che ogni giorno sfrecciano sulle nostre strade.

L'azienda è attiva da ben 135 anni e la sede centrale è a Pittsburgh, negli Stati Uniti. ■

## ANNO DI FONDAZIONE

1884

## FATTURATO 2018

15,4 miliardi di dollari

## DIPENDENTI

437 [sede di Quattordio]

## SETTORE

Automotive





## ANNO DI FONDAZIONE

1967

## DIPENDENTI

370

## SETTORE

Macchine di assemblaggio  
e automation

## Storia di una azienda di famiglia partita alla conquista del mondo

di **Roberto Gilardengo**

Oltre cinquant'anni di storia in un settore, quello delle macchine di assemblaggio, in cui Alessandria rappresenta un punto di riferimento mondiale.

È il 1967 quando Pietro Zavattaro fonda la Gefit [Gruppo engineering forniture impianti e tecnologie] che, in mezzo secolo di vita, diventata una delle aziende leader del settore.

Partiamo dalle origini. In un contesto industriale avviato, volto alla produzione di chiusure in plastica, che proseguì contemporaneamente e che rappresentò naturale destino degli impianti di meccanizzazione necessari alla produzione, si decise di capitalizzare le proprie competenze nel campo dell'automazione industriale. Zavattaro, intuì le potenzialità dell'automotive, 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 realizzazione di macchine ad alta cadenza per l'assemblaggio delle chiusure multicomponenti. Fu così che si giunse alle due attuali divisioni dell'azienda: la Automation, che ha il quartier generale in via De Negri, ad Alessandria, e la Mould & Assembly, che ha sede a Fubine.

La divisione Automation progetta e costruisce linee soprattutto per componentistica auto, assemblando complessi componenti, integrando sofisticati sistemi di controllo, accompagnando spesso i propri 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 componenti per il settore alimentare, cosmetico, farmaceutico e medicale.

Oltre a macchine di assemblaggio ad alta velocità e precisione per componenti in plastica. Gefit fa della diversificazione e della internazionalizzazione due elementi cardine della propria strategia, della tecnologia e della sostenibilità i propri fiori all'occhiello, garantendo ai mercati di riferimento stabilità, virtuosa contaminazione di esperienze e vicinanza geografica. La piccola azienda nata negli anni Sessanta ha, oggi, stabilimenti in tutto il mondo. Qualche esempio. Nel 1975 apre l'ufficio commerciale a Mosca, avamposto strategico per servire il mercato nei paesi dell'Est Europa e in Russia, nel 1991 quello di Pechino, nel '98 la divisione meccanica a Tatabanya, in Ungheria, nel 2005 la joint venture a Dalian, in Cina, che nel 2010 diventa completamente di proprietà del gruppo alessandrino.

E ancora: nel 2006 viene confermata l'acquisizione dell'americana Gefit Livernois Engineering, che ha alle spalle una storia di sessant'anni nella produzione delle macchine speciali. Nel 2019, sono stati aperti un ufficio tecnico e service a Shanghai e una struttura produttiva in India, nel distretto di Pune: «L'impegno di Gefit nei confronti dei suoi clienti – spiega l'ad Massimo Margaglione – non termina con la consegna dell'impianto. La nostra collaborazione continuerà fino a quando l'ottimizzazione non sarà stata raggiunta: è questa la nostra forza». ■

**“Diversificazione e internazionalizzazione gli elementi cardine.”**



# Quelle macchine per produrre tappi e un'azienda che guarda all'estero

di **Roberto Gilardengo**

Ad Alessandria c'è un polo tecnologico mondiale. È quello per la realizzazione delle macchine di assemblaggio, di cui Telerobot, azienda leader del settore, fa parte e che ha una storia che dimostra come sia possibile superare difficoltà e avviarsi nel giro di pochi anni sulla strada del rilancio. Una storia che inizia nel 2010 con l'acquisto, da parte del fondo Xenon, delle alessandrina Cst e Icam, della stessa Telerobot [un ufficio tecnico meccanico genovese specializzato in progettazione che darà il nome alla nuova società] e della torinese Euromodel, settore automotive. Una integrazione che non ha funzionato per la crisi di quest'ultimo comparto e che rendeva inutile il lavoro e il buon fatturato di Cst.

La svolta arriva nel 2015, quando nel mese di maggio il tribunale di Alessandria accetta la richiesta di concordato preventivo in continuità presentata dall'amministratore delegato Riccardo Servetti [nella foto]: «*Abbiamo studiato - ricorda - un piano di ristrutturazione del debito continuando sul settore ritenevamo strategico. Abbiamo puntato sulle macchine veloci*». Quelle che producono 80mila tappi l'ora. Nel 2016 Telerobot è acquisita da Ima, gruppo bolognese da 1,5 miliardi di euro di fatturato e 45 siti produttivi, leader mondiale nella progettazione e produzione di macchine automatiche per il processo, il confezionamento e l'assemblaggio di prodotti per l'industria farmaceutica, cosmetica e alimentare. Una unione che ha funzionato perché, spiega Servetti «*Ima ha una impostazione industriale strutturata, tale da consentirci di presidiare la parte tecnologica, mentre il consorzio delle loro aziende ci appoggia nella costruzione delle macchine*». Risultato, Telerobot in tre anni ha triplicato il volume di affari che nel 2019 dovrebbe essere di 14,3 milioni di euro

[nel 2015 erano 5]. Una crescita nei numeri e nella professionalità: «*Stiamo diventando esperti - sottolinea l'amministratore delegato - nella funzione che la macchina deve svolgere*». Anche perché, nei prossimi due anni, cambierà la direttiva europea sulla plastica monouso e ci si dovrà adeguare.

Un momento importante è stato l'open house di fine maggio scorso quando l'azienda alessandrina ha presentato, nei raddoppiati stabilimenti [e a breve saranno tre], le novità che si intende produrre sul mercato: le macchine Easy Smart, Elektra ed Evo Flex Rotary, che completano la gamma storica, arricchite di soluzioni digitali legate ai concetti di Industria 4.0 volte all'ottimizzazione dei processi durante l'intero ciclo di vita delle macchine. Come la virtualizzazione degli impianti, che consente al cliente la possibilità di ricevere un supporto immediato da remoto in caso di necessità e di monitorare costantemente l'efficienza delle proprie linee. Questo garantisce sempre elevati standard di performance. Quel giorno c'erano ospiti da 19 paesi e un centinaio di rappresentanti di 45 industrie. I clienti? Arrivano da tutto il mondo. Ancora numeri. Telerobot esporta per il 95%, di cui il 40 in Europa. «*E prevediamo - è l'auspicio di Servetti - di crescere ancora*». ■

“ La strada del rilancio passa anche dagli stabilimenti della zona.

**ANNO DI FONDAZIONE**

2010

**FATTURATO 2018**

13,9 milioni di euro

**DIPENDENTI**

60

**SETTORE**

Realizzazione macchine di assemblaggi



# In Monferrato Energica conviene.

Grazie all'offerta **gas prezzo fisso** nella versione bolletta leggera, Energica ha ridotto ai suoi clienti il costo della materia gas fino al 15%. Inoltre, con il servizio di **sportello garantito**, Energica mette quotidianamente a disposizione i propri consulenti per rispondere direttamente a tutte le domande. Ma soprattutto Energica **sostiene il territorio** perchè iniziative, associazioni, società sportive e benefiche, trovano in Energica un partner sempre pronto a collaborare.

**Insomma, se abiti in Monferrato, Energica è la scelta intelligente.**

**numero verde 800-845074**

**[www.energicagas.it](http://www.energicagas.it)**



**Energica**  
IL GAS METANO DEL MONFERRATO



## Bulgari investe su Valenza Obiettivo: arrivare a 700 dipendenti

Bulgari è un bunker non solo dal punto di vista estetico. E un po' si può comprendere questa multinazionale che s'è insediata a Valenza portandosi appresso regole e rigidità proprie di un gruppo concepito come un complesso sistema piramidale. L'amministratore delegato è il francese Jean-Christophe Babin.

Un comunicato, diffuso dall'azienda, ci racconta la vita di questa griffe che sta incidendo profondamente sul tessuto economico cittadino. A 18 mesi dalla posa della prima pietra, a marzo del 2017 Bulgari ha inaugurato qui la nuova manifattura di gioielli. Con una superficie di 14mila metri quadri, la nuova struttura risponde non solo alle esigenze di una crescita costante nel mercato internazionale ma anche all'arricchimento della produzione della maison romana «che pone al centro della propria ricerca i valori più profondi del Made in Italy». Con oltre 300 nuove assunzioni l'obiettivo è quello di raggiungere un totale di 700 dipendenti entro il 2020, la maggior parte dei quali impiegati nelle professioni chiave dell'oreficeria.

«Questo progetto - si legge in una nota - rappresenta un investimento non solo industriale ma anche culturale nell'inestimabile valore dell'arte manifatturiera italiana che da sempre ha mostrato al mondo le sue eccellenti e straordinarie qualità creative».

Esempio virtuoso nella produzione di oggetti di lusso, la produzione della Maison romana è nella sua totalità, ad eccezione dell'orologeria, opera delle maestranze italiane. Con la produzione dell'alta gioielleria a Roma, degli accessori a Firenze, delle fragranze a Lodi, della seta a Como e dei meccanismi e assemblaggi degli orologi in Svizzera, il nuovo sito di Valenza si inserisce in quella rete produttiva italiana che grazie alla maestria e alle qualità degli artigiani ha visto nei secoli la produzione di oggetti di

altissimo valore estetico ed eccellente qualità. La nuova Manifattura Bulgari si articola in due edifici dai caratteri architettonici differenti, in un ponte simbolico tra tradizione e innovazione. Il progetto ha previsto infatti sia il recupero di un edificio già esistente dal grande valore storico, la Cascina dell'Orefice - sede agli inizi del '800 del primo insediamento orafa di Valenza - interamente ricostruita, valorizzata e ampliata grazie all'aggiunta di una nuova ala interamente rivestita in vetro e denominata Glass House, sia la realizzazione dell'edificio produttivo, distribuito su tre livelli e caratterizzato da una corte interna, ispirata alla domus romana, di quasi 600 metri quadri.

La Manifattura si occupa della realizzazione di tutte le maggiori collezioni di gioielleria della Maison che, al fine di preservare i mestieri della tradizione e creare un vero e proprio percorso di professionalizzazione per le nuove generazioni di artigiani, ha deciso di aprire all'interno della manifattura la Bulgari Jewellery Academy, una scuola del 'savoir faire' orafa mirata alla formazione di tutti i neo-assunti, avviata a marzo 2017 con l'inserimento dei primi 21 giovani orafi. Può ospitare la formazione di 42 persone contemporaneamente. ■

“Una multinazionale destinata a incidere profondamente nel tessuto cittadino.”





**ANNO DI FONDAZIONE**

1924

**FATTURATO 2018**

171,594 milioni di euro

**DIPENDENTI**

672

**SETTORE**

Lusso

## «Vogliamo continuare a crescere e Valenza ha capito i suoi errori»

di **Marcello Feola**

«Damiani è sinonimo di territorio»: basterebbero queste parole, pronunciate da Guido Grassi Damiani - presidente del gruppo - per identificare l'azienda con il nome di Valenza.

Senza dimenticare però il mercato, i progetti di crescita, i competitor di tutto il mondo.

«La nostra realtà, nata nel 1924, venne fondata dal nonno e mai ci siamo allontanati dal legame, forte, con le origini. Lo testimoniano, da un lato, la scelta del Comune di dedicare una piazza al nome della mia famiglia e, dall'altro, il nostro lavoro, volto alla produzione di gioielli e a laboratori di altissima qualità».

Quanto siete cambiati nel corso degli anni? «Siamo cresciuti: da piccola produzione con 6/7 collaboratori, siamo passati a mio padre che iniziò lo sviluppo commerciale abbinato a una politica di brand; quindi è toccato a noi, terza generazione, che abbiamo spinto molto sull'estero aprendo filiali in tutto il mondo e sul retail, che oggi pesa per circa il 65% dei nostri ricavi. Parliamo di una evoluzione forte, ma attenzione: direi riguardante più il mercato, perché poi nella realtà design, qualità e manifattura sono rimasti ancorati nel segno di una tradizione che si tramanda da quando fummo fondati».

Il connubio indissolubile con Valenza è testimoniato dalla recente acquisizione di Expo-Piemonte: «È stata un'acquisizione più di testa che di cuore - ammette Guido Grassi Damiani - perché pensare di ristrutturare, oggi, è quasi una pazzia... Sappiamo già che non sarà un bene di grandissimo mercato, ma è un atto di fiducia e un segnale forte: così, diciamo a tutti che non stiamo pensando a un'operazione temporanea».

Peccato che la città non sia invece riuscita a rimanere al passo con i cambiamenti del mondo e del mercato: «Valenza ha vissuto un'evoluzione

un po' strana, che poi ne ha causato i mali. Ovvero, una grandissima capacità produttiva e un know how di altissima qualità, senza però la capacità degli imprenditori locali e delle amministrazioni di guardare avanti e stare al passo coi tempi».

Si poteva agire diversamente? «Quando i mercati crescevano, esisteva una miriade di piccole realtà che poco si curavano di futuro e di dimensioni: non siamo certo contro le aziende familiari, noi del resto ne siamo un'emblema, ma rimanere piccoli facendo tutto è pericoloso. Tanto che io - quando mancò mio padre avevo 26 anni - andai all'Associazione orafa e dall'allora sindaco per proporre di fare qualcosa per consentire di stare al passo coi tempi, perché mi rendevo conto che quel business model sarebbe durato poco. Adirittura, mi dissi disponibile a contribuire con 200 milioni per fare formazione e aiutare l'evoluzione dei piccoli laboratori: purtroppo non successe nulla e il risultato lo abbiamo adesso sotto gli occhi. Si può essere bravissimi artigiani, ma quel modo di lavorare anacronistico non poteva reggere con l'evoluzione del business».

Si può ancora invertire la rotta? «Oggi credo che gli sbagli fatti in passato si siano capiti. Ecco perché, secondo me, Valenza ha ancora un grande futuro davanti a sé: è sempre sinonimo di alta gioielleria nel mondo e, se tutti fanno la loro parte e il loro mestiere, nessuno ha la manualità che c'è qui».

Come vede il Gruppo Damiani nel giro di qualche anno? «Attualmente siamo tra i primi dieci gioiellieri al mondo e ci piacerebbe passo dopo passo salire in classifica, con uno sviluppo sano e continuativo. Sappiamo che sarà sempre più complesso, visto che siamo ormai gli unici in mano alla famiglia del fondatore, ma vogliamo continuare a crescere e a migliorare». ■





## La creatività, parola magica per gioielli «che devono emozionare»

di **Roberto Gilardengo**

C'è una famiglia dietro un gioiello. La storia di Pasquale Bruni si può, intanto, sintetizzare così. «Da due generazioni creiamo gioielli eccezionali per tutte le donne del mondo. Ogni creazione unisce la nobiltà del metallo alla ricchezza delle pietre preziose, in progetti sempre realizzati all'interno del nostro atelier». C'è la creatività alla base della produzione dell'azienda orafa, una delle più importanti di Valenza e tra le più note in Italia, con sede nella zona Coinor «dove ogni giorno regaliamo conoscenza, spirito di indipendenza ed esperienza allo studio e allo sviluppo delle collezioni. Il nostro lavoro è l'espressione di vera passione, un'emozione che sente chiunque indossi un nostro gioiello». Fondatore di un brand riconosciuto internazionalmente per l'eccellenza della manifattura e per il suo design unico, dal 1976 Pasquale Bruni è stato sinonimo di qualità. Adesso, insieme alla figlia Eugenia, che è direttore creativo dal 2001 e al figlio Daniele, amministratore delegato di Pasquale Bruni Usa. Eugenia Bruni, in effetti, ha la sensibilità dell'artista: «Disegniamo collezioni - aveva detto in una importante occasione pubblica come l'open day delle società del settore, nel 2016 - studiate per l'anatomia del corpo. Pensate agli anelli per le mani e agli orecchini: sono le cose più intime per una donna. Per me il gioiello è un vestito: basta un semplice pezzo di seta a cui abbinarlo e si può creare qualcosa di importante. E' un ornamento - viene ribadito oggi - che diventa parte della persona che lo indossa. Parla al cuore e ne custodisce le emozioni. Diventa amuleto e protezione e ci aiuta a esprimere al meglio la nostra personalità. Anzi, è molto più che un vestito». Le idee per realizzare i gioielli «nascono dall'amore per la natura e il creato. La natura è una fonte di ispirazione importantissima e le donne le sue muse. Le creazioni riflettono l'amore per la libertà e la libertà di essere donna. I nostri - sottolinea Eugenia -

sono gioielli pieni di energia». Uno dei progetti che la maison intende portare avanti è 'Atelier': L'obiettivo, quello di formare giovani orafi attraverso l'affiancamento ai migliori maestri del mestiere, che oggi sono in pensione: «Da loro - spiega l'azienda - dovranno apprendere non soltanto le tecniche moderne (noi siamo sempre all'avanguardia con le ultime tecnologie del momento), ma alcuni di loro avranno la possibilità di conoscere anche le antiche tecniche di lavorazione per la produzione di pezzi unici e speciali appartenenti alla nostra linea "Atelier". Questi pezzi verranno realizzati utilizzando banchi e strumenti originali adoperati dagli artigiani orafi valenzani nell'Ottocento e all'inizio del secolo scorso, recuperati anche da antiche fabbriche orafe e conservati all'interno del nostro museo. Non è ancora stata avviata una scuola vera e propria, ma diversi ragazzi hanno già iniziato uno stage da noi». Dalla tradizione alla realtà odierna di Valenza, che per Pasquale Bruni è oggetto di riflessione: «La città in passato ospitava una miriade di aziende orafe di dimensioni piccolo-medie, principalmente a conduzione familiare, ognuna delle quali produceva imprimendo il proprio "marchio" alle sue creazioni. Con la crisi del 2008 - si osserva - e l'avvento a Valenza delle grandi case del lusso, il numero di queste imprese si è drasticamente ridotto: moltissime aziende hanno chiuso definitivamente i battenti, mentre altre si sono riconvertite in laboratori di terziario, iniziando a prestare la propria manodopera alle poche superstiti e ai grandi marchi [Bulgari, Cartier, Chaumet, Pomellato...]. Negli ultimi anni, il distretto orafa valenzano si è così trasformato in una realtà composta da grandi terzisti e da centinaia di laboratori artigianali di piccole e medie dimensioni, impiegati principalmente nella realizzazione di creazioni per i più noti brand del settore». ■

**ANNO DI FONDAZIONE**

1968

**FATTURATO 2018**

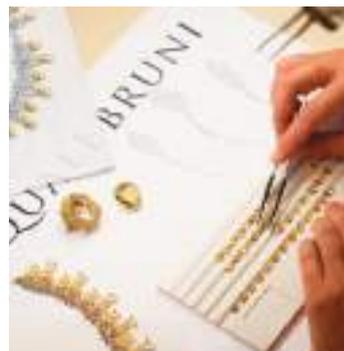
19,5 milioni di euro

**DIPENDENTI**

80

**SETTORE**

Gioielleria





*Studio Cirri*

RELAZIONI PUBBLICHE D'IMPRESA



*“Raccontiamo la Vostra storia,  
comunichiamo il Vostro futuro”*

Palazzo Terzano, via G. Carducci, 3 - Valenza (AL)

Phone: 0131-94.12.51 - Portable: 338 - 73.48.952 / 338 - 32.90.789

P.IVA: 02.57.50.500.63 - Mail: info@studiocirri.com - PEC: cirri.giuseppe@pec.it

*Si riceve su appuntamento tutti i giorni, escluso il venerdì pomeriggio*

**www.studiocirri.com**



## Come produrre un gelato d'autore valorizzandolo con la nocciola di Lu

di Massimo Brusasco

Due locali ad Alessandria [in corso Borsalino e in via San Lorenzo], uno a Valenza [nella storica sede di piazza Gramsci], uno a Milano all'interno di Eataty Smeraldo e uno a Trieste. Il gustoso mondo di Soban all'insegna del gelato, continua a crescere.

E Andrea Soban, ormai, è un'autorità del settore, tanto da venir spesso chiamato a tenere conferenze sull'argomento, come di recente avvenuto in Sicilia. Non a caso è anche autore di un libro [uscito lo scorso gennaio] in cui racconta i segreti di un mestiere, quello del gelatiere appunto, molto cambiato negli anni, «anche per la necessità di andare incontro a una clientela sempre più esigente, che vuole conoscere a fondo gli ingredienti e che, talvolta, si deve confrontare con quelle intolleranze alimentari che impongono una selezione dei prodotti».

Il mondo di Soban sta veleggiando alla grande. «Toccando ferro, siamo in un buon momento, anche se bisogna sempre ricordare che le nostre fortune dipendono anche dal meteo. Il 2019 è stato caratterizzato da una primavera pessima. Per fortuna, in estate ci siamo rifatti».

Crescere, condividere, sperimentare sono i verbi che Andrea usa di più.

«Quello del gelato era un mondo chiuso, adesso si fa a gare per raccontare come si lavora. E questo è indubbiamente positivo: ne giovano i clienti ai quali offriamo prodotti migliori, ancor più se 'di territorio'. Ad esempio: tutti i gelati alla nocciola possono essere buoni, ma, dalle nostre parti, la straordinarietà di quelle di Lu rende il gelato eccezionale».

A Valenza, nel 1977, i Soban [Paolo e Gian Piera] ereditarono una gelateria fondata nel 1924. Qui c'erano i Pieruz; ad Alessandria i Cercenà dominavano la scena, così come a Tortona quelli della gelateria Cadorina. Il denominatore comune è la

provenienza: tutti sono originari della Val di Zoldo, «che sta al gelato come Tramonti alla pizza». Il merito va a uno zoldese che lasciò il paese, martoriato dalla miseria, per recarsi nella prospera Vienna a vendere pere cotte e candite. Per uno dei tanti misteri della vita, si dedicò al gelato. Fece talmente tanta fortuna che chiamò in Austria prima i parenti, poi gli amici... La somma dei fattori, e delle persone, diede come risultato un qualcosa che sarebbe diventato tradizione. Anche da noi.

Il libro, poi, aiuta a far conoscere il nome Soban anche al resto d'Italia anche se, va detto, non è un volume pubblicitario, ma una «summa» di consigli, per chi il gelato lo vuole apprezzare al meglio ma, soprattutto, per chi vuole avvicinarsi alla deliziosa arte della gelateria.

Ci sono note storiche e teorie che risolvono problemi pratici. Quel che si comprende chiaramente in «Progetto gelato» è che nulla si improvvisa e che lusinghieri risultati poggiano su una storia fatta di studi, applicazioni, esperimenti. D'altronde sono i numeri [e i riconoscimenti] che parlano. E il resto lo può dire chi ha avuto modo di gustare. ■

“ Soban, a Valenza dal 1977. La storia di gelatieri originari della Val di Zoldo e giunti fin qui per deliziarci.





# IL LUOGO del LAVORO

**(GIO)**  
manifattura  
valenza

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



## La pietra che brilla, fascino eterno: «Dipende molto da come è tagliata»

di **Roberto Gilardengo**

Dalle borse diamanti di Anversa e Tel Aviv e dalla piazza di Mumbai agli artigiani orafi di Valenza e ai grossisti del settore. Ci sono una conduzione familiare e contatti internazionali dietro la 'Marco Borsalino', un'azienda che si occupa di importazione e vendita all'ingrosso di diamanti tagliati e i cui uffici, dove lavorano tredici persone, sono in un palazzo del centro della città orafa dove hanno sede - è vero - anche altre imprese del settore conosciute in tutto il mondo, ma dove puoi trovare normali abitazioni come accade forse solo a Valenza. Insieme al titolare, i figli Miriam e Matteo, il fratello Luigi (che ha la responsabilità amministrativa) e due nipoti, per un totale di 13 addetti, compreso il fondatore della società.

Marco Borsalino conosce bene Valenza e il mondo dei gioielli: «*Ho iniziato nel settembre del 1959 - ricorda - e dunque sono cinquant'anni che faccio questo lavoro*». Quindi ha visto splendori e crisi di questo comparto, forse unico al mondo per le caratteristiche di chi vi opera e mentre nel 2016, in occasione dell'open day delle industrie orafe, aveva mostrato una punta di preoccupazione per una crescita di fatturato che non c'era stata, ora può tranquillamente dire: «*Valenza sta andando bene, adesso si sta riprendendo e mostra un certo dinamismo. E' divisa in due. Da una parte ci sono i contoterzisti che lavorano per le grandi aziende tipo Bulgari, dall'altra quelli che servono il mercato italiano. Il fatto che molti siano legati ai grandi marchi [percentuale che aumenterà e vedrete che arriveranno anche i grossi nomi] lascia spazio al secondo mercato. Tutto questo porta vantaggi, in generale, all'economia della città*».

Continua Borsalino: «*Il lavoro è cambiato rispetto a una ventina d'anni fa ed è sempre più importante la professionalità*». Contano, come una volta,

occhio e lente. E' invece cambiata la tipologia di chi taglia le pietre. Ormai i migliori al mondo sono gli indiani: «*Sono cresciuti tantissimo - sottolinea - e se una volta il mondo dei diamanti rideva di loro, in 20-30 anni si sono sempre più specializzati fino a diventare una potenza economica*».

A proposito di diamanti. Nell'ordine, la bellezza di una pietra la fanno "il taglio, la purezza e poi il colore". Ma è soprattutto la prima voce a fare la differenza: «*Se è tagliata bene - spiega Marco Borsalino - la pietra brilla. Un tempo, quando si scendeva nella qualità, la differenza si notava. Adesso, invece, anche spendendo relativamente poco si può avere un diamante che fa effetto proprio perché è particolarmente brillante*». E a proposito di clienti, a quale pubblico la 'Marco Borsalino' si rivolge? «*Molto al mercato italiano, serviamo le grandi aziende che lavorano per l'estero ma anche le piccole realtà. Si diceva dei cambiamenti. Mentre prima si vendevano lotti, adesso riceviamo richieste ben precise. Ci sono requisiti minimi riferiti al taglio e al colore. Noi garantiamo la qualità e possiamo soddisfare ogni genere di richieste. Ci riteniamo il magazzino di Valenza: sia che vogliano spendere tanto, che poco, i clienti possono trovare da noi quello che cercano*».

E a proposito di Valenza, perché la città non ha mai pensato a dar vita a un consorzio di imprese? «*Sostanzialmente per mentalità - è la risposta - ma se i grandi del settore, come nel caso di Bulgari ad esempio, hanno puntato proprio su questa città, è perché ritengono che possa dare più di altri distretti. Si può dire che così si sostituiscono i gruppi locali*». Perché «*i valenzani - è la sintesi di cinquant'anni di lavoro - sono ottimi lavoratori e ottimi produttori, ma scarsi dal punto di vista commerciale*». ■

**ANNO DI FONDAZIONE**

1978

**FATTURATO 2018**

5 milioni di euro

**DIPENDENTI**

13

**SETTORE**

Gioielleria



# Una ditta che punta ad ampliarsi e si qualifica per il welfare aziendale

di Massimo Brusasco

Quando Franco Raselli ha capito che il figlio Andrea avrebbe assunto le redini dell'attività che egli avviò nel 1969 ["avevo solo 21 anni!"], realizzò al Coinor di Valenza una sede all'avanguardia, che nulla ha a che vedere con la prima, in vicolo dei Sarmati ["la fabbrica era grossa come il mio ufficio di oggi"], né con le successive in via Banda Lenti e in largo Costituzione. Non solo: gli spazi cominciano a essere angusti anche qui. Ecco perché l'acquisto di un ulteriore terreno per ampliare questa moderna struttura.

Nel 2020 partirà il cantiere e, all'inizio del 2021, si potrà cominciare a produrre anche nel nuovo edificio.

L'investimento è il miglior indicatore dello stato di salute di un'azienda assolutamente autonoma, dove il gioiello nasce, cresce, viene ultimato. E parte per il mondo. L'85% della produzione se ne va oltre confine, equamente divisa tra America [Stati Uniti e Canada, in pri-

mis], Asia [Russia e Cina], Europa [Francia, Spagna, Portogallo...].

«Il 'made in Italy' va ancora forte - assicura Franco Raselli - *Quando si ragiona di qualità, si fa inevitabilmente riferimento al nostro Paese*». Ma la forza della ditta Raselli è anche un'altra, ovvero riuscire a produrre in quantità sufficiente. «Bisogna soddisfare ordini piuttosto consistenti. Una piccola azienda orafa non può farcela». I grandi gruppi, che poi sono quelli "di riferimento", impongono una produzione massiccia.

E questo contraddistingue la Raselli. Che, però, si qualifica anche per altri aspetti, a cominciare dalla mensa interna (con cuochi ai fornelli), per arrivare a quello che Andrea definisce "welfare aziendale", ovvero premi annuali calcolati anche in base all'andamento economico. Se gira bene, un dipendente può portare a casa un bonus fino a 3.000 euro, esentasse. E non è mica poco. ■

## ANNO DI FONDAZIONE

1969

## FATTURATO 2018

91 milioni di euro

## DIPENDENTI

140

## SETTORE

Gioielleria



# La sfera, una forma senza tempo: dal marchio al cuore della produzione

di Massimo Brusasco

Uno che per tutta la vita è stato chiamato Palla, diminutivo del cognome Pallavidini, non poteva non dedicarsi alle sfere. E inventare un marchio adeguato: Alex Ball, dove Alex sta per Alessandro. È Alessandro Pallavidini il protagonista di una storia molto valenzana, anche se Milano resta la stella polare e località prestigiose, dalla Val d'Aosta alla Sardegna, le destinazioni. O meglio, i luoghi dove sono stati aperti negozi monomarca griffati Alex Ball: in vendita, appunto, gioielli, quasi tutti con le sfere come elemento centrale. Alex Ball è un marchio della storica azienda Guerci Pallavidini, fondata nel 1957 da Dario Pallavicini, papà di Alessandro, e dal compianto Luigi Guerci, padre di quel Davide morto in un incidente in montagna. Dario è [ancora] il mago dei disegni, benché in pensione. Grazie al suo estro, l'azienda si è specializzata in montature per solitari. Nel 1993, Alessandro ha preso in mano le redini dell'impresa,

modernizzandola, puntando non solo su uno sviluppo commerciale ma anche su idee innovative. Come ad esempio il lancio del marchio Alex Ball, sfere comprese, un'idea nata nel 2003 e subito decollata. «Mi è parso importante - racconta Alex - realizzare qualcosa che da un lato creasse un'identità e dall'altro rendesse più solida l'azienda. Il soprannome che mi ha sempre accompagnato è stato decisivo, e la sfera è una forma senza tempo, classica. Significa perfezione, magia, gioco, infanzia».

Con questa proposta vincente, la Guerci Pallavidini è riuscita a reggere all'urto della crisi. «Il settore - spiega Alessandro - adesso sta tenendo, grazie soprattutto al contoterzismo che lavora per grandi brand. Noi siamo un po' l'eccezione: nel nostro piccolo siamo riusciti a imboccare un'altra strada, puntando non solo sul Made in Italy ma anche sul Made in Valenza». ■

## ANNO DI FONDAZIONE

1957

## FATTURATO 2018

1.100.000 euro

## DIPENDENTI

19

## SETTORE

Gioielleria





## Dalle medagliette per i cani alle targhette degli hotel

di Massimo Brusasco

Ci sono miracoli che nascono da un'intuizione. My Family, a Valenza, è un esempio. Nel 2000 Alessandro Borgese cominciò a dedicarsi alla gioielleria. Qualche anno dopo però capì che non sarebbe potuta durare, visto che i clienti erano quasi tutti italiani.

Cominciò quasi per caso a produrre qualche medaglietta per gli animali d'affezione. E, in una mattinata fortunata, le mostrò in cinque negozi per animali, ad Alessandria. In tre di questo trovò non solo entusiasmo, ma gente pronta a fare ordine.

Il 15 settembre 2010, My Family debuttò seriamente sul mercato e, a fine anno, contò ben 300 concessioni, grazie anche al passaparola, a guizzi vincenti e a un po' di buona sorte. Poi, certo, bisogna saperci fare. Se entrate in questo doppio stabilimento nella zona industriale di Valenza, ci mettete zero a capire che Borgese ci sa fare davvero. Su una parete, campeggia una gigantesca cartina del mondo, con 79 puntine colorate, ognuna su uno degli stati in cui My Family vende i propri prodotti, che sono medagliette per cani e gatti, guinzagli, collari e tutto quel che ruota attorno al mondo del 'pet'. La genialità è stata la realizzazione della 'macchinetta' che consente l'incisione delle targhette. Sono maneggevoli e altamente tecnologici, in modo tale che il cliente di un negozio di animali può incidere, da solo e immediatamente, il nome del cane e, volendo, il numero di telefono del proprietario.

Si parte dagli animali per arrivare agli hotel, ad esempio. Servono targhette per le chiavi o per i badge? O magari, nei ristoranti di prestigio, segnaposti personalizzati? My Family provvede, incidendo le placchette con quanto serve. Idem per i grandi eventi nella convinzione

che la medaglietta incisa possa essere un bel gadget da lasciare ai partecipanti. Le aziende che chiedono prodotti dedicati si rivolgono qui dal 2016, quando My Family si fece conoscere in una fiera di settore a Parigi, dove vinse un premio per l'innovazione.

Da qui escono 4 milioni di medaglie all'anno, ma ci sono altri due stabilimenti, a Montebello della Battaglia (Pavia) e negli Stati Uniti. Di macchine stampatrici ce ne sono 800 installate in mezzo mondo. All'interno dei capannoni (dove tutto è anche al servizio di chi lavora), una tipografia e una sartoria, utile per confezionare guinzagli e collari, tutti griffati My Family e Made in Italy.

Clienti importanti si rivolgono a quest'azienda che, da un po', lotta per la gestione degli spazi. «Bisogna ottimizzare» dice Borgese. Il 7 gennaio inizierà il futuro: si lavorerà per la robotizzazione della fabbrica e i bancali troveranno un'altra destinazione. «L'importante, alla fin fine, è produrre» dice il titolare. Sa, però, che è fondamentale farlo bene. ■



Ci sono miracoli che possono nascere da un'intuizione. Fabbrica a Valenza ma anche negli Stati Uniti.

### ANNO DI FONDAZIONE

2010

### FATTURATO 2018

12 milioni di euro

### DIPENDENTI

105

### SETTORE

Pet market



# La fabbrica che punta sul green, produce gioielli e colleziona quadri

di Massimo Brusasco

Se non ci arrivi al primo tentativo, è probabilmente colpa del navigatore e di una bizzarria viaria valenzana, perché il numero 23 di strada Citerna c'è in due parti, neanche vicine tra loro. Poi però ti imbatti in una struttura innovativa, originale, curiosa. E allora capisci di essere arrivato dove, da maggio 2018, questo gruppo valenzano che si dedica alla produzione di gioielli per conto terzi ha scelto di abitare, dando una svolta a una storia cominciata nel 1979 con la 'Argentini di Mattacheo Giovanni & C'. L'architetto Claudio Deangelis ha molti meriti. E' lui il professionista al quale si è affidato Jacopo Beneventi, l'affatto banale titolare di Gioj. Si sono intesi ben presto, puntando sul 'green' e assicurando un aspetto bucolico a una fabbrica a tutti gli effetti, quella che nel 1982 è diventata Gioj e che nel 2001 ha cambiato pelle, rispetto alle origini. "Ci siamo trovati davanti a un bivio - rac-

conta Beneventi - O proseguire col produrre le nostre collezioni e commercializzarli, oppure investire nell'essere fabbrica e lavorare per altri. Abbiamo optato per la seconda ipotesi. Una scelta criticata da qualcuno, ma alla fin fine risultata vincente, grazie anche a colleghi che, conoscendo il nostro modo di fare, si sono rivolti a noi, diventando clienti".

Nell'elenco figurano alcuni celebri nomi della gioielleria, italiana e non solo. "C'è chi si rivolge a noi con disegni e modelli chiedendo la realizzazione dei preziosi e chi si affida totalmente alla Gioj e, dunque, ai nostri creativi di riferimento". Non sono rare le visite guidate. E tutti a stupirsi delle vetrate che caratterizzano gli interni ["così tutti possono vedere tutti"], ma anche della collezione di quadri: "Siamo appassionati di pittura e questi sono regali che ci facciamo almeno una volta l'anno". ■

## ANNO DI FONDAZIONE

1979

## FATTURATO 2018

7.853.000 euro

## DIPENDENTI

62

## SETTORE

Gioielleria



# Nello storico Palazzo Terzano, una lunga storia di relazioni d'azienda

di Massimo Brusasco

Lo Studio Cirri ha scelto un luogo storico, Palazzo Terzano, a Valenza, per continuare una lunga tradizione nell'ambito delle Relazioni pubbliche d'Azienda.

Tutto ebbe inizio nel 1950, quando i Giulio Cirri, dirigente d'azienda, classe 1921, laurea in Economia e Commercio, comprese l'importanza di una gestione sempre più professionale delle relazioni con i diversi stakeholder, aziendali, istituzionali o privati. L'attività è proseguita con Giuseppe Alfonso Cirri, classe 1960, che vanta un lungo curriculum e che è socio professionista di Ferpi, la ederazione relazioni pubbliche italiana, organo ufficiale che rappresenta tutti quelli che esercitano la professione di comunicatori e relatori pubblici a livello nazionale. Lo Studio Cirri è specializzato, tra l'altro, nella consulenza manageriale e nella formazione in ambito delle Relazioni Pubbliche d'Impresa.

Offre consulenze per comunicazione d'impresa, realizzazione di piani strategici, strategie per creare o rafforzare la reputazione aziendale. Inoltre, affianca i clienti durante trattative e negoziati che richiedono la presenza di professionisti della comunicazione.

«Ascolto - spiega Giuseppe Alfonso Cirri - è il primo passo per comprendere e interpretare le esigenze di ogni cliente. Solo tramite un attento ascolto è possibile formulare ipotesi di consulenza, parametrare sulle aspettative e sulla storia professionale o aziendale di ogni nostra controparte. Il nostro migliore claim: il cliente al centro della nostra professionalità». Lo studio si occupa anche di formazione, divulgazione della cultura manageriale, comunicazione interpersonale, strategie di negoziazione, gestione dei conflitti e comunicazione di marketing. ■





## Cremazioni, cadono i tabù e il Tempio valenzano raddoppia

di Massimo Brusasco

Il punto di forza è l'essere una struttura privata. «Ci si può gestire al meglio, andare incontro alle richieste delle famiglie, con rapidità e senza vincoli di orario». Parla Enrico Cerruti, l'imprenditore che ha ideato Panta Rei [della società fanno parte anche il fratello Alfredo, e Roberto Marchisio], il tempio crematorio di Valenza, non distante dal cimitero cittadino.

E' una struttura in forte crescita, tecnologicamente all'avanguardia. E sempre più frequentata, perché ormai le cremazioni hanno superato quella sorta di tabù in cui erano imprigionate. Bisogna fare i conti che le leggi che normano il settore [alcune delle quali, probabilmente, meritevoli di modifica per adeguarle al terzo millennio], ma quel che conta, da queste parti, è il "fattore umano", decisamente importante visto l'argomento trattato.

«Ci poniamo al servizio dei famigliari del defunto e, nello stesso tempo, di ridurre i tempi di attesa anche delle imprese funebri - spiega Cerruti - In due ore e mezza, circa, siamo in grado di consegnare l'urna con le ceneri. La nostra struttura, a livello di accoglienza, è certificata come la migliore d'Italia. Non solo, abbiamo anche l'impianto crematorio maggiore del Paese».

Qualche numero lo certifica: 1.000 metri quadri coperti, compresa sala bar e sala del commiato; l'impianto fotovoltaico, un sistema per non disperdere il calore: in inverno la struttura è scaldata con l'esubero di calore. Non solo: sotto il parcheggio e gli scivoli per favorire l'accesso alle persone portatrici di handicap corre una serpentina anti ghiaccio in cui viene iniettata acqua riscaldata.

Passo indietro. La Cerruti Fratelli è un'impresa di costruzioni da tre generazioni. Debutto nel 1918. «Nel 2010 - racconta Enrico - frequen-

tando altri impianti crematori, mi è venuto in mente che una struttura del genere avrei potuto, anzi dovuto, farla anche io. E' stata una scommessa con me stesso».

Lunga la trafila burocratica, come sempre accade. Poi, però, la fase di costruzione è stata sostanzialmente rapida: a marzo 2014 è stato avviato il cantiere e, a novembre dello stesso anno, l'inaugurazione. Da allora, una crescita costante. Il Panta Rei serve il Piemonte, la Liguria, la Lombardia. E, fino a qualche mese fa, ci si rivolgeva qui anche da Toscana e Sardegna. Significa che ogni giorno vengono svolte dalle 10 alle 19 cremazioni.

Numeri importanti che hanno indotto al raddoppio dell'impianto, «che è a disposizione per qualsiasi confessione religiosa. Abbiamo ospitato protestanti, Testimoni di Geova, indù... [musulmani ed ebrei non prevedono la cremazione, ndr]».

E chi vuole fare precedere il rito da una funzione religiosa lo può fare all'interno di questo complesso moderno che, come vuole la legge, sorge in un'area adiacente il cimitero. «Il terreno è del Comune, che ci ha dato la possibilità del project financing - conclude Cerruti - Abbiamo una concessione per 35 anni e ogni anno corrispiamo all'amministrazione 30mila euro, cifra che può aumentare in base all'aumento delle cremazioni. Dopo 35 anni, il Comune può rivedere l'accordo». ■

“A livello di accoglienza è certificata come la migliore d'Italia.”

### ANNO DI FONDAZIONE

2014

### FATTURATO 2018

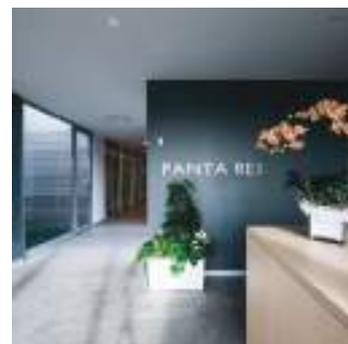
1.080.000 euro

### DIPENDENTI

3 + 2 titolari

### SETTORE

Cremazioni





# KRUMIRI

ROSSI

DAL 1878, *gli originali*



**PORTINARO - CASALMONFERRATO**

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



## Investire in ricerca e sviluppo: il progetto entro il prossimo anno

di **Marco Bertoncini**

L'odierna Bobst Italia nasce nel 1960 con il nome di Rotomec nell'attuale sede di San Giorgio Monferrato per occuparsi della produzione di macchine da stampa rotocalco e di macchine per la spalmatura e l'accoppiamento di materiali in bobina (carta, film, alluminio sottile) destinati all'industria dell'imballaggio flessibile.

Oggi, dal 2004, rinominata Bobst Italia SpA, è un'azienda facente capo al Gruppo Bobst, tra i leader mondiali nella fornitura di macchinari e servizi per produttori di imballaggio e di etichette nell'industria del cartone teso, del cartone ondulato e dei materiali flessibili: una realtà presente in oltre 50 paesi, con 14 sedi produttive, 5600 dipendenti e un fatturato di 1.63 miliardi di franchi svizzeri (quasi 1.5 miliardi di euro). Per quanto riguarda la Bobst Italia di San Giorgio, lo stabilimento è specializzato nella produzione di macchine per la stampa rotocalco per materiali flessibili - principalmente imballaggio alimentare e non - accoppiatrici e impianti di spalmatura. Conta 350 dipendenti.

Nonostante la crisi economica dell'ultimo decennio, l'azienda mostra continuità straordinaria sia dal punto di vista del fatturato, sia dal punto di vista dell'innovazione tecnologica, e questo grazie al continuo investimento in ricerca e sviluppo e alle competenze dei suoi dipendenti, veri e propri motori delle sue innovazioni.

Negli ultimi anni sono state stanziati importanti risorse per dare dinamismo al settore delle macchine di spalmatura, che hanno permesso di realizzare una notevole crescita in diversi segmenti chiave di un settore decisamente specializzato.

Nella direzione degli investimenti dell'innovazione è da interpretarsi il piano di ampliamento dello stabilimento di San Giorgio, che dimostra la

grande fiducia della casa madre nell'operato della sede monferrina.

Avviato nel 2016, il progetto, attraverso tre fasi distinte, sarà completato il prossimo anno.

La struttura così ammodernata verrà adeguata ai contemporanei principi di risparmio energetico in termini di coibentazione e disporrà inoltre di soluzioni di ultima generazione per quanto riguarda l'impiantistica, in linea con i principi di risparmio energetico e sostenibilità ambientale del Gruppo.

Attenzione è stata anche dedicata alle aree esterne, ampliando i parcheggi e realizzando nuove aree verdi. L'estetica dello stabilimento è stata curata in modo particolare, riducendone l'impatto sia sul fronte sia sul retro. Una nuova illuminazione notturna a bassa diffusione riduce il fenomeno dell'inquinamento luminoso. I nuovi locali amministrativi verranno trasformati secondo quanto previsto dalla normativa italiana per l'isolamento in classe "A2" e saranno dotati di illuminazione a led, che vanta livelli di longevità e bassi consumi energetici unanimemente riconosciuti. Il tetto del capannone di assemblaggio prevede diversi lucernari.

L'illuminazione naturale offre un duplice vantaggio, consentendo di risparmiare ulteriormente sull'elettricità e di aumentare il benessere del personale, come dimostrano vari studi sull'ergonomia del luogo di lavoro. Sul tetto dei capannoni della logistica è stata installata una serie di pannelli solari, pari a una potenza dieci volte superiore a quella che viene richiesta dalla legge italiana. Anche il tetto del nuovo competence center sarà dotato di pannelli fotovoltaici, nonché di sistemi di recupero delle acque piovane per riutilizzo interno. I pannelli verranno posati sopra i tetti bonificati dell'amianto. ■

### ANNO DI FONDAZIONE

1960

### FATTURATO 2018

130 milioni di euro

### DIPENDENTI

350

### SETTORE

Produzione di macchine da stampa rotocalco





## ANNO DI FONDAZIONE

1954

## FATTURATO 2018

28 milioni di euro

## DIPENDENTI

120

## SETTORE

Estrazione e costruzioni

## Cave, calcestruzzi e asfalti senza dimenticare l'ambiente

di **Massimo Brusasco**

Si dice che si va dall'ago al missile per spiegare che tutto è compreso. Nel settore delle costruzioni e di quel che gira attorno, l'azienda Allara di Casale Monferrato spazia dal piccolo al grande, senza troppe distinzioni.

Anche se è chiaro che, essendo ad esempio partner di riferimento di un colosso come il Cociv, si guarda necessariamente a importanti progetti, pur non disdegnando di soddisfare le esigenze di artigiani dai fatturati ridotti.

A proposito: quando la ditta con sede in strada Frassineto Po debuttò, nell'ormai lontano 1954, aveva un giro d'affari di un miliardo di lire. Ora siamo nell'ordine dei 30 milioni di euro (nel 2019), complice il passaggio dall'unica cava a una varietà di sedi ma, soprattutto, a una gamma di competenze che toccano mondi diversi.

Diversificare è un verbo che sa di garanzia. Nello specifico: un punto di forza.

Allara tratta sempre di cave, il core business dell'azienda, ma si occupa anche di calcestruzzo, agricoltura, asfalti, costruzioni, prefabbricati, fino alle energie rinnovabili e all'ambiente, àmbiti sicuramente d'attualità che qui, però, hanno avuto il merito di cominciare a "frequentare" con ampio anticipo rispetto alle mode, per quanto queste siano un'esigenza oltre che un'opportunità.

La Allara ha mantenuto il nome d'origine anche se da tempo ormai è la famiglia Balbo a tenere le redini di un'impresa che conta 120 dipendenti, che ha la sede a Casale e ramificazioni a Desana, Borgo Vercelli, Chivasso, Mezzana Biglie e, nell'Alessandrino, a Frassineto Po, Sezzadio e Felizzano.

Piemonte, Liguria e Lombardia sono le regioni servite, con un parco macchine che supera abbondantemente i 100 mezzi; 4 i siti estrattivi, 20 i milioni di euro del portafoglio opere, 450

le imprese clienti. Numeri importanti, dunque che fanno dell'Allara un'azienda leader del settore, almeno in Piemonte.

Tra le opere più significative per le quali si sta lavorando, quelle del Terzo Valico. Avete presente le gallerie? Ecco, il "tubo" del tunnel è griffato Allara. Ma non si può nemmeno dimenticare l'impegno "ecologico" che si traduce con la trasformazione di aree contaminate o dismesse le quali, opportunamente rimodellate, diventano parchi naturali o zone destinate alle coltivazioni.

Una "svolta green" perfettamente adeguata ai tempi.

I progressi sono possibili grazie agli investimenti. Gli introiti vengono riconvertiti in azienda, dando soddisfazione anche alle esigenze tecnologiche.

E così, ad esempio, può succedere che i progetti degli ingegneri vengano inviati direttamente sugli escavatori tramite computer. E tecnologicamente avanzati sono anche i rover da terra e i droni per le perlustrazioni aeree, senza dimenticare che l'azienda si avvale di un software esclusivo, garanzia di efficienza e tempi rapidi.

Varietà, differenziazione, complessità del lavoro fanno sì che Allara possa offrire risposte di vario tipo, a seconda delle esigenze dei committenti.

I progressi sono sintetizzati dalle date: nel 1954, il primo sito estrattivo sulle rive del Po; negli anni Settanta, viene implementata la linea dei calcestruzzi attraverso l'installazione di un impianto di betonaggio a Casale; negli Anni Novanta la crescita esponenziale, grazie alla nuova (e attuale) proprietà che, nel decennio successivo, acquisisce altre importanti realtà locali, moltiplicando attività e fatturato. ■





## Il famoso biscotto artigianale realtà della pasticceria italiana

di **Marco Bertoncini**

I Krumiri nacquero un po' per gioco e un po' per caso. La loro presenza è certificata addirittura nel 1878 quando rappresentavano già una golosa realtà della pasticceria italiana. A inventarli fu Domenico Rossi che, dopo grandi successi e attestati [medaglia di bronzo all'Esposizione Universale di Torino nel 1884, i diplomi di "Provveditore della Casa di Sua Altezza il Duca d'Aosta", del Duca di Genova e della "Reale Casa d'Italia nella persona di Umberto I", il Gran Diploma d'Onore dell'Esposizione di Casale nel 1900] cedette l'attività negli anni venti del '900 a Angelo Ariotti che, acquistata ricetta e brevetto del famoso biscotto ricurvo, lo cedette a sua volta nel 1953 a Ercole Portinaro. L'azienda è da quell'anno di proprietà della stessa famiglia e oggi il testimone è nelle mani di Anna, figlia dei Comendatori Romolo e Dorotea Portinaro.

Il krumiro, nella sua inconfondibile scatola rossa, non è mai cambiato e probabilmente questo è stato il suo grande e unico segreto, la chiave che gli ha permesso di continuare a diffondersi, in particolare grazie al semplice passaparola delle recensioni positive dei golosi che a distanza di anni, aprendo la confezione, percepiscono sempre lo stesso profumo, antepresa dello stesso piacevole sapore.

«Nonostante la concorrenza e le imitazioni le vendite in bottega [in via Lanza a Casale, dove avviene anche la produzione] sono stabili, mentre aumentano le compravendite 'al di fuori', tanto che spesso, in particolare in alcuni periodi dell'anno, siamo costretti a dire di no per le troppe richieste» spiega Anna Portinaro. E' curioso che dati così positivi per le vendite non abbiano a confortarli un canale di vendita online. Krumiri Rossi di Portinaro infatti non ha uno shop su internet, si affida a una rete

[in espansione] di collaboratori, dai bar agli hotel agli showroom, ma senza intermediari. Con ognuno di loro è fondamentale il rapporto di fiducia diretta, il Krumiro Rossi è presente solo dove può essere adeguatamente tutelato e rispettato, non svenduto. Per questo ad esempio non è possibile trovarlo nei canali della grande distribuzione, quelli dei supermercati.

Si tratta di un biscotto nato come produzione artigianale e che ha mantenuto, in un secolo e mezzo, la sua natura artigiana e, al suo interno, l'assenza di conservanti: per questo si sviluppano piuttosto relazioni con altre realtà simili, come con la tarantina Pregiata Forneria Lenti, che rifornisce la famiglia Portinaro di panettoni e, a sua volta, ricambia la stima con i Krumiri Rossi.

Il fatturato dell'azienda si sviluppa principalmente sul mercato italiano, benchè siano evasi sempre più frequenti ordini dall'Europa, dall'Asia e dall'America. La diffusione del brand, di fatto, avviene semplicemente ma inesorabilmente, come detto, attraverso il passaparola dei clienti che possono gustare, con il passare delle epoche e delle generazioni, un prodotto esattamente identico a quello che avrebbero gustato un secolo e mezzo prima, un biscotto artigianale, preparato in una bottega di piccole dimensioni, così come quelle dell'azienda stessa, che conta [fatto salvo un aumento di collaboratori stagionali durante il periodo invernale] 'solamente' una dozzina di dipendenti fissi.

I Krumiri di Portinaro hanno nel corso degli anni conquistato il mondo, arrivando ovunque in Italia, dal Quirinale fino a Montecitorio, ma anche le terre oltre Oceano, con l'ex presidente Usa Bill Clinton che se ne dichiarò entusiasta... ■

### ANNO DI FONDAZIONE

1878

### FATTURATO 2018

1 milione e 487 mila euro

### DIPENDENTI

13

### SETTORE

Pasticceria





## ANNO DI FONDAZIONE

1919

## FATTURATO 2018

35 milioni di euro

## DIPENDENTI

180

## SETTORE

Trasporto persone  
viaggi, turismo

## Logistica per le persone con una crescita costante

di **Marco Bertoncini**

«Stat si occupa di logistica per le persone». È questa la frase dell'amministratore e responsabile Paolo Pia che riassume, forse meglio di qualunque altra, la vastità dei campi di azione dell'azienda che proprio quest'anno ha celebrato i suoi primi 100 anni di vita. Lungo un secolo di storia il Gruppo Stat - sempre con la famiglia Pia al comando - si è evoluto per diventare una rete di imprese attiva nel macro-ambito del trasporto persone tout court, sia dal punto di vista turistico che locale, con servizi in bus regolari e a noleggio, viaggi di ogni genere, dalle vacanze agli spostamenti di lavoro fino alle gite scolastiche, vendendo al dettaglio o attraverso varie agenzie, e sono moltissime.

«Nel 2018 hanno utilizzato Stat circa un milione e 200mila persone, abbiamo percorso 8 milioni di chilometri» prosegue Pia. I numeri sono impressionanti: la flotta si compone di più di 100 bus, 1 officina meccanica centrale, 5 depositi, 1 tour operator, 6 agenzie viaggi (e prodotti in vendita in 250 ulteriori agenzie). Costituiscono il gruppo i vettori bus Stat Turismo (marchio Stat), Stac (Autoticino), Volpi Licurgo (Volpi, Callero e Pesci), l'agenzia viaggi e tour operator Stat Viaggi (marchi Stat Viaggi e Sassone), le agenzie viaggi Geotravels e Gold Travel.

Nel 1919 quella di Stat era una realtà che si dedicava al solo trasporto locale (il primo collegamento fu tra San Germano e Casale Popolo) ma dagli anni 50 è andata espandendo il suo universo verso il mondo. «Una rete di imprese che continua a svolgere la sua attività tradizionale di trasporto persone alla quale si è associata da tanti anni l'attività turistica, in tutto il mondo» continua Pia.

Il bacino di riferimento oggi è quello di Piemonte, Liguria e l'Ovest della Lombardia. La crescita è

costante: «Vogliamo consolidarla sempre più, l'obiettivo è intercettare i flussi di turisti che vengono in Europa. Abbiamo vissuto tante epoche ma siamo riusciti ad attraversarle, cogliendone le opportunità. Oggi la tecnologia permette importanti possibilità, internet ci aiuta, offre chance da cogliere, servono però i giusti argomenti» spiega l'uomo al vertice del gruppo. La crescita tuttavia non deve perdere mai di vista il rispetto della territorialità, Stat è Monferrina e vuole continuare a vivere - e prosperare - con il territorio. Dice Pia: «Se ad Alessandria dieci agenzie offrono i nostri prodotti a un alessandrino non li vendiamo online, lo invitiamo ad andare in una delle agenzie».

Cavalcando l'evoluzione, ovviamente anche il trasporto 'regolare' si è modificato con il cambiamento delle esigenze. Dallo scorso anno ogni fermata dei bus Stat ha un Qr Code che offre ai viaggiatori notizie in tempo reale sulla corsa in partenza. «Oggi è fondamentale l'accesso all'informazione, è una delle nostre risposte al mondo che cambia» commenta il numero uno del gruppo. Stat oggi è in grado di seguire il passeggero per tutte le sue esigenze: «Portiamo i ragazzi a scuola, in gita, in vacanza studio. Da adulti in viaggio di nozze e in vacanza, in crociera, in tour guidati di un giorno e di più giorni, in esperienze adatte a chi ha più tempo, magari perchè in pensione. In Italia, in Europa, in tutto il Mondo» continua Pia. Anche al lavoro, il gruppo si occupa anche di business travel con due sue eccellenze, la Sassone e la Gold Travel, realtà al servizio del tessuto industriale per gli spostamenti di dirigenti, trasfertisti, commerciali e non solo. Tradizione e innovazione, anche grazie a uno staff giovane, le cui idee sono ascoltate e spesso utilizzate in vari ambiti. ■



# Antica Distilleria di Altavilla, la storia della grappa e di una famiglia

di **Marcello Feola**

L'Antica Distilleria di Altavilla è il marchio con cui viene immessa sul mercato l'esclusiva produzione di grappa effettuata dalle Distillerie Filippo Mazzetti. Fondata nel 1846 da Filippo Mazzetti, sono di proprietà di Filippo, Laura, Fabrizio e Alessandro Mazzetti e funzionano ininterrottamente da ben 173 anni. Nel 2011, in occasione del 150° anniversario dell'Unità d'Italia, sono state certificate e inserite nel Registro delle imprese storiche, appositamente istituito da Unioncamere, con attribuzione di medaglia coniata per l'occasione e il riconoscimento di aver fatto parte delle imprese "che hanno fatto la storia d'Italia" e rappresentano "le radici del futuro". Un futuro che l'Antica Distilleria di Altavilla continua ad affrontare con passione ed esperienza, sempre in ambito artigianale, e avvalendosi anche del Museo della grappa annesso alla struttura, meta di migliaia di turisti ogni anno, soprattutto stranieri. La distilleria,

situata ai piedi della collina e a fianco del Museo del Tramway, è aperta a visite guidate agli impianti di distillazione, al Museo della grappa, a degustazione di grappe invecchiate di grande pregio esclusivamente di provenienza piemontese. La distillazione delle vinacce, infatti, avviene negli impianti di alambicchi a vapore della Distilleria Filippo Mazzetti, che provvede poi a custodire per lunghi anni nelle proprie cantine di invecchiamento le varie tipologie di grappa prodotte, separate di anno in anno e varietà per varietà. Al termine, la grappa viene poi imbottigliata con il marchio Antica Distilleria di Altavilla. Ma rappresenta solo una parte di quella distillata e si aggira attorno alle 40mila bottiglie annue, mentre la restante parte continua a invecchiare sotto stretto controllo dell'Agenzia delle Dogane, costituendo un vero e proprio patrimonio di tipologie e annate diverse, racchiuse in svariate qualità di legno. ■

## ANNO DI FONDAZIONE

1846

## FATTURATO 2018

500mila euro

## DIPENDENTI

4

## SETTORE

Distillati



# Il fascino della tradizione da tramandare attraverso la bellezza di un prodotto

di **Marco Bertoncini**

Secondo una leggenda dell'America Latina le nonne regalavano a figlie, nipoti e nuore, un ditale in argento per proteggerle da ogni pericolo. Magia? Tutto ciò che serve è crederci. È questo che ha fatto Stefania Gargliardone, amministratore delegato di Hang Loose, quando ha dato vita a Keep Out nel 2014. Parliamo di un brand italiano nato dalla passione e dalla creatività di una dealer professionista di pietre preziose che ha reso il ditale da cucito protagonista di una linea di gioielli "portafortuna" in argento. La Gargliardone, affiancata da un team di professionisti tutto al femminile, ora è a capo di una realtà che ha registrato il suo marchio in tutto il mondo: bracciali, collane, orecchini e anelli vengono esclusivamente realizzati a mano Valenza, città leader in tutto il mondo nel settore. Oggi i Keep Out sono conosciuti in Europa e negli Stati Uniti.

La Mission è comunicare il fascino di una tradizione

da tramandare attraverso la bellezza di un prodotto curato nei minimi dettagli. Oltre all'e-commerce, Keep Out è presente in 130 negozi in Italia, 16 punti vendita negli Stati Uniti e in uno showroom sulla quinta strada a New York. Nell'azienda credono in molti, come l'editore Gateano Giuffrè, dal 2017 detentore del 29% della società.

«Sono fortunata, faccio un lavoro che amo. Non ho avuto una vita facile ma lavorare bene ripaga sempre. Ho desiderato fortemente Keep out, faccio un sacco di errori ma imparo anche molto. Avere un'azienda oggi è una sfida continua. Non sono un imprenditore e non lo diventerò mai, ma credo di poter dare il mio contributo, piccolo ma sincero, alla comunità» dice Stefania che con Keep Out non si dimentica della solidarietà: a Vitas è devoluto 1 euro per ogni gioiello acquistato online; con la collezione Keep Out for Jaipur si è aperta una scuola in India. ■

## ANNO DI FONDAZIONE

2014

## FATTURATO 2018

400mila euro

## DIPENDENTI

9

## SETTORE

Gioielli e accessori





**Clinica Salus**  
Policlinico di Monza  
Istituto ad Alta Specializzazione



## SPECIALITÀ DI RICOVERO E CURA

- CHIRURGIA GENERALE
- ORTOPEDIA E TRAUMATOLOGIA
- RIABILITAZIONE MOTORIA
- NEUROLOGIA
- DAY SURGERY  
(CHIRURGIA-OCULISTICA ORTOPEDIA)
- CAVS  
(CONTINUITÀ ASSISTENZIALE  
VALENZA SANITARIA)
- MEDICINA GENERALE

## ATTUALITÀ AMBULATORIALI

- CARDIOLOGIA
- CHIRURGIA GENERALE
- FISIATRIA / FISIOKINESITERAPIA
- NEUROLOGIA  
E NEUROFISIOPATOLOGIA
- OCULISTICA
- ORTOPEDIA E TRAUMATOLOGIA

## PER INFORMAZIONI

- Centralino: 0131 29461
- E-mail: [info@clnicasalus.it](mailto:info@clnicasalus.it)

# Policlinico

## Istituto ad Alta Specializzazione

## SERVIZI SPECIALI E DIAGNOSI DI CURA

- DIAGNOSTICA PER IMMAGINI  
(RADIOLOGIA TRADIZIONALE-RX,  
OPT, ECOGRAFIA, TAC)
- LABORATORIO ANALISI

Tutte le specialità esercitate sono rese in regime di Accreditamento al Servizio Sanitario Nazionale. Il paziente è tenuto esclusivamente al pagamento dell'eventuale ticket

## PER PRENOTARE

- **Centro Unico Prenotazioni: tel. 0131 29461**  
Servizio attivo dalle ore 8,30 alle 13,00 e dalle ore 14,00 alle 16,30 dal lunedì al venerdì. E' attiva la segreteria telefonica durante la chiusura degli uffici
- **Accesso diretto senza prenotazione**  
Esami di laboratorio ed ECG dal lunedì al venerdì dalle ore 7,30 alle 9,30
- **Prenotazione a distanza**  
Collegandosi al sito [www.clinicasalus.it](http://www.clinicasalus.it)  
Sms al numero: 338 5714132

Alessandria - Via Trotti 21  
Tel. 0131 29461 - Fax 0131 2946192  
[www.clinicasalus.it](http://www.clinicasalus.it)  
Direttore Sanitario:  
Dott. Clemente Ponzetti  
Spec. in Igiene e Medicina Preventiva



UNI EN ISO 9001:2015



**Città di Alessandria**  
**Policlinico di Monza**  
Istituto ad Alta Specializzazione

# di Monza

## Specializzazione

### CENTRO CUORE

- CARDIOCHIRURGIA
- CHIRURGIA VASCOLARE
- ANESTESIA E TERAPIA INTENSIVA POSTOPERATORIA CARDIOCHIRURGICA
- CARDIOLOGIA CLINICA
- EMODINAMICA
- ELETTROFISIOLOGIA
- CARDIOLOGIA RIABILITATIVA
- DIAGNOSTICA PER IMMAGINI CARDIOLOGICA

### ATTIVITÀ AMBULATORIALI

- CARDIOCHIRURGIA
- CARDIOLOGIA
- CHIRURGIA GENERALE
- CHIRURGIA VASCOLARE
- MEDICINA GENERALE
- ORTOPEDIA E TRAUMATOLOGIA
- UROLOGIA
- ENDOSCOPIA DIGESTIVA
- COLON E GASTROSCOPIA

### PER INFORMAZIONI

- Centralino: 0131 314500
- E-mail: [info@clinicacittadialessandria.it](mailto:info@clinicacittadialessandria.it)

### ALTRE SPECIALITÀ DI RICOVERO E CURA

- CHIRURGIA GENERALE
- DAY SURGERY
- MEDICINA GENERALE
- OCULISTICA
- ORTOPEDIA E TRAUMATOLOGIA
- UROLOGIA

### SERVIZI SPECIALI DI DIAGNOSI E CURA

- DIAGNOSTICA PER IMMAGINI (RADIOLOGIA TRADIZIONALE-RX, MAMMOGRAFIA DIGITALE, MOC, OPT, ECOGRAFIA, RISONANZA MAGNETICA, TAC)
- LABORATORIO ANALISI

Tutte le specialità esercitate sono rese in regime di Accreditamento al Servizio Sanitario Nazionale. Il paziente è tenuto esclusivamente al pagamento dell'eventuale ticket

### PER PRENOTARE

- **Centro Unico Prenotazioni (CUP): 0131 314500**  
dal lunedì al venerdì dalle ore 8,30 alle 13 e dalle 14 alle 16,30. E' attiva la segreteria telefonica durante la chiusura degli uffici
- **Accesso diretto senza prenotazione**  
Esami di laboratorio ed ECG dal lunedì al venerdì dalle ore 8 alle 10
- **Prenotazione a distanza**  
Collegandosi al sito [www.clinicacittadialessandria.it](http://www.clinicacittadialessandria.it)  
Sms al numero: 338 6098694

Alessandria - Via Vittorio Moccagatta 30  
Tel. 0131 314500 - Fax 0131 236114  
[www.clinicacittadialessandria.it](http://www.clinicacittadialessandria.it)  
Direttore Sanitario:  
Dott. Clemente Ponzetti  
Spec. in Igiene e Medicina Preventiva



UNI EN ISO 9001:2015

# Bcube: un lungo percorso per diventare leader della logistica

di **Maurizio Neri**

Quella di Bcube è una realtà imprenditoriale legata indissolubilmente alla famiglia Bonzano, un sinonimo e una garanzia di solidità aziendale: aspetti fondamentali per la crescita e lo sviluppo di un'impresa e nel rapporto con i suoi clienti. Dal 1952 a oggi, lungo questi quasi 70 anni, il gruppo ha affrontato un percorso che lo ha portato a diventare uno dei leader nel panorama della logistica, in Italia e non solo.

Bcube è infatti un operatore di servizi di logistica integrata per la gestione della Supply Chain (la catena di distribuzione), agisce oggi in un contesto globale con una rete costituita da oltre 180 siti operativi in tutto il mondo (la sede principale è a Casale Monferrato), 4000 collaboratori, un fatturato di oltre 600 milioni di euro e un importante portafoglio clienti nel quale il rapporto cliente-fornitore tende sempre più ad assumere le caratteristiche di una partnership,

estendendosi di frequente a più mercati. Questo aspetto favorisce una crescita significativa a livello internazionale e un considerevole consolidamento della relazione in essere con il cliente che può usufruire di un servizio di logistica integrata a tutto tondo: è accompagnato lungo tutte le fasi della catena di distribuzione dalla logistica inbound (i processi che precedono il processo produttivo), logistica di stabilimento, logistica outbound (i processi che entrano in gioco a produzione avvenuta) e con un ventaglio di attività complementari quali servizi a valore aggiunto, imballaggio industriale, gestione pratiche doganali. L'offerta si struttura su soluzioni costruite su misura in cui viene posta particolare attenzione alla qualità del servizio. Il continuo impegno ad adottare e promuovere nuove soluzioni per far aumentare la competitività dei clienti a livello globale è rivolto a numerosi settori. ■

## ANNO DI FONDAZIONE

1952

## FATTURATO 2018

602 milioni di euro

## DIPENDENTI

4000 a livello globale

## SETTORE

Servizi di logistica integrata



# Dall'automotive all'appliance Eltek Group in costante crescita

di **Marco Bertoncini**

Eltek Group è una multinazionale nata nel 1979 a Casale, dove tuttora ha sede il quartier generale. L'azienda ha stabilimenti in Italia, Cina, Polonia, Svizzera e Brasile per oltre 46.000 mq di superficie produttiva; conta filiali commerciali in America e Germania oltre ad una rete di distributori in Giappone, India e Corea. Il gruppo è specializzato in ricerca, progettazione, sviluppo e produzione di sensori, componenti elettronici e microelettronici per le differenti divisioni in cui opera: dall'automotive all'appliance fino alla più recente divisione medicale, nata nel 2010 e in pieno sviluppo.

«We deliver solutions è sia il nostro claim che la vision che ci guida in tutti i settori. La nostra mission è dare ai nostri clienti un vantaggio competitivo, fornendo soluzioni innovative basate su tecnologie avanzate» spiega il direttore generale Fulvio Cerutti (nella foto). A lui fanno riferimento i direttori delle quattro business unit aziendali:

Alessandro Rollè (Automotive), Marco Moro (Appliance, il settore 'storico' di Eltek), Fabio Nebbia (Medical) e Marco Pizzi (Ricerca e Sviluppo).

La proprietà è detenuta al 100% dalla Famiglia Sassone nelle persone del fondatore Luigi e della figlia Barbara, Amministratore Delegato.

Tradizionalmente Eltek Group investe una consistente quota del fatturato in ricerca e sviluppo. La divisione automotive opera alla mission aziendale focalizzandosi ad esempio verso l'abbattimento delle emissioni inquinanti e l'elettrificazione. I risultati di bilancio confermano il trend di crescita rilevato negli ultimi anni con un fatturato consolidato 2018 di circa 200 milioni e un capitale umano di 1700 persone. Gli investimenti in ricerca e sviluppo sono pari al 5% e l'ammontare del flusso di cassa impiegato per acquistare, mantenere o implementare le proprie immobilizzazioni operative è del 15% annuo. ■

## ANNO DI FONDAZIONE

1979

## FATTURATO 2018

127.941.962 euro (ELTEK Italia)

## DIPENDENTI

580 (ELTEK Italia)

## SETTORE

Componenti elettromeccanici ed elettronici



# Leader nella distribuzione automatica, qualità, affidabilità e servizio

di **Marco Bertoncini**

La SandenVendo nasce negli Stati Uniti e diventa giapponese nel 1998. Nel mentre, nel 1965, arriva in Monferrato. Parliamo un di un gruppo da decenni leader riconosciuto in Europa nell'industria della distribuzione automatica. I suoi punti di forza sono l'eccellenza in termini di qualità, affidabilità e servizio: un fornitore unico che offre una vasta gamma di distributori automatici per bevande calde e fredde, snack e gelati confezionati, grazie alla sua avanzata tecnologia nei sistemi refrigeranti. La SandenVendo di Coniolo, come detto, è parte della Società giapponese Sanden da oltre 30 anni.

La realtà monferrina era sorta dall'acquisto della fallita Igea. L'area di Casale Monferrato era considerata strategicamente e geograficamente privilegiata. L'ideale per la nascita della Vendo Italy, in cui operava solo una linea di montaggio per distributori del freddo, in grado

di realizzare all'incirca 1000 macchine distributrici di bevande fredde all'anno con un organico di trentadue persone. Di strada ne è stata fatta per arrivare a oggi: la produzione procede bene fino al 1974, quando si toccano i 4500 distributori all'anno e i 130 dipendenti. Dopo un periodo di crisi si ritorna a crescere, fino al 1987, quando la produzione tocca i 7000 distributori annui. Dopo l'acquisizione da Sanden nel 1988 la Vendo accede al più grande gruppo mondiale del vending. Vengono così compiuti massicci ed oculati investimenti tecnologici, aumentando la potenziale capacità produttiva dell'azienda. La nuova era della Vendo inizia nel 2005 con la nuova denominazione SandenVendo Europe. Il gruppo Sanden impiega complessivamente oltre 13mila dipendenti, ha prodotto mezzo milione di distributori automatici nei suoi 75 anni di vita e opera in 23 diversi paesi attraverso 54 sedi aziendali. ■

**ANNO DI FONDAZIONE**

1965

**FATTURATO 2018**

33.906.874 euro

**DIPENDENTI**

183

**SETTORE**

Metalmeccanica



# Euromac, livello tecnologico elevato in continua evoluzione

di **Marco Bertoncini**

La Euromac di Villanova Monferrato nasce nel 1968 dall'iniziativa dei fratelli Adelio e Mario Miglietta. Cinquant'anni dopo, con alla guida i figli di Adelio, Maurizio [presidente] e Massimo [vice], è in scena anche la terza generazione di Miglietta, quella composta da Vittorio e Corrado. L'azienda è leader mondiale nella progettazione e realizzazione di macchine taglia bobinatrici nel settore del packaging farmaceutico, alimentare e non solo: macchine di altissimo livello tecnologico e in continua evoluzione. Tutte le soluzioni, così come l'assistenza post vendita, nascono dalla valutazione delle esigenze di ogni cliente al fine di realizzare prodotti all'altezza delle più elevate aspettative. Euromac ha deciso di incrementare la struttura produttiva, da qui i lavori di ampliamento del reparto produttivo e di costruzione della nuova palazzina per gli uffici, che termineranno a breve; migliorie che dovrebbero aumentare

la produzione del 30%. La domanda di tagliabobinatrici 'tailor made' è costante: la produzione per l'anno 2020 è già saturata.

Gli ampliamenti portano anche opportunità di lavoro, soprattutto per gli studenti degli istituti tecnici del Casalese, con i quali, da tempo, è in essere una collaborazione proficua. «*Innovare continua ad essere il punto di forza che ci ha permesso di superare i momenti di crisi che, in 50 anni, non sono mancati. La continua evoluzione ha bisogno di risorse umane, è grazie che a loro che si alimenta. C'è una grande difficoltà nel reperire tale vitale risorsa. La nostra azienda è attiva nel sensibilizzare i giovani affinché il loro percorso di studi superiori venga indirizzato verso istituti tecnici che consentano loro di trovare ottimi impieghi lavorativi*» spiega Vittorio Miglietta, Assistente esecutivo dell'amministratore delegato. ■

**ANNO DI FONDAZIONE**

1968

**FATTURATO 2018**

20 milioni di euro

**DIPENDENTI**

130

**SETTORE**

Produzione tagliabobinatrici per l'industria del packaging



# HOLDIM

group



**DIMSPORT**

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

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



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

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



**AUTOGAS**  
**Aiitalia**

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

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



**2LNG**

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

[www.2lng.com](http://www.2lng.com)



**GLF**  
TURBINE

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

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



**MACARIO**

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

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



**HOLDIM s.r.l.**

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



## Una visione a lungo termine sul mondo dell'impresa

di **Marco Bertoncini**

Buzzi Unicem è una multinazionale il cui campo di interesse è focalizzato sul cemento. Si tratta di un gruppo multiregionale internazionale la cui sede centrale è a Casale Monferrato. Cemento ma non solo, anche calcestruzzo preconfezionato ed aggregati naturali. Con una visione a lungo termine sul mondo dell'impresa, il management opera in un'ottica che tiene in considerazione una prospettiva di sviluppo sostenibile, anche attraverso strutture di produzione che mirano all'alta qualità e all'eco-compatibilità. L'esperienza e la profonda conoscenza, sia a livello di processi produttivi che per quanto riguarda la gestione, sono il segreto della creazione di valore del gruppo, considerato tra i big del settore a livello mondiale.

Dati recenti lo collocano al secondo posto in Italia [oltre 1600 dipendenti, 8 cementerie a ciclo completo, 3 centri di macinazione e 3 terminali con una capacità produttiva pari a circa 10,8 milioni di tonnellate all'anno, 21% del mercato] e in Germania [attraverso Dycerhoff, società fondata nel 1864 della quale Buzzi Unicem detiene il 100% del capitale: oltre 1800 dipendenti in 108 centrali di betonaggio per il calcestruzzo preconfezionato, 7 stabilimenti, 2 dei quali centri di macinazione, quota di mercato del 13% circa], al quarto posto negli Stati Uniti d'America e in Messico. Ma non solo: Buzzi Unicem è presente anche in altri stati d'Europa: Olanda, Lussemburgo, Polonia, Slovacchia, Repubblica Ceca, Russia, Ucraina, oltre che in Brasile e in Algeria.

La produzione è complessivamente dislocata in una quarantina di cementerie, quasi 500 impianti di produzione di calcestruzzo preconfezionato, oltre 20 cave di estrazione e due volte tanti depositi e terminali destinati alla distribuzione.

La società, quotata in borsa, ha raggiunto l'attuale denominazione nel 1999 dopo l'incorporazione da parte di Buzzi Cementi di Unicem. Buzzi Unicem vanta inoltre oltre cento anni di attività industriale: fondata nel 1907, la società attualmente opera con un organico complessivo di circa 10.000 dipendenti.

In tutte le sedi produttive vengono posti target qualitativi molto alti: non solo in grado ovviamente di rispettare le norme vigenti ma in grado di assecondare le più varie esigenze dei clienti. Per verificare il raggiungimento degli obiettivi di qualità vengono investite risorse in avanzate tecniche di controllo e strumentazione all'avanguardia.

L'ampia gamma di prodotti proposti soddisfa esigenze tipiche dell'industria delle costruzioni ma anche di quella del petrolio e del gas, quella dei premiscelati ad alte prestazioni. Relativamente al calcestruzzo, le tecniche di controllo della produzione garantiscono il raggiungimento delle performance in cantiere, senza successivi interventi correttivi.

Buzzi Unicem dedica particolare attenzione alla ricerca applicata e grazie ad una continua ed intensa attività sperimentale, persegue possibili innovazioni sia del processo produttivo che dei prodotti. A questo scopo la società partecipa, come partner industriale, a progetti di ricerca nazionali e internazionali, contribuendo allo sviluppo di nuovi materiali e nuove tecnologie ed alla creazione di network di conoscenze con strutture di eccellenza nel campo della ricerca scientifica. L'attività di ricerca e sviluppo si articola su cinque linee strategiche fondamentali: nuovi leganti idraulici, calcestruzzi ad alte prestazioni, materiali da costruzione multifunzionali, materiali da costruzione migliorati, processi produttivi innovativi. ■

### ANNO DI FONDAZIONE

1907

### FATTURATO 2018

2.873 milioni di euro

### DIPENDENTI

9880

### SETTORE

Cemento, calcestruzzo e aggregati naturali





ANNO DI FONDAZIONE

1970

FATTURATO 2018

50 milioni di euro

SETTORE

Ortofrutticolo (IV e V gamma)

## Zerbinati, frutta e verdura da re. Guardando all'ambiente

di **Marcello Feola**

Zerbinati, azienda italiana fondata nel 1970 a Borgo San Martino e leader di mercato nella produzione di insalate e verdure fresche di IV gamma e di piatti pronti freschi (zuppe, vellutate, contorni, burger gluten-free e flan vegetali), oltre che di estratti freschi di frutta e verdura, vede oggi al vertice la terza generazione della famiglia: alla sua guida c'è infatti Simone Zerbinati, direttore generale il cui spirito imprenditoriale ha dato uno slancio decisivo alla crescita nel mondo del food. Riconosciuta come realtà innovatrice per eccellenza, ha saputo espandersi in Italia e all'estero anticipando con successo i più moderni trend di consumo. In questo clima di continua crescita, il business si è evoluto negli anni, sempre all'insegna dell'avanguardia che la contraddistingue: da realtà in grado di anticipare le tendenze a grande azienda leader del settore e player con una visione giovane e moderna che la rende unica e in costante crescita sul mercato. La chiave del successo?

Svetta per innovazione e lungimiranza, grazie a una sperimentazione audace ma sempre nel rispetto della tradizione, in grado di anticipare i trend e intercettare le esigenze dei consumatori, unitamente alla qualità delle materie prime, alla bontà delle ricette, all'alto valore di servizio, all'attenzione al design e alla praticità del packaging.

«Con oltre 190 referenze a catalogo, siamo in grado di soddisfare il pubblico in ogni momento della giornata, grazie all'offerta di un menù completo che va dall'antipasto fino al secondo e che copre tutti i momenti della giornata: dalla colazione alla cena, passando per le pause, il pranzo e l'aperitivo - afferma Simone Zerbinati - Abbiamo un assortimento in continuo sviluppo non solo per quanto riguarda il 100% vegetale, ma anche

per quanto riguarda i prodotti biologici, 'free from', integrali e da pochissimo anche il beverage. Offriamo ai consumatori l'alta qualità di prodotti freschi preparati come a casa, ma con ricette particolari che diventano veri e propri pasti completi; prodotti che sono pronti in pochissimi minuti e che grazie alle praticissime confezioni, anche microondabili, possono essere facilmente consumati fuori casa. Caratteristiche che per noi di Zerbinati rappresentano i pilastri fondamentali sui quali continuare ad investire per essere una realtà vincente del settore».

Innovazione ed eco-sostenibilità vanno di pari passo ed è emblematico in tal senso la recente evoluzione dell'iconico packaging dei Burger'Z, resi ancora più eco-friendly: è stata infatti studiata una nuova e migliore tipologia di confezione in grado di conservare completamente inalterate le caratteristiche del prodotto, riducendo notevolmente l'impatto ambientale. Il piattino di plastica è stato sostituito con uno di cellulosa eco-sostenibile e microondabile, mantenendo quindi inalterato il livello di servizio. Ed è stato pure ridotto l'impatto della carta: da qui il cambio del tradizionale pack esagonale in quadrato.

Ma è in generale che l'azienda è attenta allo sviluppo sostenibile: «Sin dallo scorso anno - aggiunge Zerbinati - ci stiamo muovendo in un'ottica di riduzione dell'impatto della plastica sugli imballaggi (che sono comunque già pensati in ottica completamente riciclabile), contemporaneamente al cambiamento effettuato sull'imballo dei Burger'Z, anche dalle confezioni di Zuppa, Vellutate e Contorni. Tutto questo vale per la IV gamma, per la quale utilizziamo confezioni in Pla, un'innovativa bioplastica che deriva da materiali naturali e rinnovabili, biodegradabile e compostabile». ■



# Un marchio storico, capace di crescere e di lanciare una nuova sfida

di **Marco Bertoncini**

Il Gruppo Holdim è composto da diverse aziende. Il marchio storico, quello "dal quale tutto è partito nel 1991", è Dimsport, leader nel tuning elettronico per l'automotive con strumenti e software di ricalibrazione, moduli aggiuntivi, banchi prova potenza. L'idea vincente è semplice: «Il rendimento di qualsiasi veicolo (non si parla ovviamente solo di velocità e prestazioni pure) può essere ottimizzato attraverso calibrazioni su misura a livello elettronico». Benchè il tuning elettronico per l'automotive non sia più, da tempo, l'unico campo di azione di Holdim, la sua espansione continua. In tal senso sono da interpretare le nuove filiali in Costa Rica (sorta nel 2018) e in Messico (recentemente inaugurata).

Con Ecomotive Solutions il gruppo è arrivato ad occuparsi di elettronica di controllo motore per l'uso di carburanti alternativi in ambito automotive, industrial, energy, railway e marine. Dalla piattaforma Diesel Dual Fuel alle trasformazioni 'full gas', Ecomotive si pone come il partner tecnologico ideale nella transizione energetica. Tramite Autogas l'azienda diventa interlocutore ideale per le conversioni a gas di qualsiasi motore, a benzina o diesel. Attraverso 2Lng l'azienda propone soluzioni chiavi in mano riguardanti l'intero ciclo del Lng. Si possono ridurre gli inquinanti offrendo soluzioni sostenibili per produrre e utilizzare gas naturale. Macario, acquisita pochi anni fa, diversifica nettamente il business del gruppo. Si tratta di un marchio che propone bibite dai sapori semplici e immediati, puntando sulla formula del 'retrò drink'. Nella sede principale di Holdim, a Madonnina (Serralunga di Crea), sono impiegate circa un centinaio persone; il gruppo vanta una sede di ricerca e sviluppo a Scandicci (Toscana) e punti operativi in Spagna, Turchia, Stati Uniti d'America,

Messico, Costa Rica e Brasile. Il cda del Gruppo è costituito da Alessandro Chellini (presidente), Giovanni Deregibus, Simone Deregibus e Sara Deregibus.

Per quanto riguarda l'attualità l'attenzione deve necessariamente essere posta su 2Lng e Gf Turbine.

Con quest'ultima, acquisita da pochi mesi, Holdim amplia il suo campo di azione. La Gf, con sede a Porto Recanati (Macerata), permette a Holdim di entrare con un efficiente nuovo polo tecnologico nel mondo delle cosiddette 'parti calde' (camere di combustione, convogliatori gas ed ugelli).

L'intervento di Holdim, avvenuto in un momento di forte crisi societaria, ha scongiurato l'interruzione delle commesse in corso salvaguardando cinquanta posti di lavoro della Gf i quali, di fatto, vanno ad aggiungersi ai 110 dell'intero gruppo.

Forse ancora più stimolante è oggi, per quanto riguarda il territorio monferrino, la notizia della prossima installazione, ci si auspica entro il 2020, nei pressi del casello autostradale Casale Sud, del primo impianto in Italia in cui avverrà sia la liquefazione che la distribuzione del gas metano liquido. Il liquefattore, che sorgerà nella zona industriale di Casale, permetterà di somministrare ai veicoli pesanti carburante liquefatto prodotto sostanzialmente a chilometro zero. Le prospettive, visto che la liquefazione può riguardare anche il biogas raffinato, è la creazione di una filiera virtuosa di economia circolare legata al mondo delle energie rinnovabili, perciò ecostenibile. Dagli scarti biologici dell'agricoltura monferrina (per esempio) si ottiene gas che, raffinato adeguatamente, può essere liquefatto a Casale e quindi utilizzato, sotto forma di metano, per alimentare i veicoli. ■

**ANNO DI FONDAZIONE**

1991

**FATTURATO 2018**

25.074.823,00 euro

**DIPENDENTI**

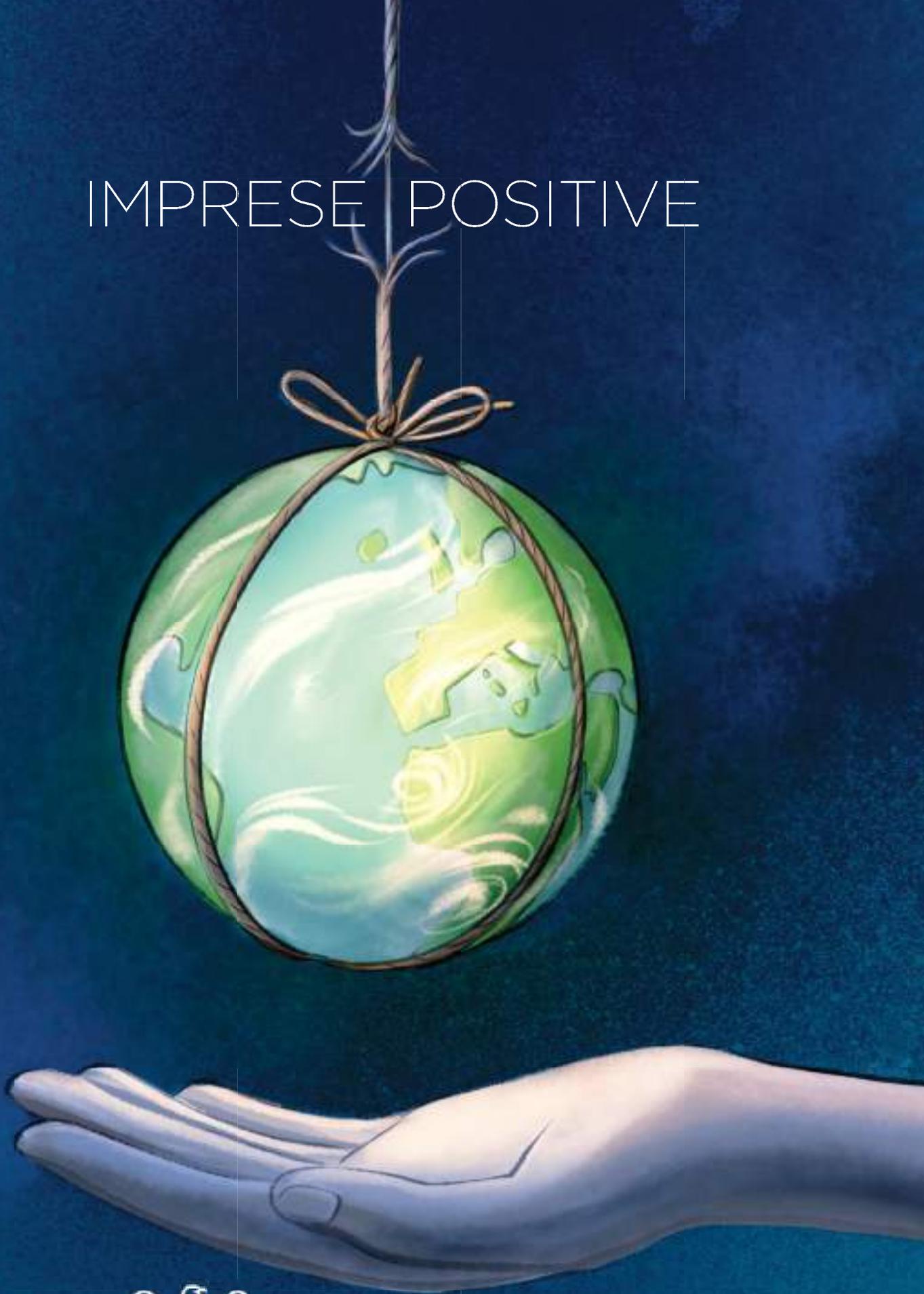
110

**SETTORE**

Electronica per automotive energie alternative, turbine a gas



# IMPRESE POSITIVE



**Confindustria Alessandria**  
**per la sostenibilità**



## Un colosso che nasce a inizio '900: Itinera, punta di diamante nei grandi lavori

di **Roberto Gilardengo**

Stiamo parlando di un colosso che nasce all'inizio del secolo scorso con attività tipiche di una zona di pianura come la Bassa Valle Scrivia e che comincia a prendere forma, nelle dimensioni che il mondo dell'imprenditoria oggi conosce, negli anni immediatamente successivi al secondo conflitto mondiale. Il Gruppo Gavio muove i primi passi a inizio Novecento, a Castelnuovo Scrivia, quando il fondatore Marcello Gavio inizia a trasportare con carri trainati da cavalli cereali e prodotti agricoli. La passione per il trasporto viene ereditata prima dal figlio Beniamino e successivamente, verso la fine degli anni Cinquanta, dai nipoti Marcellino e Pietro. Quando entrano nell'azienda, i due fratelli hanno da poco raggiunto la maggior età e ben presto incrementano l'attività di famiglia prima sviluppando il traffico di granaglie, cereali e merci verso i principali porti del Nord Italia e poi, dalla prima metà degli anni '60, dedicandosi anche alle attività di trasporto di prodotti petroliferi. Sono tenaci, Marcellino e Pietro. Soprattutto, guardano lontano. Infatti, negli anni successivi continuano a sviluppare nuovi servizi sia nel settore del trasporto e della logistica che in quello delle costruzioni di opere civili con le società Edilvie, specializzata nelle pavimentazioni stradali, Itinera, Codelfa e Marcora. A metà degli anni Novanta il gruppo acquisisce una delle principali imprese italiane di costruzione, la Grassetto Lavori, diventa uno dei principali operatori del settore e guarda al business delle concessioni autostradali rilevando il controllo della Satap, l'autostrada Torino-Piacenza, e della Astm, titolare della concessione autostradale per la Torino-Milano. Operazioni di questo genere proseguono negli anni successivi e portano al controllo delle concessionarie Salt [Società autostradale ligure toscana], Autostrada dei Fiori, Autocamionale della Cisa, Sav, Asti- Cuneo e Torino-Savona. I

numeri di oggi: il Gruppo Gavio è il secondo al mondo nella costruzione e gestione di autostrade a pedaggio, con circa 4.600 chilometri di rete: circa 1.400 in Italia e oltre 3.000 in Brasile grazie al co- controllo di EcoRodovias. Le sua attività riguardano però anche la realizzazione di grandi opere infrastrutturali, il settore dei trasporti, i porti e la logistica. E poi ci sono la tecnologia e la nautica, in cui è presente attraverso tre prestigiosi marchi: Baglietto, Bertram Yacht e Cerri Cantieri Navali. Nel settore delle costruzioni la punta di diamante è Itinera. La società opera da oltre 75 anni, in Italia e nel mondo, nella realizzazione di grandi progetti, di edilizia civile e industriale. Fondata nel 1938, a partire dagli anni '60 è entrata a far parte del gruppo tortonese. Oggi, per dimensioni, competenze e know how tecnico, Itinera è leader nella realizzazione di grandi opere infrastrutturali (strade, autostrade, ferrovie, metropolitane), di edilizia civile e industriale (porti, aeroporti, ospedali, università, centri commerciali), oltre che nello sviluppo di progetti di concessioni greenfield. Il gruppo guarda anche allo sport e non dimentica Tortona, dove ha la sede operativa e per la quale pensa in grande. Beniamino Gavio, l'attuale patron, ha sempre avuto la passione per la pallacanestro. Una passione di serie A, come dimostra la sponsorizzazione, attraverso Bertram, del Derthona Basket. Ma nei suoi obiettivi la svolta sarà la realizzazione della cittadella dello sport a San Guglielmo, nella zona sud ovest della città, in un'area di 68mila metri quadri. L'elemento centrale del progetto, il palazzetto da 5mila posti che ospiterà le gare della Bertram ma anche spettacoli e concerti. Il nuovo impianto, con la posa della prima pietra prevista a breve, è anche un modo per ricordare le origini. Sarà dedicato a Marcellino e Pietro, quelli grazie ai quali tutto questo è stato possibile. ■

**ANNO DI FONDAZIONE**

1900

**FATTURATO 2018**

630 milioni di euro

**DIPENDENTI**

12mila

**SETTORE**

Realizzazione grandi opere





Vieni a trovarci al nuovo Mercato  
Coperto di



**CAMPAGNA AMICA**  
Il Mercato



via Guasco  
angolo  
via Savonarola  
**ALESSANDRIA**

stagionalità  
e qualità  
a km0

**MACELLERIA APERTA**  
anche il **VENERDÌ**  
dalle 9 alle 13  
dalle 16 alle 19



NON SONO VALIDE FOTOCOPIE

## TUTTI GLI APPUNTAMENTI IN PROVINCIA

### ACQUI TERME

Giovedì mattina p.zza Addolorata

### ALESSANDRIA

Lunedì mattina corso Crimea

Martedì mattina p.zza S.Stefano

Venerdì mattina p.zza Libertà

### ARQUATA SCRIVIA

Sabato mattina p.zza Bertelli

### CASALE

### MONFERRATO

Giovedì mattina p.zza Castello

### MURISENGO

Lunedì mattina p.zza Boario

### NOVI LIGURE

Mercoledì mattina

via Roma - p.zza XX Settembre

### TORTONA

Martedì mattina p.zza Lugano

### VALENZA

Mercoledì mattina viale Oliva

Segui Coldiretti Alessandria su



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



## Una holding che guarda alle autostrade ma anche alle grandi opere di New York

di **Roberto Gilardengo**

Il gruppo Astm Sias è un player globale nei settori della progettazione, costruzione e gestione di grandi infrastrutture. Stiamo parlando del secondo operatore mondiale nella realizzazione e gestione di concessioni autostradali a pedaggio ma, anche, di una realtà mondiale nel settore delle infrastrutture con capacità di sviluppo di iniziative, di finanza, di ingegneria, di costruzione e di gestione avanzate.

Astm ha una lunga storia alle spalle, che l'ha vista protagonista fin dagli inizi del secolo scorso e che oggi la colloca tra i più importanti gruppi italiani. Nasce il 28 novembre del 1928 con lo scopo di costituire una autostrada che colleghi Torino a Milano (da qui il nome 'S.A. Autostrada Torino-Milano').

Il 25 ottobre del 1932 l'autostrada viene ufficialmente inaugurata, ma è nei decenni successivi che si può parlare di una crescita significativa nel panorama italiano. Altro anno importante è il 1969, con la quotazione della società alla Borsa di Torino e poi a quella di Milano. Nel 1977, il gruppo Gavio entra nel settore delle strade a pedaggio, acquisendo una quota di minoranza della Torino-Piacenza. Si tratta del primo passo in questa direzione, seguito alcuni anni dopo (1984) dalla partecipazione nell'autostrada Torino-Milano.

La riorganizzazione aziendale inizia nel 2002, con spin-off delle concessioni Astm e quotazione in Borsa di Sias; prosegue tre anni dopo con l'investimento in Impregilo con una quota di minoranza attraverso Igli e la conseguente sottoscrizione dell'aumento di capitale per rafforzare la società. Riorganizzazione completata nel 2007: nel gruppo Sias vengono concentrate tutte le concessioni, mentre Astm diventa una holding.

Dal 2011 in avanti, gli altri passi da segnalare:

Igli diventa la principale azionista di Impregilo, da cui la società esce nel 2013 in seguito all'offerta pubblica di acquisto volontaria promossa da Salini (con 448 milioni di euro incassati); acquisizione del controllo congiunto di EcoRodovias (tra i principali operatori autostradali del Brasile); acquisizione di Itinera e della quota di maggioranza di Halmar International: dalla realizzazione di opere in Italia a quelle dei ponti di New York, a conferma della volontà manifestata da Beniamino Gavio (nella foto) di espandersi negli Usa. In questo caso, una operazione da 60 milioni di dollari per avere una delle prime cinque imprese dell'area della metropoli, con cinquant'anni di storia alle spalle e opere realizzate come l'ampliamento dell'aeroporto Jfk, lo Yankee Stadium e le stazioni della metro. Infine, lo scorso anno, viene concluso l'accordo con Ardian, tra i principali fondi infrastrutturali al mondo che fa il proprio ingresso come azionista di minoranza nella holding che controlla il gruppo Astm. A proposito di EcoRodovias, l'azienda lo scorso settembre fa registrare una nuova concessione di autostrade in Brasile della lunghezza di 437 chilometri. Si tratta di due arterie che rappresentano una delle principali rotte per il trasporto di grano dalle grandi aree agricole del centro-ovest del paese verso il porto di Santos e per il rifornimento di prodotti alimentari e industriali per gli Stati di Goiás e di Minas Gerais. E a proposito di Astm e Sias, il 16 ottobre scorso le assemblee straordinarie delle due società hanno ratificato, senza modifiche o integrazioni, il progetto comune di fusione già approvato in estate dai rispettivi consigli di amministrazione: «Questo atto - ha commentato Gian Maria Gros-Pietro, presidente di Astm - rappresenta il compimento di un processo di sviluppo strategico avviato da alcuni anni». ■

### ANNO DI FONDAZIONE

1928

### FATTURATO 2018

1 miliardo e 200 milioni di euro

### DIPENDENTI

12mila

### SETTORE

Autostrade e opere infrastrutturali





**ANNO DI FONDAZIONE**

2011

**FATTURATO 2018**

17 milioni di euro

**DIPENDENTI**

122

**SETTORE**

Raccolta rifiuti

## Raccolta rifiuti e pulizia aree verdi? Sono un lavoro da professionisti

di **Marco Gotta**

Gestione Ambiente Spa ha sede legale a Tortona, dove si trova anche uno dei due cantieri operativi, mentre gli altri due sono collocati a Novi Ligure. Il presidente è Ennio Negri, il suo vice Lorenzo Robbiano, mentre l'amministratore delegato è Paolo Selmi.

L'azienda, che ha un bacino di utenza diviso fra i territori del Novese, del Tortonese e della valle Scrivia per un totale di quarantacinque comuni e più di centotrentamila abitanti, è controllata per il 54% da Acos Spa, per il 6 dal Cns e per il 40 da Asmt Tortona Spa ed ha a sua volta una partecipazione del 49% in Scrivia Ambiente e opera con 122 dipendenti con ottantaquattro mezzi.

Dai tre cantieri partono i mezzi con i quali, giornalmente, vengono svolte attività di raccolta, trasporto, spazzamento, lavaggio, disinfezione cassonetti, diserbo e raccolta rifiuti cimiteriali nel comprensorio del basso Piemonte e della Valle Scrivia. 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 agli interventi di pulizia, gli operatori di Gestione Ambiente intervengono anche nella cura delle aree verdi, svuotando i cestini e raccogliendo i materiali gettati a terra quali ad esempio cartacce, mozziconi di sigarette, bottigliette. I servizi di lavaggio e disinfezione contenitori vengono svolti durante il periodo estivo automaticamente per quelli stradali ma vengono anche offerti, se richiesti, interventi di lavaggio specifici.

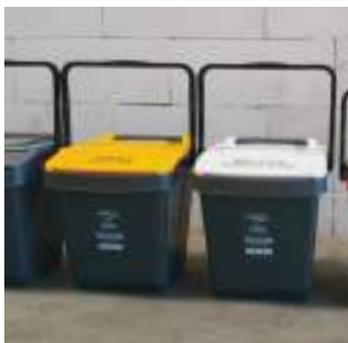
Gestione Ambiente gestisce anche diversi centri di raccolta nei comuni di Casella, Cassano Spinola, Castellazzo Bormida, Castelnuovo Bormida, Fran-

cavilla Bisio, Novi Ligure, Predosa, Ronco Scrivia, Sale e Voltaggio che possono essere utilizzati dai cittadini durante gli orari di apertura: inoltre offre servizi di raccolta e trasporto rifiuti per conto di utenze private, ditte o persone fisiche che necessitano di programmi a loro dedicati.

In questi centri viene effettuata la raccolta del rifiuto indifferenziato, dell'imballaggio in plastica e dell'organico, sia tramite contenitori carrellati che con cassoni e compattatori scarrabili, e con frequenze ad hoc individuate per far fronte alle diverse esigenze legate alla stagionalità del servizio.

La società ha ottenuto in sub appalto dalla Green up, gruppo italiano leader nel settore della gestione dei rifiuti, la raccolta e il trasporto dei rifiuti prodotti in alcune sedi, presenti sul territorio ligure e del basso Piemonte, della Società Autogrill Spa e la raccolta del cartone in tutti i centri Carrefour/Diperdi nel territorio genovese, con frequenze bi o trisettimanali a seconda delle esigenze dei diversi punti vendita. Per gli utenti, c'è la possibilità di contattare un numero verde gratuito, attivo dal lunedì al venerdì, tramite il quale poter prenotare il ritiro di materiale ingombrante a domicilio, oppure segnalare problemi. O magari, semplicemente, chiedere informazioni in caso di dubbio. ■

**“ Sede legale a Tortona ma a Novi Ligure altri due cantieri: ampio bacino d'utenza. ”**





## Dopo il metano, l'energia elettrica Con attenzione a quella del domani

di **Marco Gotta**

Simecom viene fondata nel gennaio 2003 – anche se il gruppo Sime è presente nel mondo dell'energia dal 1952 – con l'obiettivo di fornire gas metano sul territorio italiano; in seguito viene aggiunto anche il mercato dell'energia elettrica e da allora offre entrambi i servizi in tutta Italia.

Le offerte Simecom coprono sia il mercato del privato che quello artigianale o addirittura industriale grazie ad una struttura giovane e dinamica, con un'esperienza derivata dai quasi settanta anni del gruppo nel mercato dell'energia elettrica; la capacità di rispondere in maniera esaustiva e competente alle più diverse esigenze rendono Simecom la partner ideale per la piccola e media impresa italiana.

Per garantire un servizio capillare il gruppo ha creato oltre trentacinque sportelli di front-office presenti nelle zone servite e quando a questi si aggiunge la totale disponibilità dell'azienda nell'offrire servizi personalizzati il tutto diventa una garanzia di soddisfazione del cliente. Simecom infatti non è solo un servizio di fornitura di energia elettrica, luce e gas metano, ma anche attenzione alle persone: lo staff dell'azienda è composto da professionisti di grande esperienza e comprovata competenza. Il cliente è sempre e comunque al centro: la politica di contatto diretto con il singolo utente aiuta a offrire il servizio più adeguato alle esigenze del consumatore.

«Quando il gruppo Sime venne fondato, nel 1952, i valori fondamentali dai quali si partì per fornire un servizio ai clienti – afferma la società – erano organizzazione, competenza ed efficienza: valori che hanno contribuito in maniera decisiva a rendere il Gruppo Sime una realtà di primo piano nel mercato nazionale dell'energia, un'azienda in continua crescita,

*un esempio di eccellenza e di concretezza».* La gestione dell'energia infatti è un'attività molto vasta e articolata che presenta specificità molto particolari ma il gruppo Sime «*ha sempre saputo rispondere con estrema efficienza a tale complessità, finalizzando ogni sforzo alla creazione di un servizio sempre più qualificato e professionale. Nel corso degli anni abbiamo così potuto assistere a una crescita importante dell'azienda con un incremento significativo del fatturato e del parco clienti, e tutto questo grazie anche alla capacità di differenziare l'offerta a seconda delle esigenze del mercato».* Oggi il Gruppo Sime è una realtà che ha oltrepassato i confini nazionali, un gruppo che racchiude in sé diverse aziende specializzate e dall'approccio innovativo, con una vocazione importante verso le energie ad alta efficienza rinnovabili, per offrire oggi l'energia del domani. L'obiettivo di Simecom rimane quindi fornire energia elettrica su misura per le necessità di ciascuno: un'energia pulita e innovativa con un servizio che sia in grado di rispondere a ogni esigenza.

Dal 2003, anno in cui è nata Simecom, ad oggi, i clienti acquisiti per la fornitura del gas sono oltre 100mila e dal 2010 Simecom fornisce anche energia elettrica a oltre 40mila clienti: «*Noi vogliamo renderli tutti soddisfatti e farli risparmiare offrendo il servizio più adatto alle esigenze di ciascuno, dal singolo consumatore domestico alla grande azienda produttiva mantenendo un contatto diretto, attento e propositivo. Inoltre, la continua ricerca delle soluzioni energetiche migliori – è la conclusione – è la base sulla quale Simecom vuole diventare sempre più forte, sempre più innovativa, sempre più punto di riferimento per il mercato dell'energia».* ■

### ANNO DI FONDAZIONE

2003

### FATTURATO 2018

103 milioni di euro

### DIPENDENTI

100

### SETTORE

Forniture gas metano ed energia elettrica



# Campagna abbonamenti 2020

PIÙ NOTIZIE E APPROFONDIMENTI

UNA GRAFICA COMPLETAMENTE RINNOVATA

TUTTI GLI SPECIALI DEL GRUPPO SOGED

## IL PICCOLO



**85** EURO

VERSIONE  
ONLINE  
martedì + venerdì



**100** EURO

VERSIONE  
CARTACEA  
martedì + venerdì



**115** EURO

VERSIONE  
CARTACEA+ONLINE  
martedì + venerdì

## il novese | l'ovadese | IL PICCOLO



IL NOVESE O L'OVADESE

**45** EURO

VERSIONE  
CARTACEA  
giovedì



IL NOVESE O L'OVADESE  
+ IL PICCOLO

**130** EURO

VERSIONE  
CARTACEA  
martedì + giovedì + venerdì



IL NOVESE O L'OVADESE  
+ IL PICCOLO

**140** EURO

VERSIONE CARTACEA  
martedì + giovedì + venerdì  
+ PICCOLO ONLINE  
martedì + venerdì

**IN REGALO  
AGLI ABBONATI**

- IL CALENDARIO 2020 "10 ANNI CON IL FAI"
- IL LIBRO STRENNIA "CITTADELLA E QUARTIERE ORTI"
- LA TESSERA CON OFFERTE E SCONTI ESCLUSIVI

**So.C.Ed.**  
È L'INFORMAZIONE CHE CONTA



IL PICCOLO 0131 315200

IL NOVESE 0143 314700

L'OVADESE 0143 81054



## Il leader negli imballaggi cosmetici punta sul valore etico della qualità

di **Roberto Gilardengo**

Albèa è una multinazionale francese con circa 15.000 dipendenti nel mondo, in 40 siti di produzione in Europa, Nord e Sud America, Africa, Cina e Asia. Il gruppo, produttore di imballaggi cosmetici numero uno al mondo, produce soluzioni di packaging per la bellezza di uso quotidiano: tubetti, rossetti, mascara, pompe per profumo e lozione, applicatori, nonché packaging completi, travel kit e molto altro.

I clienti principali sono i marchi più prestigiosi ed emergenti, quelli indipendenti e quelli ricchi di storia, marchi piccoli e grandi, locali e internazionali. Albèa Tubes Italy, in particolare, è una azienda leader nella produzione di tubi di plastica per diversi segmenti di mercato, prevalentemente nell'ambito cosmetico, nasce come Cebal Italiana, che ha iniziato la propria attività nel 1985 proprio nello stabilimento di Tortona. Lo stabilimento ricopre una superficie di 15mila metri quadri e impiega 90 dipendenti, con una produzione di circa 70 milioni di tubi all'anno.

La prospettiva per il futuro? «*Consolidare la presenza sul territorio, investendo in ricerca e sviluppo, con la finalità di migliorare sia il prodotto che il servizio ai clienti e di potenziare le strategie di sostenibilità*». L'azienda, come spiega il generale manager Gianluca Barcellona (nella foto), «*è fortemente impegnata nella sicurezza sul lavoro e nel rispetto per l'ambiente, e opera con norme e certificazioni riconosciute [Iso 14001 per l'ambiente, Ohsas 18001 per la sicurezza sul lavoro] applicando le rigide direttive del gruppo*». Laureato in Fisica, alessandrino quarantottenne, Barcellona lavora in Albèa dal 2001 e all'interno dello stabilimento tortonese ha ricoperto diversi ruoli apicali, fino ad assumere una decina di

anni fa la guida di questa realtà che supera i venti milioni di euro di fatturato all'anno.

In Italia è presente un secondo sito Albèa, a Bottanuco, in provincia di Bergamo. Albèa Bottanuco è il centro di eccellenza europeo per la produzione di mascara, liggloss e eyeliner. Ospita il centro di competenza globale di Albèa Tips Studio per gli applicatori.

Una delle novità di quest'anno è che Albèa Tubes Italia aderisce alla campagna nazionale del Gruppo Galgano con lo slogan "la Qualità siamo Noi". Il meccanismo dell'iniziativa è questo: Galgano invita le imprese italiane a unirsi al gruppo di aziende di ogni settore e dimensione che stanno già aderendo all'edizione 2019 della campagna, dal titolo 'Il valore etico della qualità'. Albèa Tubes Italia ha aderito. Del resto, l'obiettivo è - che evidentemente la società condivide - è quello di ricordare il ruolo strategico della qualità e quello che ogni azienda, pubblica o privata, ogni cittadino o cliente può svolgere per creare un sistema che prenda in considerazione qualità e sostenibilità, in un momento storico in cui si sente la necessità di mettere in campo passione, competenze, impegno e innovazione di prodotti, servizi, processi produttivi e organizzativi.

Il Gruppo Galgano, fondato nel 1962 da Alberto Galgano - "padre del 'total quality' in Italia e ideatore della campagna nazionale" -, con i suoi 57 anni di esperienza, rappresenta oggi una delle più affermate realtà italiane di consulenza di direzione e formazione manageriale a capitale interamente italiano. Oltre ad Albèa, hanno aderito all'iniziativa alcuni tra le più importanti aziende italiane: ad esempio Agrati, Ansaldo, Api Ancona, Grana Padano, Iren e Scavolini, tanto per citarne alcuni. Albèa, dunque, è in buona compagnia. ■

**ANNO DI FONDAZIONE**

1985

**FATTURATO 2018**

23 milioni di euro

**DIPENDENTI**

90

**SETTORE**

Imballaggi cosmetici





## ANNO DI FONDAZIONE

2009

## FATTURATO 2018

9 milioni di euro

## DIPENDENTI

160

## SETTORE

Imballaggi

## Dal confezionamento ai laminati. Una storia iniziata negli anni Venti

di **Marco Gotta**

La storia del gruppo Huhtamaki parte da lontano, precisamente dal 1920 quando a Kokkola, nella Finlandia occidentale, il giovane figlio del fornaio locale Heikki Huhtamäki fonda le Huhtamäki Industries che in breve tempo diventano una delle più grandi aziende produttrici di caramelle del paese.

Fin dagli inizi, la Huhtamaki cerca di differenziare i propri prodotti in altre aree: negli anni Trenta passa ad altri tipi di prodotti alimentari e negli anni quaranta alle medicine per finire nei decenni successivi a produrre anche vestiti da donna, ingegneria pesante, pubblicità e componenti elettronici. Dopo l'ingresso sul mercato delle azioni Huhtamaki nel 1960, le industrie crescono fino a diventare negli anni ottanta un gruppo di almeno venti distinti ambiti di competenza tutti operativi sotto i loro rispettivi nomi. Con la fondazione nel 1965 di Polarpak, il confezionamento smise di essere una funzione interna di supporto alle altre aziende per diventare una linea di prodotti separata: a fine anni settanta Polarpak era già l'industria leader in Europa nel mercato dei bicchieri di carta e nel 1986 cambiò nome in Polarcup.

Nel 1988, Huhtamaki si prefisse l'obiettivo di diventare un leader mondiale in uno o più specifici settori di commercio entro l'anno 2000: prodotti farmaceutici, dolci e confezionamento vennero visti come i candidati principali mentre le altre aziende, molte delle quali ormai marchi molto conosciuti in Finlandia, vennero vendute una dopo l'altra.

Delle tre divisioni rimaste quella farmaceutica, con il nome di Leiras, divenne il maggior fornitore mondiale per i contraccettivi a lungo termine prima di essere venduta nel 1996 alla compagnia tedesca Schering Ag. Leaf, la divisione dolci, a

metà degli anni novanta divenne una delle dieci principali aziende mondiali nel suo campo e venne anche lei ceduta in due tranches: nel 1996 il ramo americano alla Hershey, nel 1999 quello europeo ed asiatico alla compagnia olandese Csm.

Di conseguenza, il confezionamento rimaneva il prodotto principale per la Huhtamaki che con i suoi continui progressi nel corso degli anni ha finito per diventare una delle principali aziende nel ramo: fra il 1997 ed il 2001 vennero acquisite altre quattordici aziende di confezionamento - fra cui la Van Leer che fece cambiare brevemente nome all'azienda aggiungendo la sua sigla a quella tradizionale - per poi ritornare a specializzarsi nella creazione di confezionamento.

Fu proprio la fusione fra la Huhtamaki e la Van Leer nel 1999 a far rientrare lo stabilimento di Tortona fra quelli di proprietà dell'azienda finlandese e dieci anni più tardi lo stesso divenne un'entità autonoma con il nome di Huhtamaki Flexibles Italy.

Nel maggio 2013 per rispettare l'ambiente e migliorare la competitività viene costruita una struttura per il recupero dei solventi e nel gennaio successivo la compagnia incomincia a produrre laminati in triplex per la sterilizzazione con l'installazione di una nuova macchina laminatrice, la Bobst CL 1000 TD.

Mantenere l'attenzione focalizzata sul cliente con la tipica flessibilità di una gestione familiare permette all'azienda ed ai suoi centosessanta impiegati di essere perfettamente integrati come parte della Huhtamaki Flexible Packaging Europe diversificando la produzione e prolungando l'attività di un'industria fondata nel lontano 1960 da un imprenditore tortonese con il nome di Isea Spa. ■





## Rilanciare un territorio dove la vite ha una tradizione millenaria

di **Marco Gotta**

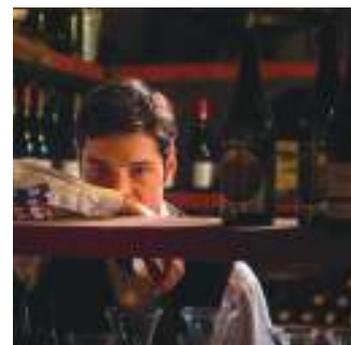
Il Consorzio Tutela Vini Colli Tortonesi vuole essere l'organismo deputato a tutelare e a rappresentare gli interessi dei vitivinicoltori tortonesi e si dimostra alquanto idoneo e incisivo ad intraprendere il difficile processo di rilancio, di valorizzazione e di miglioramento di un territorio come quello tortonese dove la coltura della vite ha una tradizione millenaria, della produzione vitivinicola locale e di diffusione della Denominazione di origine "Colli Tortonesi", la cui tutela istituzionale è riconosciuta dal Ministero.

Il Consorzio si occupa inoltre del coordinamento dei soci per gli adempimenti relativi all'applicazione delle norme del disciplinare di produzione, della tutela della stessa denominazione dalla sleale concorrenza e da altri illeciti e delle attività e dei compiti attribuiti ai Consorzi dalla legislazione comunitaria e nazionale in materia di vini così come previsto dalla legge. Il presidente del consorzio è il tortonese Stefano Bergaglio, laureato in Scienze Agrarie e managing director di Anadiag Italia srl; si occupa di ricerca e sperimentazione in agricoltura e in particolare in Viticoltura in tutta Italia, è un esperto dei processi registrativi e di autorizzazione degli agrofarmaci in Europa e soprattutto è un appassionato e amante dei vini e del suo territorio I Colli Tortonesi, dove si è occupato e si occupa attivamente alla lotta alla Flavescenza Dorata della Vite. E' assistito dai tre vicepresidenti Carlo Volpi, Mario Mensi ed Andrea Mutti, da undici consiglieri e tre sindaci. Con la natura di essere una terra di confine, crocevia strategico di antichi popoli, il comprensorio viticolo doc Colli Tortonesi, è costituito da trenta comuni, aventi tutti un denominatore comune: la predisposizione geologica e climatica ad ospitare una viticoltura di elevata qualità e

riunisce quarantasette aziende agricole di soci imbottigliatori. Da secoli infatti come già detto l'attività predominante nei Colli Tortonesi è l'agricoltura in un mondo rurale ancora profondamente radicato ai ritmi e ai valori della campagna: l'alternarsi delle stagioni, i tempi della semina e del raccolto, fanno parte di un sapere tradizionale che si conserva col passare delle generazioni.

Per promuovere questo tipo di attività sono state istituite le Strade del Vino, termine che definisce i percorsi entro territori ad alta vocazione vitivinicola caratterizzati, oltre che da vigneti, cantine ed aziende agroalimentari, da attrattive culturali, religiose, storiche, paesaggistiche, particolarmente significative ai fini di un'offerta turistica integrata. Questi percorsi si snodano lungo vigneti e cantine di aziende agricole singole o associate aperte al pubblico, in modo tale che i territori vinicoli e le relative produzioni vengano divulgati, commercializzati e fruiti in forma di offerta turistica, in Italia e all'estero.

La "Strada del Vino Colli Tortonesi", istituita nel 2004 ha come presidente attuale Walter Massa e raggruppa un sistema di consorzi, enti, associazioni, aziende agricole, cantine, strutture ricettive e di accoglienza che da una parte hanno l'obiettivo di tutelare produzioni e tipicità e dall'altra offrono prodotti enogastronomici, agroalimentari di qualità. Oggi più di sempre rappresenta il territorio, il punto di raccordo privilegiato tra pubblico e privato, uno strumento per il coordinamento delle azioni e la valorizzazione delle risorse migliori del territorio; è anche stata scelta per rappresentare il Nord Ovest Italia nella Federazione che raccoglie circa cento Strade del Vino, dell'Olio e dei Sapori d'Italia. ■





## ANNO DI FONDAZIONE

1975

## FATTURATO 2018

8 milioni di euro

## DIPENDENTI

54

## SETTORE

Stampaggio a iniezione  
di materie plastiche

## Nella progettazione degli stampi quello che conta è l'obiettivo finale

di **Marco Gotta**

La Mopla, ditta di Carbonara Scrivia che si occupa di costruzione stampi e prototipi e di stampaggio a iniezione di materie plastiche, nasce a metà degli anni settanta per iniziativa dei fratelli Savoia e da allora è sempre cresciuta pur rimanendo fedele alle sue origini familiari.

La ditta inizia la propria attività occupandosi di particolari tecnici di qualità e presenta un reparto stamperia costituito da diciannove presse Arburg con una capacità compresa 25 e 270 tonnellate. La scelta di uniformare il parco macchine è stata una necessità tecnica legata alla ricerca della massima precisione, e una necessità commerciale che si basa «sulla volontà di dare priorità alle esigenze del cliente - spiega l'azienda - nel rispetto delle scadenze, riuscendo così ad aumentare la flessibilità di programmazione interna». Tutte e diciannove le presse sono interfacciate ad un software dedicato alla programmazione delle stesse, realizzato in collaborazione con una software house locale, che è in uso ininterrottamente dal 1982 ed è in grado di dialogare con l'Spc e di monitorare le singole capacità dei processi di stampaggio, tanto da essere poi stato commercializzato.

La Mopla si occupa anche di sovrastampa a caldo, naturale conseguenza della pluriennale esperienza maturata nello stampaggio di particolari per i misuratori di fluidi «per cercare di offrire al cliente un servizio sempre più completo». Il reparto per la sovrastampa a caldo, Hot Stamping, dei rulli numeratori per contatori d'acqua o per contachilometri ha come responsabile Enrico Maggi, che dal 1999 dedica il proprio tempo alla cura del parco macchine, sviluppatosi con il crescere delle esigenze produttive, e al controllo del prodotto in linea.

Nel campo della progettazione degli stampi

l'azienda mette al centro dei propri obiettivi il prodotto finale, associando rapidità di esecuzione, scelta tecnologica e dei materiali più idonei a rispettare le caratteristiche del pezzo. La ditta «cerca il più possibile l'interazione con il cliente fin dalle prime fasi di progettazione al fine di ottimizzare il prodotto e prevenire e risolvere i problemi nel più breve tempo possibile»: la costruzione degli stampi così progettati è attualmente realizzata all'interno della struttura e in più la Mopla si avvale della collaborazione di altre tre unità a loro collegate e che lavorano su loro progetto per meglio supportare i clienti durante i picchi di lavoro. Al proprio interno, inoltre, la società si è specializzata nella costruzione di attrezzature pilota in breve tempo.

A completamento della propria struttura, la Mopla possiede anche impianti specifici per il trattamento della materia prima, recupero e dosaggio del rigranulato e ha da sempre utilizzato internamente procedure di sistemi qualità avvalendosi in prima battuta di certificazione da parte terza.

Nel marzo 2000, arriva la propria certificazione Iso 9001 per il settore automotive. ■



Crescere restando fedeli alle origini familiari. Un'azienda che interagisce con il cliente.



## Come produrre tubetti (e stoccarli) nel rispetto dell'ambiente

di **Marco Gotta**

La Global Tube è nata poco più di vent'anni fa a Tortona e si occupa principalmente di imballaggi plastici: nell'azienda i tecnici ed il personale hanno ormai un'esperienza pluridecennale nel settore e le macchine ad alta tecnologia ed elevata capacità produttiva in uso nell'azienda sono in grado di racchiudere in un unico ciclo la produzione dei tubetti, la stampa e il loro stoccaggio in ampi magazzini; l'azienda punta così a fornire una logistica intelligente per servire presto e bene la propria clientela.

Le proposte e le novità più recenti e i continui investimenti per migliorare le performance produttive testimoniano un'attenzione particolare per le richieste di un mercato sempre più esigente e competente: Global Tube infatti serve la maggior parte delle aziende italiane nei settori industriali della cosmesi e della farmaceutica, con un numero sempre crescente di clienti esteri grazie ad una rete commerciale di agenti e distributori specializzati per una produzione totale annua che si aggira sugli ottanta milioni di tubetti; grazie a questi numeri l'azienda occupa una posizione strategica sul mercato italiano ed europeo.

Vengono prodotti in Global Tube tubetti dal diametro 19 al diametro 60, con capacità da 5ml a 400ml ed ogni tubetto può essere realizzato con molteplici tecnologie di stampa e corredato di diverse capsule a seconda del tipo di progetto e di utilizzo; ai più tradizionali tubi in laminato plastico, polietilene e coex viene offerta anche la possibilità di utilizzare plastiche green e riciclate.

Nel dettaglio, è presente la nuova generazione di tubi in laminato, ora perfetti anche per la cosmetica di qualità, grazie alle possibilità di decorazione senza limiti e alla saldatura laterale "invisibile" e senza sormonto; i tubi hanno uno

spessore da da 250 $\mu$  a 400 $\mu$  con barriera secondo necessità del cliente in alluminio o in EVOH e possono essere decorati con una stampa combinata fino a 10 colori, in serigrafia, a caldo o con l'applicazione di etichette. I tubi in polietilene, una resina termoplastica con ottime proprietà isolanti e di stabilità chimica, sono disponibili in tre densità miscelabili tra di loro per ottenere l'effetto desiderato e variano in capacità da 5 a 400ml, con sette diametri disponibili e vari tipi di chiusura. Grazie ad un complesso sistema di estrusione, il tubetto in coex a 5 strati asimmetrici garantisce un'ottima conservazione del prodotto contenuto all'interno e offre una barriera a ossigeno, gas, solventi, profumi che potrebbero migrare attraverso le pareti di un tubetto mono-strato, diventando il prodotto ideale per cosmetici con formulazioni aggressive, oppure per profumazioni intense ad alto contenuto alcolico, prodotti farmaceutici, alimentari e industriali.

«Global Tube - sottolinea l'azienda - è da sempre attenta alle richieste di una clientela consapevole dell'importanza del rispetto della natura e dell'ambiente che ci circonda». Per questo ha presentato una linea di tubi "sostenibili", che vanno da tubi prodotti con solo materiale biobased di origine vegetale (Braskem) o riciclabili nella normale filiera di smaltimento del Pe con una netta riduzione delle emissioni di Co2, a tubi realizzati con materiale selezionato da post consumo che contribuiscono a ridurre la quantità di nuova plastica immessa nell'ambiente per finire con la realizzazione di tubetti in polietilene biodegradabili con l'aggiunta, in fase di estrusione, di un elemento simile a un master match in percentuale fissa e minima: permette la biodegradabilità della resina che compone il packaging. ■

### ANNO DI FONDAZIONE

1988

### FATTURATO 2018

16 milioni di euro

### DIPENDENTI

100

### SETTORE

Imballaggi plastici





**Beldent** GRUPPO  
[www.beldent.it](http://www.beldent.it)



**STUDIO DENTISTICO DI ALESSANDRIA**  
**Dott.ri Bellanda**

**Via G. Galilei, 66**

**tel. 0131-264621**

**[gruppobeldent@gmail.com](mailto:gruppobeldent@gmail.com)**

**REPERIBILITÀ CONTINUA AL NUMERO 338 1225812**

**STUDIO DENTISTICO DI NOVI LIGURE**

**Dott. Gullo Vivaldi**

**C.so Romualdo Marengo, 6**

**tel. 0143-75354**

**[gullovivaldi@gmail.com](mailto:gullovivaldi@gmail.com) •  [studiogullovivaldi](https://www.facebook.com/studiogullovivaldi)**



## «Svizzero? No, Novi»: tormentone che simboleggia l'identità di territorio

di Irene Navaro

“Svizzero? No, Novi”. Il tormentone, andato in onda su tutte le Tv nazionali a partire dalla metà degli anni Novanta, è stato ed è tutt'ora motivo di orgogli per i novesi che vedono nell'azienda del cavalier Flavio Repetto un sinonimo di qualità e prestigio.

Il Gruppo Elah Dufour Novi è nato nel 1982 su iniziativa dell'imprenditore Flavio Repetto, originario di Lerma, ed è rappresentato nel settore dolciario da quattro marchi storici dell'industria italiana: Elah, Novi, Dufour, Baratti&Milano.

Ma la storia del cioccolato Novi nasce ben prima, nel 1903 per volontà di Giovanni Battista Garbarotta [quello dell'amaro]. All'epoca era una cooperativa e riuscì ad affermarsi sul mercato per la qualità dei prodotti. Tra il 1933 e il 1936 entrano nella compagine societaria nuovi soci che consolidano il successo, fino agli anni Ottanta quando l'azienda attraverserà delle difficoltà, risolte nel 1985 con l'acquisizione da parte di Repetto e, nell'88 con la nascita del gruppo Elah Dufour Novi.

Un'azienda che, nonostante gli oltre 200 dipendenti, ha mantenuto un'impronta familiare e che ha puntato tutto sulla riconoscibilità dei marchi come il “made in Italy” per eccellenza.

«La missione del nostro Gruppo è produrre alta qualità, nel rispetto della tradizione, ad un prezzo equo – è la dichiarazione a chiare lettere sul profilo istituzionale del gruppo - Tutte le materie prime vengono da noi selezionate all'origine e al loro arrivo in stabilimento sono sottoposte ad accurati controlli: fave di cacao, nocciole, mandorle, latte, zuccheri, succhi originali di frutta, gomma arabica... La stessa attenzione è dedicata a tutti i prodotti finiti».

E ancora: «Noi sappiamo sempre cosa abbiamo

acquistato e se corrisponde agli alti standard qualitativi richiesti. Il nostro consumatore sa che acquistando un prodotto del nostro Gruppo acquista qualità sicura, assolutamente garantita sotto ogni profilo».

Nonostante una vocazione internazionale, con un settore export in crescita, Flavio Repetto considera fieramente la Elah Dufour Novi una “azienda del territorio”: grazie ad accordi con i produttori agricoli, ritira, ad esempio, il 40% del fabbisogno di nocciole in Piemonte, contribuendo peraltro ad un rilancio della coltura. Il radicamento con il territorio si evince anche da una serie di sponsorizzazioni importanti, dal Festival Marengo a Novi alla squadra di basket di Casale, che milita in serie A2. La città di Novi e “la Novi”, come ancora oggi viene chiamata in zona, sono un tutt'uno. Un'identità di cui il territorio va orgogliosamente fiera, come quando andò in onda il celeberrimo spot “Svizzero? No, Novi”.

I Grandi Nocciolati, l'esclusivo Fondentenero e i Gran Cru Nero Nero, il tradizionale Gianduja Piemonte, i Gianduiotti, la pralina Otello, la Crema Novi da spalmare sono tra i prodotti di punta, con un primato di posizione sul mercato italiano per quanto riguarda le tavolette di cioccolato. E, tra le caramelle le gelatine di frutta Big Frut Gelée, Bonbons di cioccolato Carousel, le Morabon e Selz Soda. Fa parte del gruppo anche il marchio Baratti & Milano, fondata a Torino nel 1858: produce ancora oggi le tipiche specialità della tradizione pasticceria piemontese: i Gianduiotti, i Cremini, i Cuneesi, i Braidesi, le Praline alla Nocciola Piemonte.

Tre gli stabilimenti: a Novi, Bra [Cuneo] e Sassello [Savona], 230 circa i dipendenti, 200 milioni di fatturato. ■

### ANNO DI FONDAZIONE

1903 [1988 come gruppo]

### FATTURATO 2018

200 milioni

### DIPENDENTI

230

### SETTORE

Alimentare - Dolciario



NOVI  
**NOVIPIÙ**

**JC PRIME TIME**

PRESENTA



ceucasale.com

# TUTTA CASALE IN UNA PARTITA!

Novipiù Junior Casale celebra  
i 110 anni del Casale FBC  
indossando la maglia nerostellata  
durante la partita di campionato

**NOVIPIÙ CASALE**  
vs  
**GIVOVA SCAFATI**

**24.11.2019 - ORE 18**  
**PALAFERRARIS**  
**Casale Monferrato**



**11**   
ANNI DI GLORIA

 **JUNIOR  
CASALE**

Con il patrocinio



CITTA' DI  
CASALE MONFERRATO



# Ecosostenibilità e territorio guardando al turismo e all'enogastronomia

di **Irene Navaro**

«Ha grappoli alquanto lunghetti, acini piuttosto grossi, quando è matura diviene gialla ed è buona da mangiare, fa buon vino, è abbondante e si conserva». Così nel 1798 il conte Nuvolone, vicedirettore della Società Agraria di Torino descriveva l'uva che cresceva – e cresce tutt'ora – in quel lembo di terra tra Gavi e Novi, tra la pianura alessandrina e l'appennino ligure-piemontese, e che oggi abbraccia undici comuni. Ma tracce del cortese di Gavi si perdono nella notte dei tempi, nel 972, quando in un documento oggi custodito dell'Archivio di Stato di Genova si parla dell'affitto da parte del vescovo della città a due cittadini gaviesi. Da allora, il bianco Gavi Docg di strada ne ha fatta tanta, fino a ritagliarsi una importante ruota del mondo vitivinicolo in Italia e all'estero. I produttori del "grande bianco Piemontese" sono riuniti nel Consorzio di Tutela del Gavi, una realtà attorno a cui ruotano le 192 aziende associate tra produttori, vinificatori e imbottiglieri. Oltre 1600 ettari di superficie vitata, 13 milioni di bottiglie prodotte nel 2018, di cui l'85% destinate all'export: sono i numeri che il Consorzio, presieduto da Roberto Ghio ha raggiunto nell'ultimo anno di attività.

Senza perdere di vista l'obiettivo principale di tutela e promozione del vino, negli ultimi anni il Consorzio ha spostato lo sguardo in avanti: «Oggi l'agricoltura, soprattutto quella legata alla vite, è sempre più legata alla promozione turistica del territorio.

*Un processo che, a dire il vero, è iniziato con le introduzioni delle Doc e Docg. Il vino, del resto, è storia, è cultura. Una bottiglia di buon vino venduta in un paese estero è il miglior ambasciatore di un territorio – spiega il presidente Roberto Ghio – Ma è pur vero che una bottiglia di vino venduta in loco, ad un turista straniero,*

*ha un sapore diverso, vale doppio».*

Il Consorzio, promuovendo una serie di iniziative come il Festival "Di Gavi in Gavi", il premio "La buona Italia", la "Carta del Vino Responsabile", si è fatto portavoce di una produzione sempre più ecosostenibile e legata alla terra da cui nasce.

Accanto alla formazione prettamente tecnica, avviata dagli agronomi che collaborano con il Consorzio, rivolta alla prevenzione di malattie infestanti come la flavescenza dorata (che, proprio grazie all'azione di prevenzione ha registrato danni contenuti nel gaviese), l'attività dell'ente si è diretta più recentemente verso il turismo e l'accoglienza in generale. «E' già facoltà delle aziende offrire ospitalità. Molte realtà della zona oggi si stanno aprendo a questa possibilità, con ottimi risultati. A breve – prosegue Ghio – proporremo ai nostri associati un percorso di formazione sull'ospitalità a 360 gradi. In questa direzione, chiameremo a raccolta tutte le realtà legate al turismo, all'enogastronomia, alla cultura».

Intanto, a vendemmia 2019 quasi conclusa, i produttori del Gavi Docg guardano con ottimismo alla conclusione di un'altra annata "da record". Uve di ottima qualità, condizioni meteo favorevoli, con una primavera piovosa e una estate prevalentemente secca, sebbene tardiva, hanno favorito una produzione di qualità, che dalla terra si trasferirà alla bottiglia. ■

**“Presto un percorso di formazione su ospitalità a 360 gradi.**

**ANNO DI FONDAZIONE**

1993

**FATTURATO 2018**

60 milioni di euro

**DIPENDENTI**

5000

**SETTORE**

Agricolo





## ANNO DI FONDAZIONE

2000

## FATTURATO 2017

4,5 miliardi di euro

## DIPENDENTI

2000

## SETTORE

Commercio - Retail

## Una scommessa vinta, una realtà in forte espansione

di Irene Navaro

Nel 2000 in pochi avrebbero scommesso sulla nascita e crescita del più grande polo commerciale d'Italia a Serravalle Scrivia. Lo fecero la multinazionale McArthurGlen e la società di costruzioni Praga con Tarcisio Persegona e Giuseppe Roveda che, in tempi record, misero le basi e realizzarono alle porte del paese quello che oggi è il più grande outlet d'Europa. La posizione geografica strategica, ad un'ora di distanza dalle grandi città del nord Italia, e la presenza di un casello autostradale – oggi sottodimensionato – erano stati, all'epoca, gli elementi che avevano portato McArthurGlen a scegliere Serravalle e che rappresentano ancora un punto di forza della cittadella dello shopping di marca a prezzi scontati. Circa 240 negozi, 2.000 persone impiegate, oltre 6 milioni di visitatori all'anno, un'area di più di 51 mila metri quadrati sono i numeri del Serravalle Designer Outlet, diventato un punto di riferimento per gli amanti dello shopping ma anche un modello da seguire o imitare. «Copriamo un'ampia gamma di proposte che vanno dal lusso al main stream, per tutte le fasce d'età», è una delle caratteristiche del centro, come spiega il general manager Matteo Migani. Passo successivo e ulteriore scommessa vinta da McArthurGlen è stata infatti quella di legare l'esperienza dell'acquisto ad una proposta di intrattenimento. «Essendo il più grande d'Europa – spiega Migani – si investe e si sperimenta». Qui nacque, ad esempio, una rassegna musicale estiva, ampliata poi agli altri centri McArthurGlen in Italia e sempre a Serravalle si sono sperimentati master per la formazione in collaborazione con prestigiose università.

Nel centro, oltre ai negozi delle più grandi marche della moda mondiale, si trovano undici punti ristoro, un centro servizi per il cliente, che include

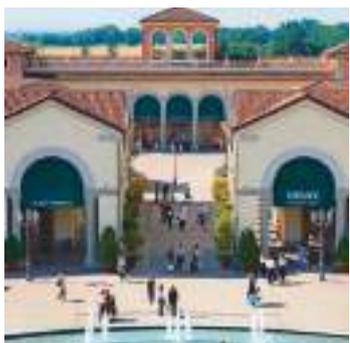
anche il money exchange e tax refund ed offre servizi aggiuntivi come il wi-fi gratuito, deposito bagagli e una Guest Lounge.

Durante l'anno, vengono organizzati una serie di eventi, giornate a tema, esposizioni, per rendere una giornata di acquisti una vera e propria shopping experience.

Una clientela decisamente internazionale quella del Serravalle Outlet. Se il mercato interno rappresenta ancora una fetta importante, McArthurGlen ha guardato in modo crescente a quello estero, ai paesi emergenti, in particolare: Russia, Cina, Sud est asiatico, Europa [in testa francesi, svizzeri, tedeschi]. I visitatori stranieri oggi sono circa 1,5 milioni, circa un quinto del totale della clientela.

Lo sforzo, non facile, di tutti gli attori, McArthurGlen da un lato e il territorio dall'altro, è stato anche quello di integrare il centro nel contesto locale, affinché non fosse visto e vissuto come un corpo avulso. All'interno del centro si fa, a tutti gli effetti, promozione del territorio, sia grazie all'area dedicata, sia attraverso una serie di progetti e proposte veicolate dai canali di promozione del gruppo. «Il consorzio Think Serravalle nasce proprio con questa ottica, di promuovere Serravalle e i dintorni con una serie di proposte legate all'enogastronomia, alla cultura, allo sport outdoor, in collaborazione con gli operatori locali», dice ancora Migani.

“Vietato” però fermarsi e sedersi sugli allori. Il centro è in continua evoluzione, come hanno già dimostrato le diverse fasi di crescita: dopo l'apertura, il centro si è ampliato una prima volta nel 2002 e, successivamente, nel 2016, che ha portato il numero di negozi da 180 agli attuali 240. E a breve potrebbe esserci una nuova evoluzione. ■





## Il cioccolato ma anche l'ambiente Tradizione artigianale e nuove esigenze

di Irene Navaro

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

«Sentivo che ci sarebbe stata una rottura tra industria e artigianato.. Le 'cose buone' stavano esplodendo, ma andavano fatte bene», spiega Fabio Bergaglio. Così, partendo dalla tradizione e artigianalità intrinseche del marchio, Fabio ha portato innovazione e tecnologia, alzando l'asticella della qualità.

Dici 'Bodrato' e vengono in mente i boeri, quei cioccolatini tondi con il ripieno di liquore e ciliegia. E' stato sempre Fabio a puntare sul prodotto, la cui lavorazione che rischiava di andare perduta, diventata punta di diamante della produzione. Era un suo desiderio di bambino, quando si aggirava per il negozio di rivendita di alimentari dei genitori, a Capriata d'Orba.

La nuova generazione di imprenditori, Fabio e Paola, ha puntato molto sul rilancio della pralina, scegliendo, per il ripieno, le ciliege del territorio, come la 'Bella di Garbagna', che è presidio Slow Food, o la 'bianca di Vignola', aggiungendo grappa della distilleria Gualco di Silvano d'Orba. «Chi faceva i boeri prima, è la stessa persona che si prende cura del prodotto oggi» assicura l'amministratore Fabio Bergaglio.

Poi ci sono le uova di cioccolato, lavorate e de-

corate a mano, veri prodotti d'arte; le creme; i cremini; le tavolette, anche nelle nuove versioni con frutta e spezie. Una vera specialità. Le nocciole utilizzate nelle lavorazioni sono rigorosamente le Igp (identificazione geografica tipica) del Piemonte.

Le fave di cacao, tostate in stabilimento, sono quelle del Perù, Ecuador, Venezuela, Santo Domingo e Sao Tomè.

Oggi l'80% della produzione è destinata al mercato interno, il 20% all'export, settore in crescita: dall'Europa agli Stati Uniti, dalla Russia al Giappone fino ai mercati del Medio Oriente e del Sud America. Bodrato si occupa di tutta la catena produttiva, ad eccezione dell'essiccazione e fermentazione delle fave di cacao, che avviene nel paese di raccolta, a distanza di poche ore dalle coltivazioni. Partendo dalla tostatura delle fave, in stabilimento, Bodrato è tra le poche italiane 'from bean to bar'.

L'impronta 'green' è anche nella realizzazione dello stabilimento: un impianto fotovoltaico che produce più del necessario (fino a 200 kw ora), no alla CO2, macchinari innovativi e un progetto per ridurre al minimo la plastica nel giro di qualche anno.

La crescita ha permesso all'azienda di dedicarsi a nuovi investimenti volti all'ammodernamento non solo degli impianti ma anche delle strutture: a breve verranno installate nuove linee di incarto per i cioccolatini, sempre più volte a materiali ecologici e sostenibili, mentre sono già in atto gli acquisti per modernizzare le macchine di modellaggio del cioccolato già esistenti e l'installazione di una nuova linea di etichettatura per il reparto creme spalmabili. Ultimo punto del piano d'investimento sono i nuovi uffici per il reparto amministrazione e marketing. ■

### ANNO DI FONDAZIONE

1943

### FATTURATO 2018

3 milioni di euro

### DIPENDENTI

25

### SETTORE

Dolciario





# ROQUETTE

Offering the best of nature™

leader globale nel settore  
degli ingredienti di origine vegetale



Roquette è leader globale nel settore degli **ingredienti di origine vegetale** e pioniere nel campo delle **nuove proteine vegetali**. In collaborazione con clienti e partner, il Gruppo non teme di affrontare le **sfide attuali e quelle future**, liberando il potenziale della **Natura** per poter offrire gli ingredienti migliori ai mercati **Alimentare, Nutrizione e Salute**.

Ciascuno di questi ingredienti soddisfa esigenze uniche ed essenziali e permette di adottare uno **stile di vita più sano**.

Grazie a una **visione a lungo termine** e una costante ricerca di **innovazioni**, il Gruppo è impegnato a migliorare il benessere di milioni di persone di tutto il mondo, **preoccupandosi al tempo stesso delle risorse** e dei territori in cui opera.

**3.5 miliardi**  
di fatturato

**8.600**  
dipendenti

**25**  
impianti di  
produzione

**7.2 Mt**  
di materie  
prime vegetali

## I nostri valori

AUTENTICITÀ

ECCELLENZA

BENESSERE

LUNGIMIRANZA

## Ciò in cui crediamo

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

## Le nostre materie prime



## La vicinanza di un Gruppo mondiale

Una rete commerciale in oltre 100 paesi



## I nostri mercati



FARMACEUTICO



COSMETICO



ALIMENTAZIONE  
E NUTRIZIONE



NUTRIZIONE  
ANIMALE



INDUSTRIE

## Innovazione

**85 anni**  
di esperienza

**300 collaboratori**  
dedicati a R&D

**40 brevetti**  
l'anno

**10% di fatturato**  
in R&D e capitale industriale

# Dalla Ferrero di Novi (1931) alla nascita del gruppo Arcelor-Mittal

di **Andrea Vignoli**

La storia dell'Ilva, oggi Arcelor Mittal, è strettamente interconnessa con la storia dello sviluppo di Novi Ligure e della nostra nazione. Una storia che comincia nel 1912, quando a Novi inizia la sua produzione la Società Anonima Ferriere. La Prima Guerra Mondiale incombeva e lo sforzo bellico richiedeva grandi quantità di acciaio. La posizione strategica della città all'interno del triangolo industriale, la presenza di una tradizione industriale e operaia che permette di reperire manodopera specializzata, i collegamenti ferroviari, fanno sì che a Novi si avvii una significativa produzione metallurgica. I venti di guerra, che porteranno al primo conflitto mondiale, fanno decollare la richiesta di acciaio e la produzione delle ferriere di Novi. A guerra finita calò la domanda e sopraggiunse la crisi. Le Ferriere di Novi nel 1931 furono rilevate dall'Ilva Altiforni e Acciaierie d'Italia: da quel momento, su ogni vagone, locomotore, nave che veniva messo in cantiere in Italia, c'era una lamiera proveniente dallo stabilimento di Novi, che nel 1938 dava lavoro a quasi 1500 persone. Nel 1934

entrano in gioco le partecipazioni statali, che con l'Iri acquisiscono tutto il gruppo. Nel 1961 nasce l'Italsider, dalla fusione di Ilva e Cornigliano, e viene costruito il nuovo stabilimento fuori dall'abitato di Novi, dove è ancora oggi. Nel 1989 ritorna il nome di Ilva, mentre nel 1995 avviene l'acquisizione, o meglio privatizzazione, da parte del gruppo Riva. Le enormi problematiche ambientali dello stabilimento di Taranto portano all'acquisizione nel 2018, da parte del gruppo Arcelor -Mittal, fusione della francese Arcelor e della lussemburghese Mittal Steel, con la partecipazione del gruppo Intesa Sanpaolo. Del gruppo Arcelor -Mittal fanno parte 8 stabilimenti nel nostro paese, che danno lavoro a 10800 persone. Al livello mondiale il gruppo conta oltre 200 mila dipendenti. Lo stabilimento di Novi Ligure oggi dà lavoro a più di 800 dipendenti ed è uno dei fiori all'occhiello del gruppo. La sua produzione principale è la lamiera per il settore automotive e dispone di un decatreno, due linee di ricottura, due di zincatura ed una di elettrozincatura. ■

**ANNO DI FONDAZIONE**

1912

**FATTURATO 2018**

96 miliardi di dollari

**DIPENDENTI**

200 mila gruppo - 800 Novi

**SETTORE**

Metallurgico



# Da oltre mezzo secolo leader nella lavorazione metallica

di **Andrea Vignoli**

Le origini dello stabilimento che ancora oggi molti chiamano semplicemente "Delta" vanno fatte risalire alla "Delta società metallurgica Ligure" di Genova Cornigliano, facente capo prima al gruppo Ansaldo e poi a Finmeccanica, società a maggioranza pubblica. In cerca di spazio, lo stabilimento genovese si trasferì nel 1964 in un'area fino ad allora agricola di Serravalle Scrivia. È uno dei tanti esempi di ri-localizzazione di aziende genovesi, che si trasferiscono al di là dell'Appennino in cerca di maggiori spazi e facilità di trasporto su gomma e ferro. Specializzato nella produzione di tubi in rame e ottone, il nuovo stabilimento entra in funzione nel 1966 e già nel 1971 conta 665 addetti. Nel 1969 la Smi (Società metallurgica italiana) rileva il 50% della Società Delta-Società metallurgica ligure, della holding finanziaria di stato Finmeccanica: è uno dei primi casi di priva-

tizzazione in Italia. Lo stabilimento prende il nome di Europa Metalli. Tra la fine degli anni '60 e i primi anni '70 gli operai del "Delta" sono protagonisti della stagione di mobilitazione e scioperi che portano al riconoscimento di diritti fondamentali dei lavoratori come quello di assemblea. Nei primi anni 2000 viene avviato un processo di bonifica dei terreni circostanti l'azienda, inquinati da metalli pesanti. Nel 2007 ancora un cambio di proprietà e denominazione: diventa Kme. È la terza volta che l'ex Delta cambia nome. Nata appunto con questo nome, è poi diventata Barre Italia, Europa Metalli e infine Kme. Nel 2018, la Kme cede al colosso cinese dei metalli non ferrosi Zhejiang Hailiang Co lo stabilimento di Serravalle, sui cui oggi sventola, assieme alla bandiera italiana ed europea, la bandiera rossa della Bandiera della Repubblica Popolare Cinese. ■

**ANNO DI FONDAZIONE**

1964

**FATTURATO 2018**

3.557 milioni di euro

**DIPENDENTI**

6600 gruppo - 400 Serravalle

**SETTORE**

Produzione tagliabobinatrici per l'industria del packaging



**ANNO DI FONDAZIONE**

1860

**FATTURATO 2017**

51 milioni di euro

**DIPENDENTI**

3800 gruppo Toksoz, 120 Novi

**SETTORE**

Alimentare



## Torrone, cioccolatini e gianduiotti le "nostre" eccellenze da difendere

di **Andrea Vignoli**

Pernigotti, un nome che evoca la tradizione dolciaria di Novi Ligure, il suo prelibato torrone, cioccolatini e gianduiotti. Ma Pernigotti è anche il caso emblematico di come il nostro paese rischi di perdere le sue eccellenze, la sua vocazione. La storia dell'azienda comincia nel 1860, quando Stefano Giuseppe Pernigotti apre nella piazza del Mercato a Novi Ligure una drogheria specializzata in "droghe e coloniali" e già rinomata fin dagli inizi per la produzione di un pregiato torrone. Nel 1868, grazie al successo dei suoi prodotti, la drogheria diventa un'azienda, quando Stefano Pernigotti decide di fondare assieme al figlio Francesco la "Stefano Pernigotti & Figlio". Il primo riconoscimento nel 1882, quando Re Umberto I in persona concede alla società la facoltà di innalzare lo stemma reale sull'insegna della sua fabbrica, in quanto fornitore ufficiale della Real Casa. Le ristrettezze della guerra diventano per la Pernigotti occasione per progredire. Nel 1914 il governo proibisce l'uso dello zucchero nella produzione di dolci, e l'azienda lo sostituisce con il miele dando vita ad un torrone ancora più squisito.

Nel 1919 Paolo Pernigotti sostituisce il padre Francesco alla guida dell'azienda fondata dal nonno. Nel 1927 inizia la produzione dei famosi gianduiotti, e nel 1936 quella dei preparati per i gelati, che ancora oggi sono uno dei punti di forza dell'azienda.

Nel luglio del '44 il bombardamento di Novi distrugge la fabbrica in via Mazzini, che viene ricostruita in viale della Rimembranza, dove ha sede ancora oggi. Negli anni '60 subentra nell'azienda Stefano Pernigotti.

Nel 1980 la tragedia: Paolo e Lorenzo Pernigotti di 17 e 13 anni, figli di Stefano, perdono la vita in un incidente stradale in Uruguay. Con loro

termina tragicamente la saga imprenditoriale della famiglia. Nel 1995 Stefano Pernigotti cede lo storico marchio novese alla famiglia Averna. Nel 2013 gli imprenditori siciliani cedono l'azienda al gruppo turco appartenente alla famiglia Toksoz, attivo nel dolciario, nel farmaceutico e nel settore energetico. A Novembre dello scorso anno la crisi più profonda: i fratelli Toksoz annunciano la chiusura dello stabilimento di Novi Ligure, ma non la dismissione del marchio.

La città si stringe attorno ai 200 lavoratori dello stabilimento, che lo occupano per lunghe settimane, dando vita ad importanti manifestazioni di solidarietà. Ad agosto sembra essere raggiunto un accordo per la prosecuzione dell'attività, con l'intervento dei gruppi Emendatori e Spes. Pochi giorni fa l'ennesimo colpo di scena nella vicenda. I fratelli turchi Toksoz cedono ceduto il comparto che si occupa dei prodotti per gelaterie e per pasticcerie. Non a Giordano Emendatori, nonostante il contratto preliminare già firmato, ma al gruppo Optima che, ironia della sorte, era stato fondato proprio da Emendatori nel 1984 e poi venduto nel 2014. Il gruppo Spes resta fuori dalla trattativa. ■

**Pernigotti:**  
un nome che evoca  
la tradizione  
dolciaria  
di Novi Ligure.



# Icona del gusto dalla metà del '900 Un segreto custodito gelosamente

di **Andrea Vignoli**

La storia del gruppo Campari comincia nel 1860, con Gaspare Campari che inventa l'aperitivo rosso a media gradazione alcolica che è conosciuto con il suo nome in tutto il mondo. Le prime attività si avviano a Milano, e nel 1904 apre lo stabilimento di Sesto San Giovanni. Ancora oggi Campari è presente nella sua prima sede, in Galleria Vittorio Emanuele a Milano, dove nel 1867 nasce l'aperitivo più famoso del mondo, il Campari.

Nascono nella prima metà del '900 prodotti che diventeranno icone del gusto. Nel 1932 l'idea del Campari Soda, primo esempio di aperitivo venduto in porzione monodose caratterizzato dal design della bottiglietta a calice rovesciato inventata dall'artista futurista Fortunato Depero.

Nella seconda metà del '900 avviene l'espansione internazionale del gruppo, con acquisizioni di altri marchi e la presenza sull'intero mercato mondiale.

Dalla vodka allo champagne, dal mirto al fernet, negli stabilimenti del gruppo Campari vengono prodotti quasi tutti gli aperitivi e digestivi di successo.

Il 15 aprile 2004 viene inaugurato alla presenza del Sottosegretario alle Politiche Agricole e Forestali Teresio Delfino, il nuovo stabilimento del Gruppo Campari a Novi Ligure, che viene scelto anche come sede della "ricetta" per la produzione del Campari: un segreto industriale custodito gelosamente.

Oggi il gruppo è il sesto produttore mondiale di alcolici e possiede 18 impianti di produzione nel mondo.

Il sito produttivo di Novi sorge nell'area industriale ovest della città, occupa una superficie di 200.000 mq, di cui 43.000 coperti. Una mo-

derna struttura ad alto livello tecnologico, frutto di un lavoro d'équipe tra il team Campari e Gruppo Moretti, che hanno collaborato alla progettazione e alla realizzazione dello stabilimento. I 130 addetti dello stabilimento, su un totale di circa 1550 dipendenti del Gruppo Campari nel mondo, lavorano su otto linee produttive (linea spumanti, due linee Jägermeister, linea vermouth-liquori, doppia linea Campari, linea CampariSoda, linea mignon) per una capacità annua di circa 160 milioni di bottiglie.

Oggi il gruppo è guidato dal Ceo Robert Kunze-Concewitz e fattura 17 miliardi di euro con un utile netto 296 milioni di euro.

Sono oltre 50 i marchi del Gruppo Campari, tra cui Skyy Vodka, Grand Marnier, Cynar, Amaro Averna, Glen Grant, Cinzano, Crodino, Wild Turkey e Ouzo. ■

“ Dalla nascita dell'aperitivo alla vodka e allo champagne. Sono diciotto gli impianti di produzione nel mondo.

**ANNO DI FONDAZIONE**

1860

**FATTURATO 2018**

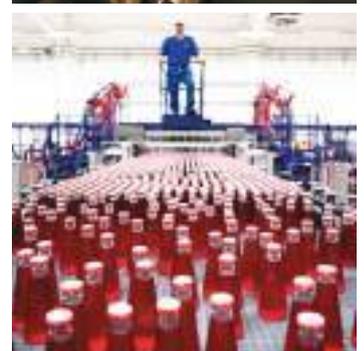
1711 milioni di euro

**DIPENDENTI**

1550 gruppo - 130 Novi

**SETTORE**

Alimentare





## ANNO DI FONDAZIONE

1961

## FATTURATO 2017

421 milioni di euro

## DIPENDENTI

480

## SETTORE

Chimico

## Il punto di forza? Una produzione sempre più specifica e diversificata

di Irene Navaro

Per alcuni, quelli che hanno passato gli 'anta' è sempre la Spad. L'azienda chimica che lavora esclusivamente mais ricavandone ingredienti di origine vegetale destinati all'industria [da quella alimentare a quella farmaceutica] è invece Roquette Italia Spa dal 1992.

Dal 1960, Spad - ora Roquette, appunto - ha sede e stabilimento a Cassano Spinola. "Zona depressa" a quel tempo, ma situata nel bel mezzo del triangolo industriale, tra le grandi città del nord Italia Torino, Milano, Genova. In piena espansione negli anni del boom, già all'epoca la fabbrica in provincia di Alessandria era tra le prime filiali della casa madre Roquette Frères di Lille, in Francia. Si produceva, e si produce tutt'ora, amido di mais, amidi modificati e glucosio oltre ad una serie di derivati. Comparto chimico, anche se in realtà i prodotti utilizzati per la trasformazione sono tutti di origine agricola. Nel 1970 viene introdotta la lavorazione del destrosio e di amidi pregelatinizzati, di isoglucosio, di gluconati e isoascorbato.

Tutto parte dal mais: «Ne lavoriamo circa 1800 tonnellate al giorno», spiega il direttore di stabilimento Daniele Dalla Pria. Il 35% arriva da coltivatori del nord Italia, Piemonte, Lombardia, Veneto e Friuli. Il 30% arriva dalla Francia, la restante parte dell'Europa dell'Est. «Sono circa 60 camion al giorno, ma abbiamo implementato l'utilizzo della ferrovia e del trasporto via nave, per limitare il più possibile l'incidenza del trasporto su gomma e quindi l'inquinamento».

Sono stati effettuati ingenti investimenti, negli anni, per diminuire l'impatto sul territorio di acque di scarico, odori e rumori. Oggi lo stabilimento è dotato di un impianto di depurazione biologica a fanghi attivi per il trattamento delle acque reflue prodotte dallo stabilimento, un im-

pianto di potabilizzazione dell'acqua di processo estratta dai pozzi di proprietà, due centrali a gas naturale per la produzione di energia elettrica della potenza totale di 42 MVA ed un impianto a biogas per abbattere l'inquinamento e contemporaneamente produrre energia elettrica.

«Quando è nata la fabbrica - spiega ancora il direttore - la zona era prevalentemente agricola e dalla bassa densità abitativa. A poco a poco il paese è cresciuto attorno a Roquette». Cresciuto non solo fisicamente. L'azienda è una delle più importanti del territorio, dove trovano impiego molti giovani della zona, diplomati e laureati, perché la ricerca ed il miglioramento continuo sono tra gli aspetti più curati. «L'80% del nostro personale proviene dalla provincia di Alessandria e da zone limitrofe ed è diplomato in istituti tecnici della zona o laureato presso i politecnici di Torino, Milano e Genova. È richiesta una forte specializzazione ma i tecnici vengono formati soprattutto all'interno, poiché le nostre lavorazioni sono molto specifiche. Ci sono infatti solo altre due realtà a livello nazionale in questo settore». La "specificità" della produzione ha consentito a Roquette di passare più o meno indenne dalla crisi industriale del nuovo millennio. «I nostri prodotti vengono utilizzati in diversi settori: dall'alimentazione umana ed animale all'industria farmaceutica, ma anche nel settore vernici, detergenti, costruzioni. Circa il 50% del prodotto è destinato all'export. Abbiamo circa 500 clienti nella nostra zona di mercato: Italia, Grecia, Balcani e Nord Africa e altrettanti nel resto del mondo. I nostri ingredienti sono presenti in molti prodotti di uso quotidiano e questa diversificazione ci ha consentito di affrontare le variazioni di mercato». Oggi, nello stabilimento di Cassano, sono impiegati circa 480 addetti. ■





## Non una semplice caramella: ricerca, innovazione, tradizione, benessere

di Irene Navaro

Non è 'solo una caramella'. Dietro a quella piccola perla di dolcezza, in casa Serra, azienda dolciaria novese, c'è ricerca, innovazione, tradizione e benessere.

L'azienda di Luigi ed Alessandra Serra, [il primo ne è il presidente, la seconda amministratore delegato] viene fondata negli anni '50, in una frazione di Serravalle Scrivia per trasferirsi poco dopo sulla strada che da Serravalle porta a Novi.

Nel 2005 l'anno della svolta, con l'apertura del nuovo stabilimento nella zona industriale di Novi, e tanti progetti da portare avanti. In numeri, lo stabilimento si estende su 36 mila metri quadri, ma con la possibilità di ampliarsi per ulteriori 24 mila; occupa circa quaranta dipendenti su due turni che lavorano 12 tonnellate di prodotti al giorno.

Dai magazzini Serra, gli scatoloni raggiungono soprattutto i canali della grande distribuzione, in Italia e all'estero. Una parte della produzione è per conto di aziende leader del settore.

Se in principio c'erano le caramelle classiche, si sono aggiunte, poi, quelle morbide, le toffees, le senza zucchero [uno dei prodotti più innovativi] e le barrette.

Più recentemente, è arrivata la linea "le Specialità Italiane", che si è affermata in poco tempo come "premium", cioè posizionata nella fascia alta di consumo: innovativa in un settore molto tradizionale. Tanto che, proprio quest'anno, nel 2019, alla fiera Cibus di Parma è stata premiata come la migliore innovazione di prodotto nel suo mercato.

Focus dell'azienda è ora il lancio della linea dei prodotti 100% derivanti dalla frutta e, soprattutto, biologici, seguendo e, in parte, anticipando le tendenze di consumi sempre più

salutari, perché basati su una corretta alimentazione e sulla riduzione di zuccheri. Da qui nascono le barrette morbide alla frutta, ad esempio. O le caramelle ripiene di frutta o altro, dall'arancia alla curcuma e zenzero.

Il settore delle caramelle, «piccole gratificazioni a basso costo», le definisce Luigi Serra, è passato indenne dalla crisi. Perché, anche se si arranca per arrivare a fine mese, una piccola coccola fatta di dolcezza, non la si nega. E l'avvento della grande distribuzione, tra gli anni '80 e '90 è stata per Serra Dolciaria una opportunità colta appieno. Dietro, però, c'è studio, ricerca e fatica.

Oggi l'azienda ha conseguito la certificazione di qualità ambientale Iso 14001 e quella di qualità nella produzione, dalla cottura degli ingredienti al confezionamento del prodotto finito. «Ci eravamo impegnati a conseguire la certificazione 14001 al momento dell'insediamento del nuovo stabilimento - spiega Serra - Volevamo ribadire la nostra attenzione ai temi dell'ambiente e dello sviluppo sostenibile, ed ora li rafforziamo per un grande investimento in un impianto fotovoltaico, coprendo l'intera superficie dello stabilimento, assicurandoci più del 30% dell'energia consumata dal sole».

La ricerca era e resta uno dei punti di forza di Serra Dolciaria, grazie all'impiego di grandi professionalità, con un alto grado di formazione, specialmente nell'area della qualità e dello sviluppo dei prodotti. Un occhio di riguardo all'export: oggi le caramelle "made in Novi" vengono distribuite in Asia, Australia e Stati Uniti, ma altri sbocchi si stanno aprendo nei mercati emergenti attraverso i canali della moderna distribuzione. ■

**ANNO DI FONDAZIONE**

1947

**FATTURATO 2018**

10 milioni di euro circa

**DIPENDENTI**

40

**SETTORE**

Alimentare - Dolciario



# PIERRE

*trattori*



**NEW** **Xtra Compact**  
dimensioni

Reversibile  
CVT Idrostatico

**P135.80**

135 ANNI DI INNOVAZIONI

MADE IN ITALY

**PIERRE TRATTORI di G.B. Polentes & C.**

Silvano d'Orba (AL) • Via Novi 19 • Tel./Fax 0143 841138

info@pierretra.com • www.pierretra.com • youtube.com/pierretrattori





## Mondelez: una nuova strategia nel rispetto della tradizione

di **Massimo Brusasco**

Se passi a Capriata d'Orba e senti profumo di biscotti il motivo è semplice: lì sforna la celebre Saiwa, che adesso si chiama Mondelez, gruppo a cui si devono marchi celebri come Philadelphia, Sottilette, Fattorie Osella, Jocca, Oro Saiwa, Tuc, Cipster, Oreo, Milka, Fonzie, Mikado, Halls, Ritz... Lorenza Cipollina (nella foto) è la responsabile delle relazioni esterne di Mondelez Italy. «Siamo una multinazionale del comparto dello snacking con prodotti commercializzati in 150 Paesi - racconta - Nel 2018 abbiamo registrato un fatturato di circa 26 miliardi di dollari. L'azienda opera in cinque principali segmenti di business che includono le seguenti categorie: biscotti dolci e salati, cioccolato, bevande, formaggi, chewing gum e caramelle. A Capriata c'è uno stabilimento produttivo, l'altro è a Caramagna La nostra sede è a Milano e siamo protagonisti nel panorama dell'industria alimentare italiana da 50 anni».

Com'è cambiato il vostro mondo, in questi anni? «La nuova strategia si basa sulla promessa di offrire ai consumatori lo snack giusto, al momento giusto, fatto nel giusto modo. Ciò significa garantire un'ampia gamma di snack di alta qualità per soddisfare ogni occasione di consumo, con ingredienti più sostenibili e miranti al benessere dei consumatori. Mondelez International sta svolgendo un ruolo significativo nel rendere lo snacking sostenibile e informato. Tracciabilità delle materie prime e benessere ambientale sono elementi da cui non si può prescindere».

In Italia il totale dei dipendenti di Mondelez International sono circa 900 divisi tra la sede di Milano e i due stabilimenti produttivi situati in Piemonte. Nello specifico a Caramagna ha sede il caseificio di Fattorie Osella, dove da oltre 60 anni avviene tutta la produzione dei formaggi Osella, mentre a Capriata D'Orba si trova lo storico stabilimento Saiwa.

«In Italia Mondelez International ha dato via a un progetto di attenzione alle materie prime e al territorio che si realizza con Oro Saiwa. A partire da febbraio, Oro Saiwa Classico è prodotto esclusivamente con grano italiano, proveniente da appezzamenti nelle provincie di Alessandria, Asti, Pavia, Torino e Cuneo nel raggio di 75 km dallo stabilimento capriatese. La filiera coinvolge 173 aziende agricole e 12 cooperative».

Mondelez International redige ogni anno il suo 'Progress Report' di aggiornamento sul piano degli obiettivi di sostenibilità a visione 2025, che testimonia l'impegno dell'azienda nel guidare il futuro dello snacking, creando snack nel modo giusto sia per le persone che per il pianeta.

Il programma Harmony promuove la biodiversità e le buone pratiche ambientali nella produzione di grano in Europa. Co-creato lungo la filiera del grano, con agricoltori, cooperative e mugnai, il programma richiede l'impegno degli agricoltori partner nel seguire le pratiche sostenibili nella coltivazione e nella lavorazione del grano. «I coltivatori Harmony scelgono di preservare l'acqua, prendersi cura del suolo, proteggere la biodiversità e ridurre le emissioni di anidride carbonica. Per quanto riguarda la filiera del cacao, dal 2012 il programma di sostenibilità di Mondelez International, Cocoa Life, contribuisce a creare una fiorente catena di approvvigionamento del cacao, aumentando le rese nelle aziende agricole esistenti, rafforzando la capacità di recupero nelle comunità di coltivazione del cacao e prevenendo la deforestazione. Ad oggi, Cocoa Life coinvolge oltre 142.000 coltivatori di cacao per aiutarli ad aumentare la resa produttiva, consente a più di 1.400 comunità di guidare il proprio sviluppo e di aumentare l'approvvigionamento fino a coprire il fabbisogno per la produzione del 43% del cioccolato». ■

### ANNO DI FONDAZIONE

2012

### FATTURATO 2017

900 milioni di euro circa

### DIPENDENTI

900

### SETTORE

Alimentare





# energia in evoluzione

## energy wave è la risposta al cambiamento del mercato energetico

Per la tua casa offriamo servizi di efficienza energetica, dall'**illuminazione a led** alla **riqualificazione energetica degli edifici**, per ridurre i consumi e migliorare il comfort.

**Diamo valore all'innovazione,** per questo proponiamo le migliori soluzioni tecnologiche per i nostri clienti.

**Nuova sede di Ovada**

Via Buffa 25

dal lunedì al venerdì  
8.00-12.00 / 14.30-18.30

Tel 0143.80089





## Ormig: mezzi di alta qualità nel settore del sollevamento

di **Edoardo Schettino**

Un'intuizione: l'Italia in ricostruzione dopo la Seconda Guerra Mondiale ha bisogno di mezzi tecnici. Era il 1949. All'epoca l'autogru era già largamente utilizzata negli Stati Uniti, in Europa era quasi sconosciuta. Il pioniere fu Guido Testore. Non c'è da stupirsi se la città, in occasione del settantesimo anniversario della nascita dell'azienda, sta preparando una mostra per ripercorrere uno dei simboli della meccanica, settore da sempre decisivo per le sorti dell'economia dell'Ovadese. Già nel nome, lo sguardo più ampio: Ormig, l'acronimo di Officine Riunite Macchine Industriali Genova.

Testore ebbe fantasia e conoscenza, soprattutto il grande coraggio di perseguire la sua precisa convinzione e rappresentò l'esempio migliore di quegli uomini che, col loro lavoro, permisero a un Paese distrutto di ripartire. La produzione iniziò nel centro di Ovada, in via Galliera, in un sito di 13.500 metri quadrati. A metà degli anni '70 il trasferimento nell'attuale sede, in via Regione Carlovini, su una superficie di 100 mila metri quadrati, poco meno della metà coperti.

Oggi la Ormig, tuttora condotta dalla famiglia del fondatore, è un'azienda in grado di produrre mezzi di alta qualità e tecnologicamente avanzati nel settore del sollevamento e movimentazione. All'interno dello stabilimento ovadese sono presenti l'ufficio per la progettazione, i settori di carpenteria, macchine utensili, montaggio, verniciatura finale e assistenza tecnica. Il fatturato del 2018 ammonta a 7 milioni di euro, in moderata crescita rispetto ai dati fatti segnare nei due anni precedenti. La gamma di gru elettriche comprende mezzi con portate da 5,5 a 60 tonnellate. Un connubio importante tra ridotte dimensioni e notevoli portate che ha fatto dell'azienda un punto di

riferimento nell'intero settore. L'ultima innovazione introdotta la gamma di gru elettriche indoor, con dimensioni particolarmente contenute e in grado di ruotare su se stesse, sempre con quattro punti di appoggio al suolo. Hanno portate tra le 5.5 e le 75 tonnellate le gru "Pick and carry" per la movimentazione dei carichi su piazzali ed in qualunque ambito sia richiesta, oltre al sollevamento, una portata in semovenza.

Questi mezzi si distinguono per le notevoli capacità e la elevata maneggevolezza, e operano nella massima sicurezza. Infatti tutte le gru Ormig sono dotate di quattro punti di appoggio al suolo, al fine di rendere il mezzo sicuro e adatto a ogni tipo di superficie. Ormig produce anche gru montate su autocarro per poter viaggiare su strade e autostrade senza permessi, omologate a libera circolazione, con il peso di 32 tonnellate.

Il modello 804AC ha una portata di 80 tonnellate e braccio telescopico a 6 sezioni, per un'altezza massima di 48 m da terra. Il modello 104AC ha una portata di 100 tonnellate e braccio telescopico a 8 sezioni, per un'altezza massima di 58 m da terra.

C'è un doppio filo che lega Ormig con la città. Nel 2013, per festeggiare il ventesimo anno del connubio tra il centro di formazione "Oratorio votivo" e la Casa di Carità "Arti e mestieri", il Laboratorio Macchine Utensili a Controllo Numerico Computerizzato completamente rinnovato fu intitolato a Guido Testore per sancire un rapporto di scambio tra l'ente di formazione e l'impresa, consolidato nel tempo. Ormig da sempre sostiene economicamente anche lo sport ovadese con l'impegno al fianco dell'Atletica Ovadese, tra i sodalizi storici sia per l'attività amatoriale che per quella giovanile. ■

**ANNO DI FONDAZIONE**

1949

**FATTURATO 2017**

7 milioni di euro

**SETTORE**

Costruzione e commercio di autogru





**ANNO DI FONDAZIONE**

2013

**DIPENDENTI**

37 aziende rappresentanti delle colline del territorio

**SETTORE**

Vinicolo, enologico, rappresentanza dei produttori del Dolcetto

## Il Consorzio dell'OVADA Docg punta di diamante della produzione

di **Edoardo Schettino**

La rinnovata ambizione di riproporsi all'attenzione degli appassionati di vino e di far riscoprire un vitigno che ha un valore identitario per tutto il Piemonte. Il Dolcetto significa Ovada, prima zona della Regione a ottenere la Docg più di quarant'anni fa. Il Consorzio dell'Ovada, che il riconoscimento ufficiale del Ministero delle Politiche Agricole l'ha ottenuto poco più di un anno fa, rappresenta la punta di diamante della produzione: 37 aziende rappresentanti delle colline del territorio, un'alleanza sul fronte della qualità e della riconoscibilità. «Il progetto – spiega Italo Danielli, presidente del Consorzio – è partito nel 2013. Il nostro territorio è da sempre vocato alla produzione vitivinicola. L'intento era quello di fare gioco di squadra, di far crescere la qualità media del nostro prodotto, sfatare il mito di un rosso che ha valore solo se bevuto nei primi anni». Attualmente l'Ovada DOCG viene prodotto in 100.000 bottiglie, in crescita nell'ultimo biennio con percentuali superiori al 20%. La distribuzione è 90 % in Italia e 10% all'Estero. Gli ettari vitati complessivi sono 110 e sono circa 50 le aziende produttrici (dato 2018), il 70% delle quali associate al Consorzio di Tutela dell'Ovada DOCG. Un disciplinare rigoroso stabilisce rese delle uve, un minimo di dodici mesi di invecchiamento che sale a ventiquattro per le tipologie "Riserva" e "Vigna Riserva".

La maggior parte delle aziende è a conduzione familiare ed esegue internamente le fasi di produzione, vinificazione e imbottigliamento. L'ovadese è baciato dai vicini venti di mare che caratterizzano e rendono unici i sapori dei suoi vini. Lontanissimo dalla coltura intensiva, spiccano piccole e medie realtà vitivinicole attente al territorio e ad una viticoltura responsabile. «I

produttori dell'Ovadese, la zona più vocata per i vini Dolcetto "di struttura" – aggiunge Daniele Oddone, Vicepresidente del giovane Consorzio – "negli ultimi decenni hanno privilegiato una produzione con vendita a breve termine, a pochi mesi dalla vendemmia. Ma il vitigno Dolcetto ha caratteristiche tali da poter produrre vini eccellenti e longevi". Questo gioco di squadra vede protagonista anche l'Enoteca Regionale di Ovada e del Monferrato, che il Presidente Mario Arosio ha reso una realtà attiva, motore di relazioni territoriali e istituzionali: «L'Anno del Dolcetto è un'occasione unica e importantissima. Tutto l'ovadese dovrà sentirsi partecipe e riscoprire l'orgoglio dell'appartenenza e l'Ovada DOCG può davvero essere la nostra bandiera. Le Enotecche Regionali in Piemonte hanno una funzione strategica molto importante ed in particolare quella di Ovada. Questi enti non devono essere incentrati solamente sulla vendita dei vini ma svolgere una funzione essenziale nel progettare, insieme ai territori, nuove strategie volte alla promozione e valorizzazione del settore turistico e più in generale dello sviluppo locale». Negli ultimi mesi sono stati compiuti grandi passi: l'alleanza con Dogliani e Diano d'Alba, le altre due zone vocate alla produzione, la stipula, in Regione Piemonte di un protocollo d'intesa per una promozione comune. La benedizione a quest'ultimo atto è arrivata di recente anche dall'assessore alle Politiche Agricole, Marco Protopapa. «Non si può – ha spiegato Protopapa – rimanere chiusi nel proprio territorio. Il futuro è nello sviluppo di logiche di sinergia più ampie. Da questo punto di vista l'Ovadese mi fa ben sperare». C'è poi la sfida della commercializzazione sulla quale i produttori ancora si interrogano. ■





# Grappe Gualco. Il segreto? Nell'impianto di distillazione

di **Edoardo Schettino**

L'aroma inconfondibile accoglie i visitatori all'interno del negozio storico nel centro del paese. «Le nostre grappe – racconta Giorgio Soldatini – derivano dai vitigni di Dolcetto, Barbera, Cortese e Moscato; si dividono in giovani, invecchiate dai due ai sei anni, e aromatizzate con erbe e frutta. Il segreto? Il nostro impianto di distillazione discontinuo». Nasce dalla seconda vita delle vinacce utilizzate per la produzione del Dolcetto uno dei prodotti più tipici. A Silvano d'Orba la grappa non è solo un distillato ma un percorso fatto di memoria e innovazione sempre attenta alla tradizione. Il "metodo discontinuo alla piemontese" racchiude una storia e un universo di aromi e sapori.

Giorgio e Marcella Soldatini, grazie anche all'esperienza di papà Alessandro, custodiscono i segreti di un'attività nata nel 1870 che si è tramandata, attraverso differenti rami della famiglia, per sei generazioni. E' stata Susanna, la nonna di Giorgio e Marcella a riunire i rami della famiglia e creare un marchio ancora oggi conosciuto e apprezzato.

«Nel nostro impianto – spiega Giorgio Soldatini – le vinacce vengono caricate a mano. La Regione Piemonte con un decreto ha messo nero su bianco l'unicità del nostro metodo che consente di ricavare un prodotto senza eguali che si richiama direttamente a ciò che nostra nonna Susanna che creato per più di trent'anni».

Le vinacce vengono inserite nell'alambicco con la loro naturale umidità. Il nostro metodo discontinuo a bagnomaria è completamente artigianale. Il caricamento avviene manualmente di volta in volta. Il forno viene caricato con la legna il lunedì mattina. Per tutto il

resto della settimana vengono utilizzate le vinacce stesse. Nell'arco di un'ora e venti minuti produciamo tra dodici e quattordici litri di grappa da 250 chili di vinaccia.

A Silvano la grappa rappresenta anche un'esperienza. In autunno le porte delle distillerie si aprono per il tradizionale festeggiamento legato al termine della produzione. La bottega di Gualco, nel centro del paese, rappresenta un luogo incantato dove assaggiare e vivere a pieno la magia di questo prodotto.

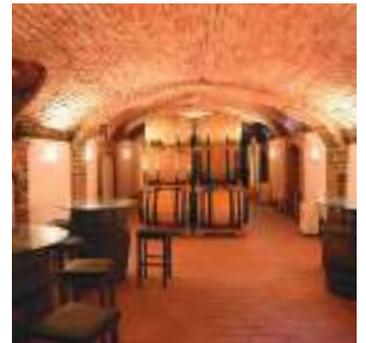
La visita guidata prenotabile è un percorso emozionale dal locale dello stoccaggio delle vinacce, all'impianto per la distillazione, fino alla settecentesca cantina per l'invecchiamento. Dal lavoro sapiente della distilleria nascono prodotti che nel tempo hanno ricevuto tanti riconoscimenti a livello internazionale. Nella recente edizione 2019 del Craft Spirit Award di Berlino sono state riconosciute con la medaglia d'oro la Grappa di Barbera, la Grappa Rubinia e la Grappa Stravecchia che ha ricevuto anche la menzione come "Best in class". «Noi siamo pienamente convinti che questo modo di lavorare dia vantaggi a livello qualitativo. La Superla è una creazione di Bartolomeo Gualco ed è un infuso di diciassette erbe che coniuga l'amaro del digestivo e il sapore della grappa. La Suavitas è più dolce, per questo mia nonna Susanna la definiva la grappa delle donne per il gusto caratteristico. Entrambi sono marchi registrati. Mia nonna prima e mio papà hanno reso quest'azienda piccola ma solida. Noi siamo la sesta generazione: per me e mia sorella Marcella la scelta di proseguire su questa strada è stata un piacevole omaggio alle nostre radici». ■

**ANNO DI FONDAZIONE**

1870

**SETTORE**

Produzione e vendita grappa



# MONFERRATO OVADESE, UN TERRITORIO CHE PIACE



## MONFERRATO OVADESE, A TERRITORY THAT APPEALS



ENOTECA  
REGIONALE DI OVADA  
E DEL MONFERRATO



REGIONE  
PIEMONTE

VIA TORINO 69, PALAZZO COMUNALE, OVADA  
[enotecaregionaleovada.com](http://enotecaregionaleovada.com)



## Everton, un riferimento per il mercato di tè e tisane

di **Edoardo Schettino**

Quando nel luglio del 2018 si tenne la cerimonia per l'ampliamento dello stabilimento di località Caraffa, al taglio del nastro partecipò anche il sindaco Giorgio Marengo, a testimonianza del legame forte dell'azienda con la comunità di Tagliolo e con l'Ovadese in genere. Un gruppo industriale dislocato in tre paesi, oltre all'Italia, l'India e la Croazia. A Tagliolo, al centro dell'area artigianale e industriale più ampia dell'Ovadese, uno stabilimento che rappresenta la chiara testimonianza della volontà della proprietà di investire e crescere ancora. Everton è un'azienda italiana di riferimento per il mercato di tè, tisane, infusi, solubili e zuccheri, sia a marchio proprio sia a marca privata.

Da piccolo stabilimento genovese, nato dopo l'esperienza maturata con lo storico marchio del tè Maraviglia, si è sviluppata con la sapiente regia della famiglia Doderò - Donelli. Il fatturato consolidato nel 2018 si attesta poco più di 22 milioni di euro e gli investimenti dal 2011 al 2018 hanno sfiorato i 9 milioni di euro. Anche i numeri meritano una menzione: sono oltre 3.000 le tonnellate di solubili prodotti ogni anno nello stabilimento di Tagliolo Monferrato e oltre il miliardo le bustine di tè/infusi prodotte, pari a 150 milioni di litri, pari a 60 piscine olimpioniche, per un totale di 500 tonnellate tra tè ed erbe. Nel 2017 per migliorare la qualità della produzione e le condizioni di lavoro dei dipendenti, Everton ha completato il rinnovamento tecnologico delle linee produttive in ottica Industria 4.0 e introdotto il sistema gestionale SAP-MES integrato con la produzione per un investimento complessivo di 1,2 milioni di euro. Il sistema SAP-MES copre tutta la filiera, dall'ingresso della materia prima fino al confezionamento,

e permette una totale tracciabilità dei prodotti, verificabile in ogni momento dai dipendenti stessi, dotati di tablet di ultima generazione. *«Il nuovo sistema gestionale permette una maggiore integrazione tra la produzione e le altre aree aziendali, e consente di svolgere analisi di marginalità accurate, facilitando il governo dei processi produttivi e aziendali in generale - spiegò durante la cerimonia di inaugurazione la dirigenza -. Una scelta, questa come quella relativa all'ampliamento, fortemente voluta dalla famiglia Doderò/Donelli, frutto della forza imprenditoriale del gruppo e della vocazione a intuire e soddisfare i bisogni dei consumatori, traducendoli in leve di mercato. Un modus operandi che anche gli ultimi dati di bilancio confermano: in 5 anni il tasso di crescita media è stato del 15%. Risultati che ci rendono fieri di un percorso in continua evoluzione, che da ormai tre generazioni prosegue con grande dedizione e competenza per diffondere nel mondo la cultura del tè».*

A tutto questo si affianca Everton Tea India pvt ltd, con le coltivazioni dirette e i 6.000 metri quadri di stabilimento produttivo dedicato alla produzione e al confezionamento di tè, ed Herbarium, dove si concentra la produzione e confezionamento di erbe, tisane e infusi con circa 500 metri quadri tra uffici e infrastrutture, 1.000 metri quadri di produzione e 2.000 metri quadri di magazzino. L'ampliamento portato a termine a Tagliolo due anni fa ha rappresentato il 30% dell'estensione del sito produttivo, con un aumento dell'87% di posti pallet per lo stoccaggio di materie prime e di prodotto finito. L'età media dei dipendenti di Everton si colloca tra i 25 e i 34 anni. ■

### ANNO DI FONDAZIONE

1967

### DIPENDENTI

200 dipendenti (nel mondo)

### SETTORE

Produzione infusi e tè sia a marchio proprio sia a marca privata




**ANNO DI FONDAZIONE**

1963

**FATTURATO 2017**

5.800.000 euro

**SETTORE**

Realizzazione di cavi, morsetti ed apparecchiature elettriche di vario genere

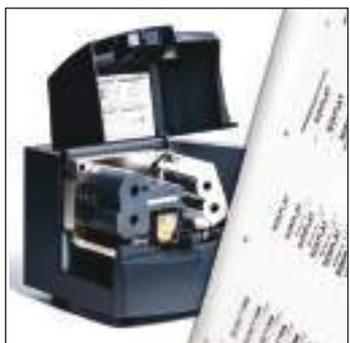
## Da Giovanni a Giovanni: la storia ricomincia da dove era iniziata

 di **Edoardo Schettino**

Da nonno Giovanni a nipote Giovanni. Una parabola avviata nel 1963 quando Giovanni Piana brevettò il Trasp un sistema semplice ma geniale in grado di identificare ogni tipo di cavo, morsetto ed apparecchiatura elettrica con lo stesso procedimento e gli stessi elementi siglanti. Poco più di cinquant'anni dopo sembrava al capolinea la storia della Grafoplast, l'azienda ai vertici nel settore degli identificativi per impianti elettrici, civili e industriali situata tra l'area industriale e l'ingresso di Predosa. Gli Americani della 3M l'avevano comprata dal padre di Giovanni, nel 2008. Poco meno di dieci anni dopo avevano annunciato la loro intenzione di chiudere tutto, ritirarsi da un business non più in linea con le previsioni e le aspirazioni di fatturato della multinazionale. Nel panico erano finite le famiglie di 38 operai che dal giorno dell'annuncio manifestarono davanti all'azienda e sotto gli uffici della Prefettura di Alessandria la loro voglia di proseguire nel lavoro. La svolta si è materializzata sotto forma di Giovanni Piana, nipote del fondatore, che con la sorella Valentina si è fatto avanti per riprendersi ciò che la famiglia aveva posseduto.

«*Conosciamo il settore* - ha commentato il giovane imprenditore genovese, 32 anni all'epoca della formalizzazione dell'accordo - *e abbiamo le idee molto chiare. Nel momento in cui siamo venuti a conoscenza della situazione non potevamo non farci avanti. Per fortuna la trattativa ha avuto esito positivo*». Piana è diventato amministratore delegato, la sorella Valentina, responsabile delle risorse umane. La forza lavoro può contare su una quarantina di operai. «*Alcuni di loro* - aggiunge Piana - *mi hanno visto nascere, io stesso*

*sono stato loro collega. Capite bene per quale motivo non potevamo lasciar chiudere lo stabilimento*». «*Sembravamo piccola cosa di fronte alla multinazionale 3M che, dall'altra parte dell'oceano, il 29 giugno aveva annunciato la volontà di chiudere la sede di Predosa* - spiegò in quei giorni concitati il prefetto, Romilda Tafuri -. *Invece, facendo gioco di squadra, abbiamo portato a casa un risultato emblematico. Non abbiamo ragionato su mobilità e questioni sindacali, si è provato a ribaltare il tavolo e la prospettiva. Ci siamo detti: se l'azienda non è in crisi, perché chiudere?*». Una sorpresa anche per il sindaco di Predosa di quel periodo la fumata bianca definitiva: «*In passato* - raccontò Giancarlo Rappetti - *la famiglia Piana acquistò anche uno scuolabus per il paese*». Un legame forte che assunse anche una connotazione sportiva: Grafoplast infatti fu parte, con il suo sostegno economico, dell'epopea del Castelferro dei record, la squadra che all'inizio degli anni '90 fu protagonista nel mondo del tamburello conquistando sette scudetti consecutivi. Oggi il fatturato aziendale ammonta a poco più di 5.800.000 euro. Uv Technology è la soluzione ideata e brevettata dallo stabilimento di Predosa che ha permesso di rilanciare la produzione basandosi su prodotti fotoluminescenti ad alte prestazioni, grazie ai quali tutti i componenti elettrici saranno visibili in assenza di luce o in caso di blackout, facilitando le operazioni di installazione e manutenzione, in estrema sicurezza. Accanto a questo l'azienda sforna stampanti a rotolo ad alte prestazioni, etichettatrici progettate per elettricisti e installatori industriali. Così la storia è ripartita da dov'era iniziata. ■





# Pasta Moccagatta: l'evoluzione di un'idea nata 111 anni fa

di **Edoardo Schettino**

Da due anni fa parte a pieno titolo della multinazionale spagnola Cerealto Siro Foods il pastificio Moccagatta, il marchio ovadese per eccellenza, una storia che affonda le sue radici fino al 1908, l'anno della nascita del primo sito produttivo, e ha attraversato le generazioni. Al momento della fondazione, da parte di Rocco Moccagatta un ponte tra i mercati liguri, dai quali arrivava la semola e la farina di grano duro, e il Piemonte dove si effettuava al vendita del prodotto finito. Un periodo difficile e travagliato tra il 2003 e il 2013 che comportò l'abbandono del sito produttivo ben radicato nel centro della città, in via Gramsci, la ricerca di un respiro diverso nella più moderna e ampia area industriale della Caraffa su una superficie costruita di 11.000 metri quadri, su un terreno di 30.000 metri quadrati. A seguire una richiesta di concordato preventivo, l'ingresso nel gruppo toscano del settore Mediterranea, poi il passaggio, con affitto del ramo d'azienda fino al definitivo passaggio nel 2017, nella galassia di Cerealto, otto centri di produzione in Spagna, Portogallo, Italia, Regno Unito e Messico. Nello stesso periodo, in ossequio alla strategia di espansione del gruppo spagnolo nel sud Europa furono acquisite le fabbriche di Antequera [Malaga, Spagna], di prodotti da forno a Brivesca [Burgos, Spagna] e di biscotti a Mem Martins [Sintra, Portogallo]. Da quel momento investimenti sulle linee di produzione e packaging. Una sapida polemica con i sindacati che in una lunga nota denunciavano numeri di bilancio preoccupanti rispedita al mittente parlando di «un piano strategico di recupero aziendale per una maggior competitività e azioni necessarie in modo da assi-

curare la sostenibilità produttiva e il futuro della fabbrica». Attualmente Moccagatta può contare su una sessantina di dipendenti. Il gruppo Mediterranea nel 2018 ha fatto registrare un fatturato superiore a 21 milioni di euro. Dietro alla produzione del prodotto simbolo, la pasta, un'attenzione importante al consumo delle risorse con un monitoraggio dei consumi di acque ed energia in modo da proporre miglioramenti anche sotto questo cruciale punto di vista. E ancora l'integrazione della prevenzione nel sistema generale di gestione, nel processo produttivo e nella linea gerarchica delle fabbriche. Sono anche stati realizzati interventi per ottimizzare l'ordine del magazzino delle confezioni e degli imballaggi e del prodotto finale. In questo modo sono stati effettuati procedimenti come l'eliminazione di prodotti obsoleti e la riorganizzazione di tutti i materiali e dei codici di riferimento per marchio. Inoltre, sono state comunicate al personale le buone pratiche per il miglioramento dell'organizzazione. La fabbrica ha così superato l'audit IFS e BRC, ottenendo la classificazione High Level. La fabbrica può contare su tre linee di produzione: linea di pasta lunga 1.700 chilogrammi all'ora, una linea di pasta speciale [da minestra, lavorata e tagliatelle], da 800 chilogrammi all'ora, una linea di pasta corta a 2.500 chilogrammi all'ora. La linea classica della pasta è prodotta con il 100% di semola italiana, trafilata al bronzo, la linea premium, sempre con semola italiana si caratterizza per la superficie ruvida e porosa. Negli ultimi anni sono state lanciate le linee "biologica" e "biologica integrale". L'evoluzione della visione che Rocco Moccagatta ebbe 111 anni fa. ■

**ANNO DI FONDAZIONE**

1908

**FATTURATO 2017**

21 milioni di euro

**DIPENDENTI**

62

**SETTORE**

Produzione pasta





**ANNO DI FONDAZIONE**

1883

**SETTORE**

Realizzazione di trattori, strumenti e macchine [perlopiù] per il settore agricolo

## Pierre trattori: connubio di alta tecnologia e sapere artigiano

di **Edoardo Schettino**



Il regalo per il 135° anno di vita dell'azienda è stato un trattore in grado di muoversi tra i filari di una vigna con un'agilità mai vista fino a quel momento. Giovanni Polentes è il volto di una delle aziende più innovative dell'Ovadese. La sua Pierre Trattori è un connubio di alta tecnologia e sapere artigiano. Lo scorso anno è arrivato il premio nell'ambito dell'ottava edizione di "Verde Ambiente", che viene conferito insieme alla medaglia del Presidente della Repubblica, a personalità italiane e straniere che abbiano fatto la differenza nella difesa dell'ambiente, nelle promozione scientifica e culturale in ogni sua forma. Con lui Polentes, a ritirare la targa sono andati Mimmo Lucano, sindaco di Riace, il magistrato anti mafia Antonino di Matteo, il giornalista Rai Riccardo Iacona. Un riconosciuto, quello conferito idealmente alla Pierre Trattori, perfetto per il viaggio che l'azienda, con il sito produttivo situato alle porte di Silvano d'Orba, ha saputo compiere. Nel 1883 il bisnonno di Giovanni era un falegname. Fino a quel momento nelle vigne dell'Ovadese per dare il verde rame così prezioso per difendere le viti dalla peronospera, si utilizzava una bacinella e uno spruzzini. Da un contenitore che portava il vino nacque l'attrezza che divenne la prima pompa che cambiò la vita di tanti vignaioli dell'epoca. Dell'intuizione originaria rimane solo gli scenari all'interno dei quali si muovono le creazioni della Pierre Trattori. Nel 1950 si arriva alla meccanizzazione delle pompe agricole, l'evoluzione di quelle costruite dal bisnonno. Negli anni Sessanta comincia la produzione di un motocoltivatore molto avanzato, in cui inserisce un brevetto di sua ideazione, un meccanismo che salverà le gambe e la vita di molte persone. «Sono entrato in azienda -

spiega oggi Giovanni Polentes - negli anni '80, appena preso il diploma. La passione per le macchine era però già evidente nella mia infanzia. Da bambino davo fastidio in officina». Nel 2010 l'avvio del progetto che ha imposto la Pierre Trattori all'attenzione per l'alto valore umanitario. La prima versione si chiamava Locostra, una piccola macchina agricola, modificata per diventare uno sminatore sugli accidentati territorio di guerra del Medio Oriente. L'evoluzione si chiama APT (Area Preparation Tractor). «Fui contattato dall'Università di Genova - racconta - per aderire a un progetto finanziato dal Ministero dello Sviluppo Economico, la costruzione di un trattore da sminamento, ricavato da una mia macchina agricola. Il mio trattore agricolo si prestava molto, perché poteva essere trasformato in un mezzo radio-comandato con pochi accorgimenti. Tutti mi dicono che abbiamo fatto qualcosa di straordinario. A me non sembra d'aver fatto nulla di speciale».

Ore di lavoro e di sviluppo, trasferite lampo per andare a modificare aspetti emersi durante i test e riparare le parti danneggiate dalle esplosioni di questi terribili ordigni. Dall'officina di Silvano d'Orba ogni anno escono pochi pezzi scelti, veri e propri gioielli della tecnica ambiti in America del Nord, Canada. «Quando si consegna un trattore - prosegue Polentes - hai il filo diretto con il cliente, una verifica in tempo reale delle sue esigenze e del livello che tu hai ottenuto con la macchina. Noi facciamo tutto: la progettazione, la costruzione, ci occupiamo della vendita. Sei sempre a conoscenza anche delle piccole esigenze delle aziende con le quali ti rapporti». Il frutto migliore della tradizione di famiglia. ■



## Si punta sulle strategie di marketing: con il QRcode la storia del prodotto

di **Luca Piana**

Guarda al futuro con rinnovato ottimismo, forte di un passato importante, il Gruppo Kemika, da oltre quarant'anni punto di riferimento nel mercato internazionale per la produzione "Made in Italy" di specialità chimiche, macchine per le pulizie professionali e per la detergenza. Dal 1976 ad oggi l'azienda ovadese è riuscita ad imporsi anche al di fuori dei confini nazionali, con una diffusione capillare sempre più rimarcata a livello europeo. Non è un caso se, nel corso degli anni, tra le corrispondenze recapitate nella sede di via Di Vittorio – il cuore pulsante della zona industriale "Coinova", posta a ridosso della strada provinciale 456 del Turchino, nella zona di confine tra i Comuni di Ovada e Molare – risultano in crescita gli apprezzamenti inviati dai clienti residenti in Francia, Spagna e in diversi Paesi del bacino del Mediterraneo. Da quattro lustri la ditta piemontese, che lavora in regime di qualità totale, promuove una filosofia basata principalmente sulla qualità dei prodotti, a partire dalle materie prime che vengono impiegate quotidianamente nel ciclo produttivo del comparto chimico, realizzato in house e controllato da ben cinque laboratori. Oltre ad essere un motivo d'orgoglio, il ruolo di spicco fra i leader del settore rappresenta un'ulteriore spinta per il Gruppo Kemika, da sempre attento al mantenimento di elevati standard qualitativi e ad una costante ricerca e sviluppo. Gli investimenti relativi alle fasi preliminari, dallo studio alla formulazione di nuovi composti, sono tra i più onerosi affrontati annualmente dalla società, particolarmente attiva e desiderosa di offrire sempre prodotti al passo con le esigenze dei mercati. È anche in quest'ottica che l'azienda ha recentemente compiuto un riassetto della struttura dirigenziale, sancito dal passaggio di Matteo Marino, già amministratore delegato, al vertice del nuovo organigramma. Laureato in

Economia e Commercio all'Università degli Studi di Genova, il numero uno dell'impresa ha ereditato la carica dal genero Vincenzo Cama – figura di spicco che continua a fornire il suo prezioso supporto e l'esperienza pluriennale a favore della ditta –, con l'obiettivo di dare continuità alle attività professionali ed una spinta verso nuove sfide imprenditoriali. Il primo passo, in tal senso, è già stato completato con una netta accelerazione sulle strategie di marketing, per rendere la comunicazione più immediata. «Un esempio è il QR-Code che stiamo applicando sulle etichette – spiega Marino, per sette anni a capo di Afidamp, la Federazione che opera a livello nazionale per riunire le diverse anime della filiera della pulizia professionale –. Basta scannerizzare il codice attraverso smartphone o tablet per ottenere informazioni dettagliate del prodotto sul sito web, dove trovare tutte le informazioni utili». Rispetto agli albori, quando la società si rivolgeva prettamente ai professionisti del pulito, oggi il Gruppo distribuisce i suoi prodotti con quattro marchi diversi, in modo da riuscire a soddisfare le richieste del mercato con un'offerta sempre più completa. Il rosso di Kemika serve ad identificare i prodotti chimici per le pulizie professionali (detergenti, trattamenti di protezione, cemento o cotto, igiene nelle toilettes e prodotti ecosostenibili). A questo si è aggiunto il blu di Nova, la gamma completa di aspiratori, spazzatrici e lavasciuga. Controlchemi srl, come suggerito dal verde acqua, vende i prodotti per il trattamento dei filtri e degli ambienti di piscine e centri benessere. Infine sono le tinte azzurre di Attiva, la linea pensata per il trattamento delle superfici, a completare il ventaglio delle proposte di una società che affonda le radici sul territorio – come vuole la tradizione – per puntare decisa, attraverso le tecnologie più moderne, al vertice del settore. ■

**ANNO DI FONDAZIONE**

1976

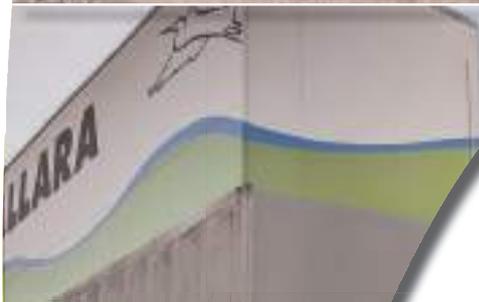
**FATTURATO 2018**

11,16 milioni di euro

**SETTORE**

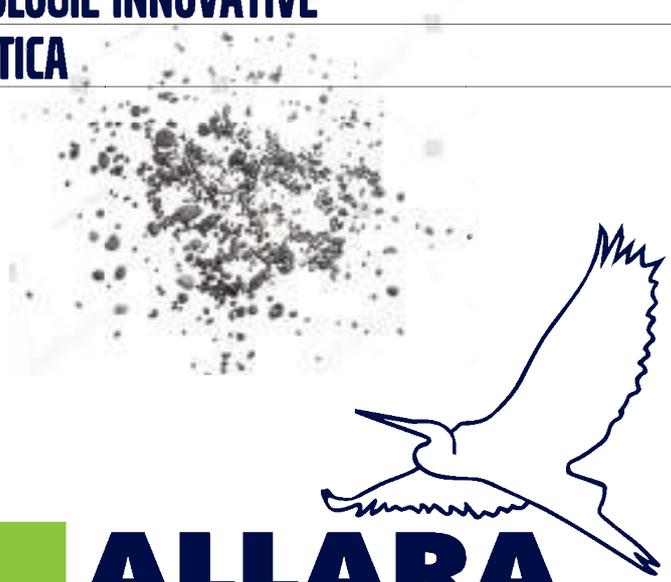
Chimico, produzione e vendita  
detergenti per la pulizia





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

**INERTI**  
**CALCESTRUZZO**  
**ASFALTO**  
**INFRASTRUTTURE**  
**TECNOLOGIE INNOVATIVE**  
**LOGISTICA**



**ALLARA**

Str. Frassineto Po, 42 - Casale Monferrato (AL) - [allaraspa.it](http://allaraspa.it) - [commerciale@allaraspa.it](mailto:commerciale@allaraspa.it)



## Alle spalle una storia centenaria con la capacità di mettersi in gioco

di **Giulia Boggian**

La Giuso Guido Spa è un'azienda con 100 anni di storia: tutto ha inizio nel 1919 da una storica famiglia acquese tra le mura di un piccolo laboratorio specializzato nella produzione di marmellate e di frutta candita. In quel laboratorio si coltivava un sogno: diventare il punto di riferimento nel settore della pasticceria e gelateria ed offrire i migliori prodotti sul mercato, innovativi e genuini. Non solo la Giuso Guido Spa ci è riuscita, ma è diventata una delle aziende leader del settore con uno stabilimento in regione Cartesio a Bistagno di quasi 60 dipendenti dove nel corso del 2019 gli investimenti sono triplicati, «per ottenere sempre migliore qualità ed efficienza, intensificando fortemente gli investimenti di marketing per comunicare sempre di più e meglio il marchio Giuso». Dal 2018 è entrata a far parte di Charterhouse Capital Partners LLP, una delle principali società di private equity in Europa, e insieme a Mec3, azienda leader nel mondo per la produzione di ingredienti per la gelateria artigianale e a Modacor Italiana, azienda di riferimento a livello europeo nella produzione di decorazioni per pasticceria, forma il Gruppo Optima. Con i suoi 100 anni di storia, Giuso è bene radicata sul territorio acquese e sul mercato nazionale che rappresenta il core business dell'azienda. Con il ritorno a crescita importanti nell'ultimo anno vuole raggiungere nuovi obiettivi come «guardare all'estero, cercando di cogliere tutte le opportunità di crescita ancora poco esplorate che riserva il mercato internazionale». Così tra le prime azioni messe in campo - oltre agli investimenti economici - c'è il ritorno con la propria presenza nelle fiere internazionali [come Hotelex Shangai e Hofex Hong Kong] oltre che sul palcoscenico di Sigep Rimini e Host Milano. Esempio virtuoso di Made in Italy, ma con un

cambio di passo importante per l'azienda che continua a mettersi in gioco, investendo in innovazione per portare sul mercato nuovi prodotti caratterizzati da un alto livello di artigianalità e qualità, come le «Golosintese» «che abbiamo appena lanciato, le uniche farciture a base di frutta e di cioccolato, vera innovazione da cui ci aspettiamo grandi risultati». Oppure nel settore gelateria con la linea «Cuzco Gourmand», pensata per i palati più esigenti e raffinati, che propone gelati dal gusto esotico ed esaltante. E la linea «Greenfruit» che nasce dalla volontà di abbinare la dolcezza ed il sapore della frutta con le proprietà benefiche e dissetanti degli estratti di vegetali e l'aggiunta di una delicata componente floreale.

### Casa Optima Bistagno

Sviluppo, innovazione e investimenti che portano importanti ricadute sul territorio della provincia. E non solo in termini 'aziendali' ma anche di 'capitale umano'. «Per il nostro modello di business la formazione e la crescita dei professionisti sono fondamentali. Per questo abbiamo scelto di incrementare le realtà formative già presenti nelle tre aziende del gruppo, unificandole in un format comune: 'Casa Optima' scuola di alta formazione in Sweet Arts all'interno dell'azienda».

Fiore all'occhiello del gruppo, la scuola di Bistagno - inaugurata ad aprile - offre 20 corsi che spaziano dall'«ABC del gelato» al «trend della pasticceria», per offrire una preparazione completa e approfondita in questo settore. E la novità «Professione Gelatiere», un corso realizzato in collaborazione con Gambero Rosso Academy, la prestigiosa piattaforma professionale con la quale il Gruppo Optima ha stretto una importante partnership. ■

#### ANNO DI FONDAZIONE

1919

#### FATTURATO 2017

19 milioni di euro

#### DIPENDENTI

57

#### SETTORE

Pasticceria - Gelateria



# Campagna abbonamenti 2020

PIÙ NOTIZIE E APPROFONDIMENTI

UNA GRAFICA COMPLETAMENTE RINNOVATA

TUTTI GLI SPECIALI DEL GRUPPO SOGED



Con la **TESSERA 2020** potrai avere una ricca serie di offerte e sconti



**25% DI SCONTO** sul prezzo del biglietto nella multisala "Kristalli" di Alessandria (Tranne il lunedì)



**25% DI SCONTO** sull'iscrizione ad almeno 3 livelli del corso Personal English ALESSANDRIA Via San Giacomo della Vittoria 64

**GOMME E MOTORI**

**10% DI SCONTO** su pneumatici e manutenzione ALESSANDRIA - Via Piave



**20% DI SCONTO** sull'abbonamento a Il Piccolo, Il Novese e l'Ovadese a tutti i donatori



**15% DI SCONTO** ALESSANDRIA - Corso Monferrato 143/145 TORTONA (AL) - Strada per Voghera 20



**50 EURO DI SCONTO** sull'iscrizione all'anno scolastico 2020-2021 ALESSANDRIA - Via Don Orione 1

concessionaria  
**RESICAR**

**100 EURO DI SCONTO** su manutenzione e servizi SPINETTA MARENCO (AL) S.S. 10 angolo via Clemente



**20% DI SCONTO** sull'abbonamento a Il Piccolo, Il Novese e l'Ovadese agli associati 2019/2020



**10% DI SCONTO** sui tesseramenti ALESSANDRIA - Piazza Nicola Basile 8



**10% DI SCONTO** su Kartell ALESSANDRIA - Spalto Gamondio 27

## A casa e in edicola

Oltre che ricevere il giornale al proprio domicilio, è possibile ritirare la vostra copia presso l'edicola più vicina. Una formula collaudata, facile e sicura.

## IL MIO PICCOLO L'informazione la scegli tu

Continua, dopo il grande successo riscosso negli anni precedenti, la personalizzazione de Il Piccolo. Per avere tutte le notizie che più ti interessano.

## Come abbonarsi

In redazione, via Parnisetti 10 ad Alessandria (abbonamenti@ilpiccolo.net, tel. 0131 315200, fax 0131 251139), dal lunedì al venerdì dalle ore 9,00 alle 13 e dalle 14 alle 18, anche con Bancomat e carta di credito. Con bonifico bancario sul conto corrente intestato a So.G.Ed. codice IBAN: IT50P050341040300000022000. Con assegno bancario o circolare intestato a So.G.Ed. srl. Utilizzando il conto corrente postale n. 11720158 intestato a So.G.Ed. srl, via Parnisetti 10, 15121 Alessandria. On line sul sito [www.ilpiccolo.net](http://www.ilpiccolo.net). L'abbonamento è valido dal 1° gennaio al 31 dicembre 2020. Con l'aggiunta di 3 euro riceverete gli omaggi tramite posta (tariffa per l'estero, 5 euro).

## Informazioni

Il Piccolo 0131 315200  
Il Novese 0143 314700  
L'Ovadese 0143 81054

## 85 euro

Il Piccolo Versione online martedì + venerdì

## 100 euro

Il Piccolo Versione cartacea martedì + venerdì

## 115 euro

Il Piccolo Versione cartacea + online martedì + venerdì

## 45 euro

Il Novese o L'Ovadese Versione cartacea giovedì

## 130 euro

Il Novese o L'Ovadese + Il Piccolo Versione cartacea martedì + giovedì + venerdì

## 140 euro

Il Novese o L'Ovadese + Il Piccolo Versione cartacea martedì + giovedì + venerdì + Il Piccolo online martedì + venerdì

**So.G.Ed.**  
È L'INFORMAZIONE CHE CONTA



**IL PICCOLO**

**novese**

**iovadese**



## «Lavoriamo per il moscato più buono del mondo»

di **Alessandro Francini**

Francia, Gran Bretagna, Stati Uniti, Giappone, «e ultimamente siamo arrivati anche sul mercato cinese» racconta Andrea Costa, responsabile commerciale di 'Marengo Vini'. Fondata nel 1925 in Valle Bagnario da Michele Marengo, l'azienda vitivinicola strevese compie il vero salto di qualità negli anni '50, grazie all'intuizione di Giuseppe Marengo, figlio di Michele, che comprende le potenzialità del territorio acquese acquistando nuovi vigneti ed iniziando a produrre vini di qualità. Nel 1956, Giuseppe dà vita allo stabilimento situato nel centro di Strevi Alto che oggi è proprietà delle tre figlie, Michela, Doretta e Patrizia. «Possediamo 80 ettari di vigne tra i comuni di Strevi, Cassine, Fontanile e Castel Boglione - continua Andrea, figlio di Michela - e produciamo circa 300 mila bottiglie l'anno, destinate al settore alberghiero cosiddetto Horeca [acronimo di Hotellerie-Restaurant-Catering, ndr]. Per scelta, abbiamo deciso di restare fuori dalla grande distribuzione».

### La filiera vitivinicola

Dai vigneti di Valle Bagnario, ed in particolare da quelli della collina 'Scrapona', nasce il pregiato Moscato d'Asti. "Lavoriamo per produrre il moscato più buono del mondo" è il 'motto' della famiglia Marengo. Con l'obiettivo di migliorare le qualità organolettiche del 'bianco' prodotto sulla collina di Valle Bagnario, nel 2016 è nato il progetto 'Scrapona 100 punti', pensato insieme alla facoltà di Agraria dell'Università di Torino e al laboratorio del consorzio d'Asti.

Non solo moscato: Brachetto e Barbera d'Asti sono infatti gli altri due 'cavalli di razza' della Cantina Marengo, «questi, d'altronde, sono i tre Docg che sussistono sulle colline di Strevi. Tutti i nostri vini sono prodotti esclusivamente

con varietà autoctone - spiega Andrea Costa - e coltivati seguendo criteri biologici».

La sostenibilità è una delle peculiarità che caratterizzano il 'modus operandi' di Marengo Vini. «Da oltre 20 anni abbiamo deciso di intraprendere questo tipo di percorso produttivo. Ad oggi, 25 ettari delle nostre vigne sono convertite al biologico». Contenimento dell'erosione del suolo tramite inerbimento, impiego di soli concimi organici, riposo del terreno per almeno un anno tra l'estirpo del vigneto e il reimpianto sono solo alcune delle pratiche 'bio' adottate dalla famiglia Marengo in Valle Bagnario.

### Le offerte ricettive

Aromatici, bianchi, grappe, passiti, rossi e spumanti, ampio il ventaglio delle tipologie di vini prodotti dalla Cantina Marengo, «e dei quali offriamo degustazione ai tanti visitatori che spesso vengono a trovarci», aggiunge Andrea. «Accoglienza e promozione del territorio, infatti, sono gli altri due punti cardine della nostra filosofia aziendale». A tale proposito, 'Marengo Vini' ha ideato 5 diversi percorsi degustativi ['Benvenuti in cantina', 'Benvenuti in vigna', 'Sfumature di Barbera', 'Dolci e sensazioni' e 'Passeggiata nei vigneti'], pensati per soddisfare le diverse esigenze degli enoappassionati. Inoltre, per chi desidera trascorrere un rilassante weekend tra i vigneti dell'Acquese, l'azienda Marengo offre la possibilità di pernottare negli appartamenti indipendenti di Cascina Valtignosa, situata nell'omonima regione collinare nel comune di Cassine e nel cuore del Monferrato. «Ogni settimana abbiamo ospiti provenienti un po' da tutto il mondo. Ultimamente, ad esempio, ci ha fatto visita un gruppo di turisti cinesi. La nostra offerta ricettiva ci sta regalando grandi soddisfazioni». ■

### ANNO DI FONDAZIONE

1925

### FATTURATO 2018

1,5 milioni di euro

### DIPENDENTI

11 [più avventizi stagionali]

### SETTORE

Vitivinicolo





**ANNO DI FONDAZIONE**

1992

**DIPENDENTI**

60 produttori associati

**SETTORE**

Vitivinicolo

## Consorzio del Brachetto: più che un impegno, una missione...

di **Alessandro Francini**

Quando nel 1992 nasce il Consorzio Tutela Vini d'Acqui, il Brachetto è uno dei vitigni più rinomati del panorama enologico del Basso Piemonte. Riscoperto negli anni '50 dopo un lungo periodo di oblio grazie all'intuizione del produttore Arturo Bersano che mette a punto una varietà di spumante elaborata in autoclave con metodo charmat, per lungo tempo il Brachetto ha continuato il suo percorso da protagonista tra i grandi vini aromatici, tra i quali si distingue per le proprie particolarità e per l'apprezzamento degli intenditori più raffinati. Nel '96, grazie al forte impulso del Consorzio, le uve Brachetto ottengono anche il sigillo Docg. «In quegli anni si producevano circa 8 milioni di bottiglie l'anno - racconta il presidente del Consorzio acquese, Paolo Ricagno - *Il mercato, insomma, pur non avendo mai fatto registrare numeri e cifre da capogiro, si poteva comunque considerare in salute*». Uno stato di grazia durato, purtroppo, solo un breve lasso di tempo. Dai primi anni duemila, infatti, questo prodotto vive una lunga crisi che ne ha ridotto sensibilmente produzione e filiera. Basti pensare che negli ultimi otto anni la vendita delle varietà di Brachetto è passata da oltre 5 milioni di bottiglie a 3 milioni e 800 mila.

### Un prodotto di alta qualità

Esistono tre tipologie di Brachetto d'Acqui: il vino rosso (così detto "tappo raso"), lo spumante e il passito. In base a quanto riportato dal disciplinare, «i vini, nelle loro diverse tipologie, devono essere ottenuti da uve provenienti da vigneti composti per non meno del 97% dal vitigno Brachetto e per il restante 3% provenienti da vitigni idonei alla coltivazione nella Regione Piemonte». Le uve vengono prodotte in 26 comuni tra le province di Asti e Alessandria. Di questi 26 comuni fanno parte le circa 60 aziende e cooperative che pro-

ducono vini, spumanti e passiti con uve Brachetto.

### I compiti del Consorzio

Da diverso tempo, l'obiettivo del Consorzio di Tutela è quello di riportare in auge le sorti del Brachetto. In che modo? Concretizzando il proprio impegno volto alla valorizzazione della denominazione attraverso un'attenta programmazione della produzione, con azioni di promozione mirate alla crescita della visibilità di un marchio simbolo del Made in Italy - a tal proposito, al Teatro Ariston ad Acqui Terme il 6 novembre 2019 è stato presentato in anteprima il nuovo spot tv promozionale che andrà poi in onda sulle reti nazionali - e con attività educative mirate a divulgare le qualità del Brachetto e a sostenerne la commercializzazione in Italia e all'estero. Oltreconfine, infatti, come ammette lo stesso presidente Ricagno, «*il prodotto fatica a raccogliere riscontri commerciali degni di nota*». Per portare nuovi stimoli sul mercato, anche estero, nel 2017 ha fatto la sua comparsa il Brachetto d'Acqui in versione rosé, «*dolce e secca, che può essere bevuta durante tutto il pasto. Una qualità che stiamo sostenendo con grande impegno e che stiamo presentando un po' in tutta Italia ma che, ad oggi, conta solo cinque produttori locali*». Compito del Consorzio, però, è anche quello di tutelare l'autenticità del marchio in Europa e nel resto del mondo. «*A tal fine - sottolinea Gianpaola Baldi, funzionaria del Consorzio - abbiamo registrato il marchio Brachetto (ufficialmente riconosciuto dall'Unione Europea) anche negli Stati Uniti, in Russia e in Cina*». Non meno importante, infine, tutto il lavoro di mediazione e confronto con la filiera, «*in base al quale vengono decise le modifiche al disciplinare ed eventuali accordi con la Regione*». ■





## «La tradizione che guarda al futuro»: Brus Service, un'azienda in espansione

di **Alessandro Francini**

Fino ad allora si era dedicato al commercio di olio alimentare e caffè, ma all'inizio degli anni '60 Giuseppe Brusco decide di concentrare la propria attività sulla torrefazione. Nasce così il marchio BrusCafè, che ben presto si diffonde nei supermercati italiani. La vera svolta, però, arriva nel '64, quando il signor Brusco affianca alla torrefazione una struttura per la vendita di distributori automatici, portando così la pausa caffè direttamente sul posto di lavoro e facendo diventare lo stabilimento di Bistagno uno dei primi fornitori di ospedali, fabbriche, enti pubblici e privati. Nel frattempo, fanno il loro ingresso in azienda i figli di Giuseppe, che portano in dote nuova linfa creativa. Brunella e il marito Flavio danno vita al brand 'Caffè Scrivano' che eredita l'esperienza e la tradizione della torrefazione di famiglia diventando consociato di Brus Service, dagli anni '90 il nuovo marchio dedicato esclusivamente alla distribuzione automatica. «Ad oggi siamo l'azienda indipendente con il più alto fatturato tra Valle d'Aosta, Piemonte e Bassa Lombardia. Proprio di recente, inoltre, abbiamo acquisito una società attiva sul territorio ligure. Un'operazione che ci permette così di ampliare il nostro bacino d'offerta anche su questa regione» spiega Alessandro Scrivano, responsabile marketing di Brus Service.

### Un servizio a 360°

Tre le differenti linee commerciali offerte dal marchio acquese: la prima è rivolta agli enti e alle strutture pubbliche, ai quali Brus Service fornisce distributori specifici in base alle necessità del committente. Una seconda linea di prodotti è riservata ai bar, ai circoli e alle mense, per i quali l'offerta 'Topbar' garantisce la fornitura di macchine per il caffè, delle relative capsule e di un servizio assistenziale di 'postvendita'. Infine,

un occhio di riguardo per le famiglie: dai primi anni 2000 la divisione 'Casa' offre un servizio dedicato con cui i clienti possono usufruire sia del caffè che della macchina senza doversi preoccupare degli approvvigionamenti e dei guasti. Il pacchetto 'Topbar' prevede inoltre la consegna dei prodotti e delle macchine a domicilio senza costi di spedizione. «Il 99% dei nostri distributori - continua Scrivano - fa parte delle gamme 'Necta' e 'Bianchi Vending', che sul mercato delle installazioni per la fornitura di alimenti e bevande rappresentano il 'top' della tecnologia. Basti pensare che il gruppo Necta è presente in più di 100 Paesi nel mondo, mentre Bianchi Industry è considerata una vera istituzione del settore».

### Un'azienda in crescita

Il 'bilancio 2019' di Brus Service può certamente dirsi positivo. «Nell'ultimo anno abbiamo effettuato nuovi investimenti che hanno fatto registrare una forte espansione sul mercato che ci ha permesso di portare a termine dieci nuove assunzioni». Investimenti che si stanno traducendo anche nella personalizzazione del servizio, «negli ultimi mesi, infatti, abbiamo acquistato nuovi distributori con classe energetica migliorata più altri accorgimenti tecnologici grazie i quali possiamo garantire ai nostri clienti un'offerta ancora più competitiva».

Nell'era in cui la parola 'ecosostenibilità' è entrata a far parte del vocabolario aziendale, anche Brus Service non fa eccezione. «Stiamo via via sostituendo la plastica con materiale ecocompatibili» ricorda infine Alessandro Scrivano. Un esempio pratico? «Nei nostri distributori i bicchieri di plastica stanno sostituendo quelli di carta, stessa cosa per i bastoncini per il caffè. Inoltre, forniamo alle famiglie un kit completo di materiali non inquinanti in legno e cartone». ■

### ANNO DI FONDAZIONE

1964 (come BrusCafè)

### FATTURATO 2017

3,8 milioni di euro

### DIPENDENTI

40

### SETTORE

Distributori automatici e torrefazione



# Campagna abbonamenti 2020

PIÙ NOTIZIE E APPROFONDIMENTI

UNA GRAFICA COMPLETAMENTE RINNOVATA

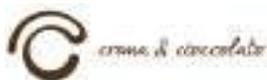
TUTTI GLI SPECIALI DEL GRUPPO SOGED



Con la **TESSERA 2020** potrai avere una ricca serie di offerte e sconti



**5% DI SCONTO**  
sui servizi  
BELFORTE MONFERRATO (AL)  
Presso Centro Commerciale Bennet



**10% DI SCONTO**  
Pause pranzo  
ALESSANDRIA - Via Trotti 22



**3% DI SCONTO**  
su pacchetti volo + soggiorno Vera Tour  
(escluse tasse)  
OVADA (AL) - Via Torino 30

**CORNER**  
CASUALS & TERRACES

**10% DI SCONTO**  
ALESSANDRIA - Via Milano 67



**10% DI SCONTO**  
ALESSANDRIA - Corso Acqui 50



**15% DI SCONTO**  
sul prezzo a tariffa  
VALENZA - Corso Garibaldi 123  
Tel. 0131 1935173

**MY SHOES**

**10% DI SCONTO**  
ALESSANDRIA - Via Dante 22



**10% DI SCONTO**  
Sui corsi in sede e sui pacchetti  
di lezioni private, da listino  
ALESSANDRIA - Via Legnano 27



**10% DI SCONTO**  
sulle riparazioni  
ALESSANDRIA - Via San Lorenzo 35



**10% DI SCONTO**  
ALESSANDRIA - Via Dante 135

**PELLETTERIE**  
**CHIC**

**10% DI SCONTO**  
ALESSANDRIA - Via Dante 126

## A casa e in edicola

Oltre che ricevere il giornale al proprio domicilio, è possibile ritirare la vostra copia presso l'edicola più vicina. Una formula collaudata, facile e sicura.

## IL MIO PICCOLO

L'informazione la scegli tu

Continua, dopo il grande successo riscosso negli anni precedenti, la personalizzazione de Il Piccolo. Per avere tutte le notizie che più ti interessano.

## Come abbonarsi

In redazione, via Parnisetti 10 ad Alessandria (abbonamenti@ilpiccolo.net, tel. 0131 315200, fax 0131 251139), dal lunedì al venerdì dalle ore 9,00 alle 13 e dalle 14 alle 18, anche con Bancomat e carta di credito. Con bonifico bancario sul conto corrente intestato a So.G.Ed. codice IBAN: IT50P0503410403000000022000. Con assegno bancario o circolare intestato a So.G.Ed. srl. Utilizzando il conto corrente postale n. 11720158 intestato a So.G.Ed. srl, via Parnisetti 10, 15121 Alessandria. On line sul sito [www.ilpiccolo.net](http://www.ilpiccolo.net). L'abbonamento è valido dal 1° gennaio al 31 dicembre 2020. Con l'aggiunta di 3 euro riceverete gli omaggi tramite posta (tariffa per l'estero, 5 euro).

## Informazioni

Il Piccolo 0131 315200  
Il Novese 0143 314700  
L'Ovadese 0143 81054

## 85 euro

Il Piccolo Versione online martedì + venerdì

## 100 euro

Il Piccolo Versione cartacea martedì + venerdì

## 115 euro

Il Piccolo Versione cartacea + online martedì + venerdì

## 45 euro

Il Novese o L'Ovadese Versione cartacea giovedì

## 130 euro

Il Novese o L'Ovadese + Il Piccolo  
Versione cartacea martedì + giovedì + venerdì

## 140 euro

Il Novese o L'Ovadese + Il Piccolo  
Versione cartacea martedì + giovedì + venerdì  
+ Il Piccolo online martedì + venerdì

**So.G.Ed.**  
È L'INFORMAZIONE CHE CONTA



**IL PICCOLO**

**ilnovese**

**lovadese**



## Tradizione e amore per la vigna: «Tre Secoli è una grande famiglia»

di **Alessandro Francini**

“Amore per la vigna, passione per il vino, rispetto del paesaggio” è lo slogan con cui 'Tre Secoli' si presenta e nel quale sintetizza i propri capisaldi. Nata nel 2009 dalla fusione tra le Cantine Sociali di Mombaruzzo (la più antica, fondata nel 1887) e Ricaldone, la cooperativa acquese-astigiana è accreditata come la maggior produttrice viticola a livello regionale. A dieci anni dalla sua fondazione, 'Tre Secoli' conta più di 450 soci conferitori su un totale di 1200 ettari di cui 440 coltivati a Moscato, 340 a Barbera e 160 a Brachetto. L'intera area in cui si trovano le cantine e i vigneti del polo enologico è ad alta vocazione vitivinicola, all'interno del sistema di alte colline [circa 450 metri] che si elevano nell'Alto Monferrato, tra i bacini dei fiumi Belbo e Bormida. Il territorio della Tre Secoli è in gran parte compreso nei 'Paesaggi Vitinicoli Piemontesi', il 50° sito Unesco d'Italia che è stato anche inserito nella lista dei beni Patrimonio dell'Umanità.

### I prodotti Doc e Docg

Il Moscato d'Asti, il Brachetto d'Acqui e il Barbera d'Asti sono le tre tipologie Docg, fiore all'occhiello tra le varietà di vini 'marchiati' Tre Secoli. Tra i Doc, troviamo invece l'Albarossa, il Dolcetto d'Acqui, d'Asti e di Ovada, il Barbera del Monferrato, il Cortese dell'Alto Monferrato e il Piemonte Chardonnay. Ben più ampia, però, è la gamma di vini prodotti dalla cantina che vanta 180 mila ettolitri di capienza e che dallo scorso febbraio è presieduta da Bruno Fortunato, subentrato a Paolo Triberti. «La qualità dei prodotti che otteniamo è ogni anno più elevata perché nel 'monte uva' a nostra disposizione riusciamo a selezionare le partite migliori provenienti dai vitigni migliori - afferma Elio Pescarmona, direttore della cantina - I nostri vini presenti sul mercato sono per il 90% di origine Doc o Docg».

### Passione e tradizione

I tanti soci di 'Tre Secoli' definiscono la cooperativa «una grande famiglia, che non ti segue solo durante la vendemmia ma anche per tutto il resto dell'anno». Già, perché se pur 'Tre Secoli' sia stata costituita da soli dieci anni, buona parte dei viticoltori associati conferisce la propria uva negli stabilimenti di Mombaruzzo e Ricaldone da generazioni. Conservare e coltivare le buone abitudini e i rapporti di fiducia ereditati dalle precedenti esperienze si è quindi rivelato uno dei punti di forza della nuova gestione. «Insieme agli altri soci riusciamo a creare un prodotto che viene poi esportato in tutto il mondo. Ciò significa che tutto il mondo può apprezzare il nostro lavoro. Per noi questa è una grande soddisfazione» commenta Sabrina, associata Tre Secoli.

### Nuovi arrivi ed investimenti

Negli ultimi due anni altrettante novità stanno caratterizzando la rosa di specialità 'Tre Secoli': a settembre 2017 ha debuttato sul mercato l'Asti Docg Secco, versione non dolce dell'Asti spumante. Altro non dolce, il Brachetto in versione 'brut', «innovativo non solo dal punto di vista zuccherino ma anche per quel che riguarda il colore - commenta Pescarmona - perché si tratta di un tipo di brachetto rosato, da qui la denominazione Acqui Docg Rosé. Negli ultimi tempi stiamo investendo in modo particolare su questi due vini per farli conoscere sempre di più e per portare questi due prodotti anche oltre confine». Dal 2014 fanno parte della scuderia astigiano-acquese anche il Nizza e l'Albarossa. Lo scorso giugno è stato inoltre inaugurata una nuova area di imbottigliamento nello stabilimento di Mombaruzzo.

«Era un tassello che mancava, per noi molto importante perché ci consente di rendere operativa la filiera a 360°». ■

#### ANNO DI FONDAZIONE

209

#### FATTURATO 2017

10,9 milioni di euro

#### DIPENDENTI

450 soci

#### SETTORE

Vitivinicolo





**ANNO DI FONDAZIONE**

2017

**FATTURATO 2018**

3 milioni di euro

**DIPENDENTI**

12

**SETTORE**

Metalmeccanico, beni strumentali e macchine utensili



## Un colosso dei Paesi Bassi che non aveva ancora messo radici in Italia

di **Giulia Boggian**

Danobatgroup è uno dei più grandi produttori al mondo di macchine utensili. Un colosso dei Paesi Bassi che racchiude al suo interno diverse aziende con un fatturato che arriva ai 300 milioni di euro e che dà lavoro a 1500 persone. Ma che non aveva ancora 'messo radici' in Italia per Danobat. E che trova il proprio spazio di sviluppo industriale in Piemonte, in regione Cartesio, nell'area industriale di Bistagno ad Acqui Terme, grazie all'alleanza con l'imprenditore acquese Alberto Tacchella che nel settore vanta 35 anni di esperienza. Così nasce - nel 2017 - la Danobat Srl: uno stabilimento di 2500 metri quadrati che oggi conta 12 dipendenti, tutti tecnici altamente specializzati in un settore che impiega macchine ad alta precisione che intervengono nell'ultima, e più delicata, fase di lavorazione di parti meccaniche. Gli 'specialisti acquesi' del gruppo Basco sono pronti a servire il mercato delle macchine utensili con soluzioni "smart" e personalizzate, anche per la revisione del "parco rettifiche" dei clienti, visto che si occupano di vendita e assistenza delle macchine utensili per i settori automobilistico, ferroviario, aeronautico e dell'energia.

Nello stabilimento di Bistagno oltre alla possibilità di eseguire test, c'è un'area dedicata all'offerta industriale 4.0, dove sperimentare la soluzione tecnologica più appropriata per aumentare la competitività e ottimizzare la produzione degli stabilimenti.

La Danobat Srl è una realtà di riferimento 'per conto terzi' che è l'ambito su cui si focalizza lo sviluppo futuro dell'azienda. «Visto che l'apertura di questo stabilimento nasce anche con l'intento di avere un occhio di riguardo per quelle che sono ancora un gioiello prezioso dell'Italia: le piccole e medie aziende» come spiega il direttore

generale dello stabilimento, Alberto Tacchella. Che dopo due anni di attività a Bistagno, in continua crescita, guarda al nuovo obiettivo da raggiungere che è inserire anche la 'produzione'. «Magari dal prossimo anno fare anche assemblaggi macchine, così da poter diventare riferimento per i clienti non solo per vendita e servizio ma anche per consegna diretta dall'Italia».

Un investimento iniziale del gruppo spagnolo, «solo per partire, quindi in attrezzature e personale, di quasi due milioni di euro. Superando gli ostacoli della burocrazia e mirando allo sviluppo sul mercato italiano, secondo in Europa per assorbimento di macchine utensili». E questa sede nell'acquese è l'unico riferimento della Danobat in Italia.

### Il mercato

I principali macchinari della Danobat di Bistagno sono rettificatrici e torni ad alta precisione che impiegate nel settore dell'automobile lavorano gli ingranaggi della scatola del cambio di una vettura come quelli degli azionamenti dei finestrini elettrici, ad esempio. Ma le macchine utensili dell'azienda lavorano anche i cerchioni e tutti i sistemi di trasmissione del mezzo a motore.

L'altro settore in cui la Danobat ha una presenza storica importante è quello ferroviario: assali e ruote dei treni e macchine per la revisione delle stesse. Infine il settore aeronautico, che per lo stabilimento acquese significa vendita e assistenza su macchine per i carrelli di atterraggio degli aerei o per le turbine dei motori. «Perché dietro ad ogni prodotto, di qualsiasi genere e tipo e che fa riferimento a qualsiasi mercato, quindi anche straniero, c'è sempre la produzione di 'pezzi' creati con macchine utensili». ■



## Operano a livello mondiale ma il settore navale è il core business

di **Giulia Boggian**

La Pompe Garbarino S.p.A, fondata nel 1932, nasce da un'intuizione di Paolo Garbarino, classe 1904, per soddisfare le esigenze delle aziende vinicole e degli acquedotti locali. L'azienda sorge ad Acqui Terme e oggi lo stabilimento si estende su un'area di 16mila metri quadri coperti (lo stabilimento storico di via Marengo nel corso degli anni è stato oggetto di ampliamenti grazie ad un programma di investimenti per un totale di 5 milioni) che danno lavoro a 130 persone per la maggior parte del territorio: un prodotto progettato, costruito e venduto da acquisi ad Acqui Terme che oggi è installato in migliaia di navi ed impianti industriali sparsi per tutto il mondo. Quello navale militare è infatti il settore su cui si è specializzata l'azienda dopo la guerra, partecipando ad un bando di gara internazionale vinto grazie al sistema brevettato di pompe a pistoni rotanti. Una delle conseguenze di tale successo è l'iscrizione all'Albo Fornitori Marina - Esercito - Aeronautica del Ministero della Difesa Italiano e l'inizio della collaborazione con la Marina Militare Italiana. Che è cresciuta fino a far diventare il fornitore unico ed ufficiale. Una referenza tanto prestigiosa da fare entrare Pompe Garbarino nel settore navale civile (Anni '60), diventando leader mondiale nella fornitura di navi da crociera con circa 140 navi fornite sino ad oggi per 17 diversi armatori costruite prevalentemente in Italia, Francia, Germania e Finlandia. Tanto che oggi fornisce i più importanti cantieri navali europei ed asiatici e 29 marine militari straniere.

Solo all'inizio degli Anni '80 è arrivata la decisione di diversificare il mercato, entrando nel settore industriale, con una clientela costituita dalle società d'ingegneria, impianti chimici e petrolchimici, impianti di desalinizzazione, centrali elettriche, raffinerie, acciaierie. Ma per tutti i settori è stata mantenuta la stessa filosofia:

*«Evitare la produzione di serie per poter offrire ai clienti un prodotto "tailor-made" in grado di soddisfare le specifiche tecniche sia in termini di prestazioni sia nelle selezione dei materiali» e rimanendo un'azienda familiare (i proprietari sono Carlo Garbarino, presidente e figlio del fondatore Paolo insieme ai due figli Paolo e Danilo, amministratori delegati e nipoti del fondatore Paolo).*

### Produzione e mercati

Pompe Garbarino oggi è un'azienda che opera a livello mondiale. Il settore navale - di nicchia - è il core-business dell'azienda acquese e rappresenta il 70% del fatturato annuo. Che è aumentato grazie ad alcuni prodotti che vanno installati a bordo nave per motivi normativi (come gli 'scrubbers') e rispettando delle scadenze temporali. Altro settore è quello navale militare: *«Da sempre motivo di orgoglio per noi in quanto si tratta di una nicchia di mercato dove vengono richiesti standard qualitativi molto elevati»*. Infine il terzo settore, quello industriale, che è quello più vasto, per concorrenza ma anche per clientela: le forniture più recenti sono state fatte a diverse centrali elettriche in Kuwait, Egitto ed Oman così come ad impianti chimici in Cina, Azerbaijan, Indonesia e Russia; impianti di desalinizzazione negli Emirati Arabi, Qatar, Libia ed Indonesia, acciaierie in Ucraina, Polonia e Italia e impianti di trattamento acque in Australia e Singapore. Oggi Pompe Garbarino è in grado di offrire una gamma molto vasta di prodotti: oltre quattrocento i modelli di pompe centrifughe e volumetriche progettate e realizzate internamente. Modelli che si differenziano in base al servizio che devono offrire: da qui dipende la gamma di metallurgie diverse con cui si producono (che sono una trentina). ■

#### ANNO DI FONDAZIONE

1932

#### FATTURATO 2018

32.777.538 euro

#### DIPENDENTI

130

#### SETTORE

Navale civile & offshore  
navale militare e industriale





## ANNO DI FONDAZIONE

1955

## DIPENDENTI

6

## SETTORE

Vitivinicolo

## Dolcetto, barbera e moscato: inno dell'identità vitinicola monferrina

di **Edoardo Schettino**

Una vita di passione e di attaccamento al lavoro. Dolcetto doc e Dolcetto superiore docg. Barbera e Cortese. Un inno alla storia e all'identità vitinicola dell'Alto Monferrato. E ancora Freisa, spumanti e Moscato. È una storia che affonda le sue radici alla metà degli anni '50 quella della Cantina Sociale di Mantovana: la piccola frazione ospita una realtà consolidata nel mondo del vino, espressione delle aree di raccolta di Predosa, Sezzadio, Carpeneto, Rocca Grimalda e Capriata d'Orba. A più di sessant'anni dalla sua fondazione la Cantina Sociale di Mantovana è ancora un punto di riferimento importante nell'ambito della vinificazione piemontese.

«Dalla nostra parte - spiega Lorenzo Romano, direttore della cantina - c'è la forza che deriva da un indiscutibile radicamento con il territorio che va oltre al settore della produzione del vino. La nostra realtà in questi anni ha collaborato con le Pro Loco della nostra zona, ha saputo proporsi come vero e proprio testimonial delle bellezze e della ricchezza enogastronomica dell'area in cui operiamo».

Oggi la Cantina Sociale di Mantovana può contare su un centinaio di soci conferitori e un territorio di coltivazione che si estende per 115 ettari. Ogni anno vengono raccolte 16 mila quintali di uve, di queste il 70% è a bacca rossa. Un lavoro che ogni anno porta alla nascita di 100 mila bottiglie poi indirizzate a clienti privati e grande distribuzione.

«Il nostro modello - prosegue Romano - è cresciuto in questi anni grazie a una grande attenzione alla rete commerciale che si è ampliata ma soprattutto si è fatta più capillare». Un modo per essere protagonisti anche in anni in cui proprio la domanda interna del vino ha

subito una contrazione pesante costringendo i produttori a abbandonare strade battute da tempo per individuare nuovi spazi.

Ecco quindi lo sbocco legato all'enoturismo. Mantovana è situata al centro della collina che dall'Ovadese degrada verso l'alessandrino, una posizione strategica che può attirare un numero di visitatori sempre più alto, in ragione di flussi turistici che nell'ultimo periodo hanno denotato una crescita interessante.

Accanto alle vigne, che circondano la frazione, il centro pulsante in cui confluiscono i produttori e il frutto del loro impegno. «Il lavoro oscilla durante la stagione. Il vero aspetto importante è che siamo riferimento per un indotto del quale beneficia l'intero territorio».

Chi cerca genuinità del prodotto, una tracciabilità al di sopra di ogni sospetto e filiera corta, può trovare soddisfazione nel modo di operare della Cantina. «Un vino - scriveva Mario Soldati che del Dolcetto è stato massimo cantore - racchiude in sé molto più di quanto certe definizioni lasciano intendere: un vino, infatti, al di sopra e al di là del colore, della limpidezza, del profumo e del sapore che lo definiscono, esprime l'anima e la personalità, la storia e le tradizioni, delle persone e dei luoghi che lo hanno prodotto».

I vini della Cantina di Mantovana sono pensati e prodotti tenendo ben presente il connubio con la cucina tipica di questa zona di Piemonte, accompagnamento perfetto di una storia che si è evoluta nel tempo e racconta di un filo diretto tra i nostri avi, la loro cura e il loro amore per la terra, e chi oggi ancora porta avanti quella missione coniugando la devozione di un tempo ai miglioramenti che tecnologia e studi hanno saputo introdurre. ■





## Dal Mose alla metro di Parigi: «Cmf è efficienza e affidabilità»

di **Alessandro Francini**

Da piccola officina per macchinari agricoli ad azienda specializzata nel consolidamento del terreno e nella riparazione di attrezzature per fondazioni. Sergio Foglino, cairese di nascita ma acquese di adozione, nel 1975 fonda a Rivalta Bormida la Costruzioni Meccaniche Foglino. Inizialmente l'attività del laboratorio sta tutta nelle sapienti mani del signor Sergio, che nel frattempo si specializza nell'oleodinamica arrivando ad operare su macchine industriali sempre più sofisticate. Un salto di qualità che permette alla Cmf di raggiungere una più ampia clientela e, nei primi anni Novanta, di trasferirsi a Strevi in un nuovo e più grande stabilimento [12 mila mq di cui 4 al coperto] dotato di attrezzature e macchinari all'avanguardia. Nel frattempo, entrano in azienda anche i due figli di Sergio, Paolo e Pier Luigi. Pian piano, la trivellazione diventa il settore in cui la Cmf si specializza iniziando ad investire risorse sempre più mirate. Senza trascurare, ovviamente, l'altro ramo dell'azienda destinato ai macchinari agricoli. «Due anni fa abbiamo avviato una nuova ditta a Nizza Monferrato - spiega Paolo Foglino - dove ci occupiamo della riparazione e della revisione di macchine agricole, trattori in particolare. A Strevi, invece, abbiamo concentrato tutta l'attività rivolta alla lavorazione del sottosuolo e al consolidamento del terreno».

### Un servizio 'oltreconfine'

La ditta della famiglia Foglino, che fa di "professionalità, tempestività ed efficienza" il proprio slogan, è presente anche in Svizzera con una sede-distaccamento «per offrire assistenza ai clienti che negli anni abbiamo acquisito in tutta Europa. Per quanto riguarda l'Italia, invece, il nostro bacino di clienti si concentra soprattutto tra Piemonte, Toscana, Liguria e Lombardia. Ad oggi, però - continua il sig. Foglino - il maggior

fatturato lo ricaviamo con le operazioni di assistenza e riparazione in giro per il mondo e con l'impiego dei nostri macchinari nelle grandi opere». A Venezia, ad esempio, le apparecchiature subacquee della Cmf hanno contribuito alla lavorazione in profondità delle fondazioni del Mose. Più di recente, la maxi trivella Pg8 è stata utilizzata nei cantieri del nuovo tratto della metropolitana di Parigi.

### Garanzie e linee guida

La Cmf è in grado di realizzare, riparare e ricostruire ogni organo meccanico e oleodinamico servendosi di strutture e attrezzature sempre all'avanguardia. Dare garanzia di un servizio avanzato ed affidabile è il compito che si prefigge il Sistema Gestione Qualità della ditta, che ha il compito di analizzare le esigenze della clientela, mantenere a 'livello 0' l'indice dei reclami ed effettuare un'attenta selezione dei propri fornitori per assicurare una gestione ottimale in tutte le fasi operative. Dal 2000, la Costruzioni Meccaniche Foglino ha assunto la qualifica di Centro Assistenza Autorizzato Casagrande, azienda leader nella progettazione di macchine ed attrezzature per fondazioni e perforazioni.

L'azienda della famiglia Foglino riserva, infine, un occhio di riguardo alla sostenibilità ambientale. Durante le lavorazioni vengono raccolti e separati negli appositi contenitori i rifiuti speciali come olio esausto, batterie esauste, filtri usati ed emulsioni oleose, che vengono successivamente riciclate da ditte specializzate nel settore. Nello stabilimento di Strevi è presente anche un'area per il lavaggio dei macchinari i cui residui vengono totalmente riciclati. Per il lavaggio delle parti di meccaniche di piccole/medie dimensioni vengono inoltre usate vasche con sostanze detergenti a base biologica. ■

### ANNO DI FONDAZIONE

1975

### FATTURATO 2018

2,7 milioni di euro

### DIPENDENTI

15

### SETTORE

Costruzioni meccaniche





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

RINGRAZIANO TUTTI GLI INSERZIONISTI



**HOLDIM s.r.l.**



# NUOVA OPEL CORSA



Vieni a scoprirla  
nei concessionari  
GrandiAuto.



## Nuova concessionaria Opel.



**GRANDIAUTO**

### ALESSANDRIA

Via dell'Artigianato 9/11  
Tel. 0131 345931  
Mail. [grandiauto@grandiauto.net](mailto:grandiauto@grandiauto.net)

### SANREMO

Corso Guglielmo Marconi, 71  
Tel. 0184 661323  
Mail. [sanremo@grandiauto.net](mailto:sanremo@grandiauto.net)

[WWW.GRANDIAUTO.NET](http://WWW.GRANDIAUTO.NET)

Supplemento ai giornali del 28 e del 29 novembre 2019

Redazione: via Parnisetti 10 - Alessandria  
Telefono 0131 315200 - Fax 0131 43324

In collaborazione con Medial pubblicità - via Parnisetti 10 - Alessandria  
tel. 0131 56364 - Fax 0131 251139

Progetto grafico: Cristina Pigoni

Stampa: Mediagraf - Viale della Navigazione Interna 89 - Noventa Padovana - PD

Direttore editoriale gruppo So.G.Ed. Alberto Marello

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