

madein



Cuneo



#l'impresa continua

Le aziende, le donne e gli uomini della Granda
e l'emergenza sanitaria: così la collettività
ha saputo reagire al Covid-19
e iniziare la costruzione della "nuova normalità"



**È arrivata una tempesta elettromagnetica.
Sei pronto a guidarla?**

**Soul, electrified. La nuova Taycan.
Prenota il tuo test drive al Centro Porsche Cuneo.**

Centro Porsche Cuneo
Erre Esse S.p.A.
Via Villafalletto 7 ter, Madonna dell'Olmo
Tel. 0171 314 911

Consumo elettrico combinato (varianti modello): 25,7 - 24,5 kWh/100km, Emissioni CO₂ combinate: 0,0 g/km



PORSCHE

L'orizzonte non è sereno, ma...

Quando "Made In Cuneo" arriverà ai lettori saremo alla fine di agosto, un mese che per molti non è stato quello tradizionale delle vacanze e del relax e che non è stato "normale" neppure per chi ha trascorso un periodo di ferie. Su tutti incombe l'incertezza sull'effettivo ritorno del Covid-19, e questo di per sé è un fattore gravissimo di freno per ogni attività sociale, comprese quelle economiche, con i relativi timori sulle conseguenze della crisi innescata dall'epidemia. L'autunno dovrebbe far registrare gli effetti più virulenti della prolungata quarantena scattata a marzo e delle paure, innanzitutto per la salute, che proseguono. Vi è un grave problema di produttività, ma anche di pesante flessione della domanda e in molti percepiscono il rischio che gli ingranaggi del "sistema Paese", da decenni rallentato dai problemi endemici che lo caratterizzano, si inceppino in modo rovinoso. Gli imprenditori della Granda l'hanno certificato rispondendo all'indagine di previsione per il terzo trimestre 2020 condotta dal nostro Centro studi, evidenziando come il crollo delle attese sia ampio e generalizzato

e riguardi tanto il manifatturiero quanto i servizi.

Nel comparto manifatturiero le imprese che prevedono di ridurre la produzione sono il 41,5% e solo il 13,8% ne prospetta un aumento. Il saldo (-27,6 punti percentuali) è in ribasso di quasi 10 punti sul trimestre precedente. Ancora più negative sono le previsioni sugli ordinativi: il 48,8% delle aziende ne ipotizza un calo, contro appena il 13,4% confidente in un incremento. Il saldo, con un balzo di oltre 16 punti, è molto prossimo al picco recessivo del 2009. Il saldo sull'export precipita al -34%, mentre sale di oltre 20 punti la percentuale delle aziende che segnalano ritardi negli incassi: rimangono pressoché stabili i tempi medi di pagamento della Pubblica Amministrazione, però cresce di 8 giorni la media generale. Quello della salvaguarda della catena dei pagamenti, fondamentale per non far saltare il sistema in cui tutti siamo inseriti, è il tema a cui ho dedicato un messaggio agli associati all'inizio di aprile, appellandomi alla correttezza e al senso di responsabilità di ognuno. Infine è in via di raddoppio il ricorso alla cassa integrazione guadagni: quasi il 43% delle 300 aziende coinvolte nell'indagine prevede il ricorso agli ammortizzatori sociali, una quota vista nella crisi del 2009. Anche i servizi sono investiti in pieno dalla crisi e già nel trimestre precedente hanno iniziato a mostrare indicatori di previsione in forte deterioramento.

Questa è la sintesi: un quadro di fronte al quale dirsi ottimisti è

arduo.

Ma viviamo in un territorio che non si è mai arreso, che ha superato difficoltà atroci e inenarrabili come, per fermarci alla storia recente, il secondo conflitto mondiale combattuto in casa e la "grande guerra" che provocò un'ecatombe fra i giovani.

La pandemia non distrugge le infrastrutture, ma colpisce al cuore la collettività attraverso la crisi del sistema economico, oltre a generare terribili lutti, la cosa principale, per cui gli imprenditori sono stati e sono in prima linea nell'applicare tutti i possibili accorgimenti per tutelare la salute dei propri collaboratori. Ecco perché si parla di "ricostruzione" e alcuni si spingono sino a profetizzare l'"edificazione di un mondo nuovo". Certo è che nulla tornerà come prima, se non in tempi lunghissimi.

Di qui nasce la necessità di rimbocarsi le maniche, di fare ognuno la propria parte.

Per quanto riguarda lo Stato, faccio mie le nette prese di posizione di Confindustria nazionale, in particolare riguardo ai problemi endemici del Paese prima citati.

Il nuovo presidente, Carlo Bonomi, ha assunto l'incarico in un momento in cui a tutti tremerebbero le vene e i polsi nel farlo, e qui gli rinnovo i miei auspici di buon lavoro, sicuro che saprà agire al meglio.

Per ciò che concerne noi imprenditori, sono convinto che non abbandoneremo la partita e, anzi, alzeremo la posta. Lo faremo per noi, per i nostri cari, per i nostri collaboratori e per la società tutta, non necessariamente in questo ordine.®

Mauro Gola

Presidente Confindustria Cuneo

GUARDA AL FUTURO

ECOBONUS PEUGEOT



PEUGEOT MOLTIPLICA GLI INCENTIVI STATALI
AD AGOSTO FINO A **9.000 €** DI ECOBONUS
SU NUOVA PEUGEOT 508. PER TUTTI.

SCOPRILA ANCHE PLUG-IN HYBRID

MOTION & e-MOTION



PEUGEOT

Scade il 31/08/2020. Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Esempio per vantaggio massimo offerta Ecobonus sulla Gamma Peugeot: offerta valida per acquisto di Nuova 508 SW GT-Line BlueHDi 160 S&S EAT8 tinta grigio platinum con active suspension control, visiopark 360°, full park assist, portellone "hands free", wireless smartphone charging e ruotino di scorta. Prezzo di listino € 45.270. Prezzo promo € 36.270, chiavi in mano, IVA e messa su strada incluse. Solo per clientela privata (IPT e imposta di bollo su conformità escluse). In caso di adesione al voucher "Ecobonus Peugeot", potrai disporre di un extrabonus aggiuntivo di € 750 da detrarre dal prezzo promo, disponibile su www.peugeot.it. Offerta valida per vetture a stock in pronta consegna con contratto e immatricolazione entro il 31 agosto 2020, in collaborazione con le Concessionarie Peugeot aderenti. Le offerte "Ecobonus Peugeot" sulla Gamma Peugeot sono comprensive, laddove applicabile, degli incentivi statali previsti dalla L. 77/2020. Immagini inserite a scopo illustrativo.

PEUGEOT RACCOMANDA TOTAL 508 SW Plug-in Hybrid: Emissioni di CO₂ (WLTP): da 27 a 38 g/km - Autonomia in modalità 100% elettrica (WLTP): 52 km. Gamma 508 SW termica: consumi ciclo combinato (l/100 km): da 3,6 a 5,4. Emissioni CO₂: da 94 a 124 g/km. Valori determinati utilizzando la nuova procedura di prova WLTP, tradotti in NEDC per consentirne la comparabilità, secondo le normative Reg. (CE) n.715/2007, Reg. (UE) n.1153/2017 e Reg. (UE) n.1151/2017. I dati possono variare secondo le condizioni effettive di utilizzo e in base a diversi fattori come: velocità, comfort termico a bordo del veicolo, stile di guida e temperatura esterna. Maggiori info su peugeot.it

Concessionaria CUNEOTRE

CUNEO Via Torino, 216/A
SAVIGLIANO Via Togliatti, 24
cuneotre@cuneotre.com
peugeot.cuneotre.com
t. 0171.403434

Concessionari UFFICIALI

Concessionaria AUTOLEONE

ALBA C.so Bra, 8 - C.so Asti, 24/C
ASTI C.so Alessandria, 399
CARMAGNOLA Via Poirino, 101
TORINO (Borgaretto di Beinasco) Via Rondò Bernardo, 10/8
t. 331.1324479 - autoleonelancar.it

Il ruolo **decisivo** dell'**industria**

“Made In Cuneo” torna, dopo la sosta coincisa con la fase acuta dell'emergenza sanitaria, e lo fa con un numero speciale il cui “fil rouge” è costituito dal resoconto, certo non esaustivo, di come il mondo imprenditoriale della Granda, nelle sue infinite sfaccettature, ha reagito, sta reagendo e reagirà alla crisi globale indotta dal Covid-19.

Non è, il nostro, un approccio all'insegna del “Va tutto bene”, perché così non è e non sarà nella realtà quotidiana in cui siamo immersi. Però desideriamo proporre a un vasto pubblico alcuni esempi della reattività che contraddistingue in modo del tutto particolare questa provincia a ogni livello, con il comparto industriale sempre in prima linea. E, in più, azzardiamo qualche suggerimento da parte di chi ha l'autorevolezza, se non di proporre soluzioni, si sottoporre inviti alla riflessione.

Crediamo che la nostra associazione, con le sue donne e i suoi uomini, abbia fatto il proprio dovere (nessuno è esente da errori e tutto è migliorabile!) fin dall'inizio dell'epidemia, al servizio delle associate. Ma sono soprattutto gli imprenditori, grandi e piccoli, che non hanno mollato per un secondo, non si sono fatti prendere dall'affanno o dalla paura e hanno continuato con meritoria caparbia a svolgere il proprio impegno i cui frutti significano continuità aziendale e, attraverso essa, salvaguardia del benessere diffuso e, in definitiva, della coesione sociale.

Ci aspettano tempi non facili, più

ostici di quelli vissuti dalla collettività locale e nazionale in primavera, nei quali tutti abbiamo l'occasione di dare un contributo concreto alla rinascita, al sorgere del “mondo nuovo”.

Nei mesi e negli anni a venire, è indubbio, il ruolo dell'industria, così bistrattata durante e dopo la quarantena, seguendo un'ideologia aprioristicamente anti-imprenditoriale purtroppo sempre in voga, sarà determinante perché, come sostiene Stefano Manzocchi, direttore del centro studi Confindustria e docente dell'Università Luiss, «è dalle aziende che operano sui mercati e si confrontano con la concorrenza internazionale che arriverà una ripresa economica sostenibile».

I numeri parlano chiaro. Il 98% delle esportazioni di beni italiani e l'80% delle esportazioni totali se si calcolano i servizi sono costituiti dai prodotti dell'industria manifatturiera, senza la quale sarebbe impossibile raggiungere un equilibrio della bilancia dei pagamenti, condizione per sostenere la crescita di un'economia aperta nel medio e nel lungo periodo. Il settore manifatturiero è la principale fonte di investimenti tecnologici in Italia, quindi il maggiore motore della crescita della produttività a lungo termine. Nel 2017 il 51,3% degli investimenti lordi in ricerca e sviluppo proveniva da questo settore. Per quanto riguarda le tecnologie integrate in nuovi macchinari e attrezzature, nello stesso anno la manifattura ha attivato il 43,7% della spesa totale,

seguita dal settore pubblico (amministrazione pubblica, difesa, istruzione, salute e assistenza sociale), fermo al 10,6 per cento. Il settore manifatturiero è inoltre la principale fonte di investimenti tecnologici, quindi il principale motore della crescita della produttività a lungo termine per l'economia nazionale.

Ben vengano, quindi, proposte di coordinamento e di stimolo alle iniziative del settore privato nel quadro dei programmi europei, con la domanda pubblica ben orientata e con investimenti dello Stato in nuove tecnologie e capitale umano. Ma è dalle aziende attive sui mercati, pronte a confrontarsi con la concorrenza internazionale, dalle loro risorse e dall'ambiente favorevole con il quale il Paese saprà farle interagire, che arriverà una ripresa economica sostenibile. ®

Giuliana Cirio

Direttore Confindustria Cuneo e Made In Cuneo



Perfect 478 EVOLUTION

L'evoluzione del sistema di copertura continua a giunto drenante

- Nessun fissaggio esterno
- Totale scorrimento degli elementi metallici per la dilatazione termica
- Tenuta ermetica, grazie allo speciale giunto drenante costantemente attivo
- Garanzia di sicurezza anche in assenza totale di pendenza attraverso la specifica Minigronda di sicurezza.



Perfect LOGISTIC

Unità mobile specifica per la profilatura diretta in cantiere del Perfect Evolution 478

- Linea speciale di profilatura a banchi con rulli rivestiti per preservare lo strato della superficie del nastro
- Compatta per la fabbricazione del profilo continuo a giunto drenante Perfect Evolution 478 completa di aspo e taglio idraulico start - stop
- Installata su rimorchio ribassato a collo d'oca a tre assali completo di rivestimento protettivo copri e scopri.

INDVITA'



www.unimetal.net

Numero Verde 800 577385 - Torre San Giorgio CN



unimetal.net

Sommario



made in[®]
02/20 Cuneo



CONFINDUSTRIA CUNEO
Unione Industriale della Provincia



Società editrice:
Centro Servizi per l'Industria
Corso Dante, 51
12100 - Cuneo
Tel. 0171.455455

Redazione e grafica:
Autorivari studio associato
C.so IV Novembre, 8
12100 - Cuneo
Tel. 0171.601962
staff@autorivari.com

Pubblicità:
Tec Arti Grafiche s.r.l.
Via dei Fontanili, 12
12045 - Fossano
Tel. 0172.695770
adv@tec-artigrafiche.it

Stampa:
L'Artistica Savigliano s.r.l.
Via Togliatti, 44
12038 - Savigliano
Tel. 0172.22361
info@lartisavi.it



MISTO
Carta da fonti gestite
in maniera responsabile
FSC® C092640

Chiusura: 18/08/2020
Tiratura: 6.000 copie

L'orizzonte non è sereno, ma...	1
Il ruolo decisivo dell'industria	3
Ferrero sempre più Gigante amico	6
La Fondazione Ferrero e i social	10
Alba confermata Capitale della cultura d'impresa per il 2021	11
Non è andato tutto bene, ma torneremo in sella	12
La grande bandiera virtuale di Egea "sventola" in tutta la penisola	16
«C'è sempre un modo per superare i problemi»	20
È tempo di un "Patto della solidarietà" tra pubblico, business community e società civile	24
Le montagne di Cuneo più accoglienti di prima	28
"Sistema Italia": la sinergia fra Gruppo Merlo ed Esercito	32
Al lavoro con l'entusiasmo di sempre	34
Strategia vincente fra attenzione ai lavoratori e recupero degli effetti del lockdown	36
La Granda sa come ripartire	40
Ripartenza a tavoletta	42
Guardando al domani con positività	46
Dallo sconforto al progetto vincente	48
Parola d'ordine, ripartenza	50
La speranza è una scelta	54
Autentica regina dell'innovazione con il progetto "Alba"	56
Efficienza green	60
120 mila sorsi di solidarietà	62
Amiamoci e amiamo	64
Gli esempi del passato per guardare avanti	65
La Ferrari delle biciclette	66
Parola d'ordine: riconversione	70
Quando la solidarietà è Granda	74
Il grande cuore delle aziende	75
Mascherine, ma non solo	78
Helix 2020: Uomo, Digitale, Terra	82
Verso l'economia elicoidale in un mondo che cambia	84
La "strategia della notorietà" scelta obbligata	86
La rivincita dei vinti	90
Il Covid-19 non ci fermerà	94
I cobot di Sdk per i piaceri della vita	98
L'Amministrazione provinciale di Cuneo e gli "eventi straordinari" di un secolo fa	100
UniTo e Politecnico costruiscono il futuro	104
La scuola in presenza è una necessità	108
Shock esterni, risposte locali	110
L'abbraccio più forte di Valerio Berruti	114
La Polizia Postale e delle Comunicazioni e la sicurezza informatica	116

Direttore responsabile: Giuliana Cirio
Vice direttore responsabile: Elena Angaramo

FERRERO sempre più. Gigante amico



Claudio Puppione

L'emergenza sanitaria ha confermato come il Gigante amico sia tale tanto in grandezza quanto in bontà. Il protagonista, con l'eterno "nemico" Jo Condor, degli storici "Caroselli" andati in onda dal 1971 al 1976 e dedicati a Cioccolato Kinder, Fiesta, Mon Chéri e Nutella forse non è noto alle nuove generazioni, ma meriterebbe di tornare alla ribalta perché impersona al meglio, fin dal nome, le caratteristiche del colosso creato da Michele Ferrero, oggi guidato dal figlio Giovanni, se possibile amplificate dal Coronavirus. "Ferrero", per far fronte all'epidemia, ha predisposto sin dall'inizio della crisi una serie di misure organizzative interne, avendo quale scopo prioritario la salute dei dipendenti e, in subordine, la continuità

produttiva, per non compromettere la filiera alimentare del territorio fino allo scaffale; tutto ciò, non soltanto a tutela e salvaguardia delle attività dell'azienda, ma anche dell'intero indotto.

"Ferrero" ha in principio attivato lo smart working per tutto il personale non direttamente coinvolto in attività produttive e di vendita e ha subito ridotto del 50% la capacità produttiva dello stabilimento di Alba. Dopo oltre un mese e mezzo di restrizioni molto severe alla mobilità e alle attività produttive, a inizio maggio, ci si è messi all'opera per identificare le migliori modalità organizzative per un graduale rientro del personale nelle sedi di lavoro.

Da fine maggio, in linea con le disposizioni governative, sono tornati progressivamente al lavoro l'intero organico operativo, la prima linea manageriale e anche il personale impiega-

tizio, con apposite distribuzioni delle turnazioni per occupare in modo sicuro gli spazi di lavoro nel rispetto delle distanze prescritte dalle norme.

Un'attenzione particolare è stata ed è riservata ai genitori con figli in età scolare, che hanno potuto optare per protrarre la modalità di smart working, senza presenza in ufficio, per far fronte al disagio della chiusura anticipata delle scuole. In questa fase sono state condivise con tutti i dipendenti le nuove modalità di comportamento atte a tutelare la salute e la sicurezza di tutti: dall'impiego delle mascherine protettive, alla

Il colosso dolciario ha risposto in tempo reale all'epidemia, sia sul fronte della sicurezza dei dipendenti, sia riguardo alla continuazione della produzione e alla distribuzione dei suoi prodotti iconici, sia incentivando l'attenzione al sociale con gesti concreti tanto nel locale che a livello nazionale

distanza di sicurezza, dalle precauzioni igieniche all'utilizzo della propria postazione e degli spazi comuni.

Tutti, inoltre, devono continuare a privilegiare la tecnologia nelle relazioni interpersonali, mentre le riunioni di lavoro vengono tenute esclusivamente sulle diverse piattaforme di videoconferenza.

Queste misure si sono aggiunte a quelle già predisposte all'inizio della crisi pandemica: mantenimento delle distanze raccomandate sia nei bus di trasporto del personale, tramite il raddoppio delle linee dedicate, che agli ingressi in stabilimento, con il controllo con termoscanner della temperatura dei dipendenti e degli appaltatori in entrata.

Tuttora "Ferrero" continua a monitorare la situazione, attenendosi rigorosamente alle disposizioni governative e, laddove sia in grado di farlo, andando oltre. Gli operai sulle linee, l'organizzazione di vendita, di assistenza ai clienti e di logistica hanno contribuito con orgoglio e senso del dovere, insieme a tutta l'industria alimentare, a far sì che gli italiani, nei momenti di punta della crisi pandemica, abbiano potuto continuare a fare la normale spesa, senza trovare quegli scaffali vuoti che avrebbero generato panico e infondate, ma dagli effetti imprevedibili, preoccupazioni nella popolazione e reazioni scomposte. L'azienda dolciaria prosegue per gradi, ma con fiducia, il percorso verso la normalizzazione delle attività.

Sul fronte dell'impegno per la collettività, attenzione che la caratterizza da sempre, sin da

quando agli inizi degli anni 60 il signor Michele organizzava convegni sulla responsabilità d'impresa prima ancora che questo concetto fosse codificato, "Ferrero" a Pasqua ha donato oltre 200.000 uova Kinder agli operatori sanitari impegnati nel contrastare l'emergenza Covid-19 nelle aree più colpite del Paese: un "piccolo" gesto di ringraziamento per medici, infermieri e operatori sanitari impegnati in prima linea per difendere la salute degli italiani.

La famiglia Ferrero inoltre, attraverso "Ferrero Italia", ha stanziato 10 milioni di euro per una donazione al Commissariato per la gestione dell'emergenza Coronavirus e ha regalato dispositivi di protezione individuale destinati al personale medico ospedaliero e infermieristico attivo nel territorio delle Langhe, per far fronte alle prime fasi delicate dell'emergenza.

A tal riguardo non si può non accennare al fatto che a luglio è entrato in regolare attività il nuovo, moderno ospedale unico di Alba e Bra, a Verduno, intitolato a Michele e Pietro Ferrero, struttura sanitaria fondamentale per il territorio, a cui la famiglia ha destinato ingenti donazioni.

IL PERIODO EMERGENZIALE HA MODIFICATO LE ABITUDINI LEGATE ALLA COLAZIONE E COSÌ...

Durante il lockdown gli italiani, avendo avuto più tempo a disposizione tra le mura domestiche, si sono cimentati, anche quelli meno esperti, con i fornelli. Moltissimi si sono av-

La capacità di reazione e l'adeguatezza della risposta all'emergenza hanno premiato sul piano della diffusione delle marche più popolari

vicinati al mondo della cucina, realizzando dolci e torte e scoprendolo, o meglio riscoprendolo, come vera e propria passione.

Inoltre, essendo la maggior parte degli italiani "bloccati a casa", il tempo da dedicare al momento della colazione si è arricchito sia in termini temporali sia nella varietà di proposte, sfruttando quindi Nutella come ingrediente per crêpe, pancake, toast, ecc. che di solito vengono preparati nel fine settimana durante la colazione in famiglia e non quotidianamente, proprio per lo scarso tempo a disposizione.

Tale comportamento è stato trasversale per tutti i target, non solo le famiglie, ma anche per i più giovani, come i millennials e addirittura la generazione Z, che sono soliti fare colazione fuori casa.

In termini di fatturato il ruolo centrale della prima colazione, specie nei recenti mesi di lockdown, ha premiato "Ferrero", oltre che per Nutella, anche nel segmento dei prodotti da forno, soprattutto con i prodotti Kinder a base di pan di Spagna lievitato naturalmente, Kinder Colazione più o Kinder Brioss, oggi anche in versione integrale.



► **IL COVID-19 HA CAMBIATO ANCHE I CONSUMI**
Il settore commerciale era già in rapida trasformazione e il Covid-19 ha accelerato alcune tendenze. Assistiamo infatti all'accelerazione di un trend in atto prima dell'epidemia, ossia il passaggio dall'ipermercato fuori città, sulle grandi superfici, all'acquisto preferenziale nei negozi di prossimità, la bottega o il supermercato sotto casa. In più vi è il boom dell'e-commerce che,

Il processo orientato alla sostenibilità del business, già inarrestabile, è stato accelerato dal Covid-19. "Ferrero" è un'azienda che, ai proclami su un futuro che forse verrà smentito dai fatti, preferisce azioni concrete e tangibili, da condividere con gli stakeholder, con rapporti semestrali che certificano le proprie azioni

fino all'emergenza, risultava tutto sommato marginale e che, invece, nel periodo del lockdown ha mostrato le sue potenzialità. Di pari passo sta cambiando il modo con cui la forza vendita di "Ferrero" si impegna per creare e trasferire valore. Anche in questo caso è stato accelerato un processo di cambiamento già delineato: da order taking (letteralmente: presa dell'ordine) a demand generation (generazione della domanda). Ciò comporta l'adeguamento dei processi logistici.

I CANONI COMUNICATIVI SI EVOLVONO

L'emergenza ha creato una discontinuità nel modo di contattare le persone. Sta diventando sempre più rilevante intercettarle in momenti

differenti da quelli consolidati in precedenza, anche perché le nuove abitudini potrebbero diventare permanenti. Un ruolo di prim'ordine è rappresentato dall'esperienza digitale, anche attraverso l'esperienza d'acquisto on-line (e-commerce). I negozi virtuali diventano piattaforme di comunicazione sempre più rilevanti. Ma per "Ferrero" rimane imprescindibile il rapporto diretto con il consumatore, mantenendo quindi attivo e ingaggiante il rapporto con le nutrite fan-base dei brand nei principali social network. L'approccio con le marche del Gigante buono durante la crisi sanitaria ha visto l'esplosione delle interazioni digitali. Ad esempio è emerso dall'analisi dei social network come la realizzazione di una torta/

PRENDIAMOCI CURA DEL NOSTRO FUTURO.



4X4 SEMPRE DISPONIBILE E FINO A 50 KM DI AUTONOMIA IN MODALITÀ ELETTRICA.

NUOVA JEEP® COMPASS E NUOVA JEEP® RENEGADE 
ECOBONUS STATALE IN CASO DI ROTTAMAZIONE.

Gamma Renegade 4xe e Gamma Compass 4xe: emissioni di CO2 (ponderate, combinate) (g/km): 49 - 44. Consumo di carburante (ponderato, combinato) (l/100km): 2.1 - 1.9. Valori omologati in base al metodo di misurazione/correlazione riferito al ciclo NEDC di cui al Regolamento (UE) 2019/1840 aggiornati al 20/06/20. I valori sono indicati a fini comparativi. Jeep, è un marchio registrato di FCA US LLC.


www.elleroauto.it

Jeep
THERE'S ONLY ONE

MONDOVI - Via Torino, 20 - tel. **0174.40563**

SALUZZO - Via Circonvallazione, 25 - tel. **0175.43227**

dolce o, semplicemente una ricetta fatta in casa, sia stata “capitalizzata” dai genitori come momento di gioco/intrattenimento con i figli. Ciò ha fatto sì che oltre 2 milioni di famiglie si riavvicinassero a Nutella nel periodo marzo-aprile, inserendola nel carrello della spesa, rispetto al medesimo bimestre dell’anno prima, secondo la fonte GfK Consumer Panel, a conferma di come per gli italiani Nutella sia un love brand anche nei momenti difficili. Tali comportamenti sono stati coerenti nelle partecipazioni social della marca, nelle quali si è registrato un incremento significativo del numero di interazioni: +35% rispetto alla media dei mesi precedenti, specie grazie alle numerose videoricette realizzate che hanno ben risposto ai bisogni del momento.

L’IMPEGNO PER IL “GREEN”, IN CUI L’AZIENDA SI DISTINGUE DA TEMPI NON SOSPETTI, È DIVENTATO SCELTA “OBBLIGATA”

“Ferrero” da sempre adotta comportamenti responsabili per offrire prodotti di alta qualità che contribuiscano positivamente sia alla società di oggi che a quella futura. Questa convinzione spinge l’azienda verso una catena del valore responsabile costituita da un approvvigionamento sostenibile, una produzione sostenibile e, ora, da un rafforzamento ulteriore dell’impegno per un packaging ancora più sostenibile. Per questo si è impegnata a rendere 100% riutilizzabile, riciclabile o compostabile tutto il proprio packaging entro il 2025.



IL PROCESSO ORIENTATO ALLA SOSTENIBILITÀ DEL BUSINESS È INARRESTABILE

Ma “Ferrero” è un’azienda che, ai grandi proclami su un futuro che forse verrà smentito dai fatti, preferisce azioni concrete e tangibili, da condividere con gli stakeholder, con rapporti semestrali che certificano le proprie azioni. Ultima in ordine di tempo è arrivata la sosti-

tuzione della cucchiaino di plastica di Kinder Joy con una versione in carta. Ciò porterà a ridurre del 45% l’impronta di carbonio del cucchiaino di questo prodotto di punta, con una diminuzione della plastica utilizzata di oltre 1.500 tonnellate all’anno. ©

*Le collaborazioni con i colossi
McDonald’s e Coca-Cola*

Nei mesi precedenti l’emergenza sanitaria “Ferrero” ha promosso due grandi innovazioni, attraverso le collaborazioni con McDonald’s e Coca-Cola.

La collaborazione con McDonald’s è volta a favorire il consumo di Nutella al di fuori degli ambienti casalinghi. Così è nato il McCrunchy Bread con Nutella, un prodotto che sigla la partnership tra le due grandi aziende. È il classico pane e Nutella declinato in base all’osservazione dei tempi moderni, preparato al momento e servito caldo e fragrante presso i McDonald’s.

La scelta è caduta su un pane speciale, individuato proprio per soddisfare l’esigenza di sposare nel modo migliore la cremosità di Nutella con un pane particolarmente adatto per la tostatura che ne esalta al meglio la croccantezza. In occasione del World Nutella Day®, per l’operazione di lancio nazionale del McCrunchy Bread sono stati distribuiti in anteprima 2.500 panini in un’ora a Milano, Roma, Bari e Napoli.

Tic Tac, dal canto suo, è molto più di una semplice caramella, è diventato un modo di stare insieme e di condividere momenti di freschezza.

Per restare sempre al passo con i tempi, si propone spesso con nuove edizioni limitate. In questo contesto è nato Tic Tac Coca-Cola, risultato di una collaborazione unica tra due marchi iconici del settore dei beni di largo consumo. Grazie a questa collaborazione, Tic Tac ha introdotto Coca-Cola nel mercato degli alimenti dolci confezionati, creando il primo confetto con la freschezza della famosa bibita americana.

Con Tic Tac Coca-Cola i consumatori hanno potuto godere di un’esperienza di gusto in grado di coniugare la freschezza di Coca-Cola con l’iconicità di Tic Tac. Agli originali Tic Tac al gusto menta e arancia si sono affiancati negli anni nuovi gusti per accogliere i bisogni dei consumatori e sorprenderli di continuo. Una sorpresa che costituisce una delle risorse inesauribili del Gigante amico.



La Fondazione Ferrero e i social

Il segretario generale della Fondazione “Piera, Pietro e Giovanni Ferrero” di Alba, Bartolomeo Salomone, da pochi mesi presidente di “Ferrero” spa, ha spesso rimarcato il fatto di essere fortunato per avere la possibilità di collaborare in modo molto stretto con Maria Franca Ferrero, presidente dell’Ente morale fondato dal consorte signor Michele e da lei stessa nel 1983. La stella polare da sempre indicata dalla signora Maria Franca, coerente con quanto la famiglia e l’azienda fanno sin dall’inizio, è che l’azione della Fondazione incida in modo concreto e continuo sulla comunità, evitando iniziative effimere o che abbiano il sapore dello “spot”. In campo culturale, il Covid-19 ha costretto a rinviare la grande esposizione artistica di richiamo internazionale che avrebbe dovuto tenersi in autunno



Se, per motivi di sicurezza, dall’inizio di marzo non è stato possibile frequentarla di persona, la fondazione “Piera, Pietro e Giovanni Ferrero” di Alba ha provveduto a spostarsi nelle case di chi l’ha frequenta con assiduità sino a pochi mesi fa e di chi sta tornando ad animarla grazie al graduale ritorno alla normalità. Lo ha fatto poten-

ziando la propria pagina Facebook con nuove iniziative che hanno riscosso grande successo, partendo proprio dall’emergenza sanitaria e proponendo incontri con scienziati di comprovata esperienza e di notevoli capacità comunicative. I temi sviscerati sono stati quelli dell’evoluzione della pandemia, delle ultime scoperte, della ricerca di cure e vaccini. Le tre videoconferenze sono state trasmesse in diretta con il coordinamento di Piero Bianucci. Hanno risposto alle sue domande e a quelle proposte del pubblico: Matteo Bassetti, direttore della Clinica di malattie infettive del policlinico “San Martino”-Irccs di Genova, Giovanni Di Perri, direttore della Clinica di malattie infettive dell’Università di Torino-ospedale “Amedeo di Savoia”, Alberto Mantovani, direttore scientifico dell’istituto clinico “Humanitas” di Milano, Giuseppe Remuzzi, direttore dell’istituto di ricerche farmacologiche “Mario Negri”-Irccs, Antonella Viola, direttore scientifico dell’Istituto di ricerca pediatrica (Irp-Città della speranza) e ordinario di

patologia generale al Dipartimento di scienze biomediche dell’Università di Padova, Giancarlo Isaia, geriatra, presidente dell’Accademia di medicina di Torino, Umberto Dianzani, ordinario di immunologia all’Università del Piemonte orientale, Mario Rasetti, professore emerito di fisica teorica al Politecnico di Torino, e Alessandro Vespignani, fisico informatico, tra i massimi esperti mondiali di epidemiologia computazionale. «Nei mesi di lockdown la Fondazione ha sperimentato lo strumento digitale come alternativo alla partecipazione diretta delle persone alle attività ed agli eventi. È un altro tipo di partecipazione, non alternativa, ma parallela. In attesa di riprendere le nostre regolari attività, cercheremo di potenziare le occasioni di incontro e di dialogo su piattaforme on-line che costituiranno un’opportunità per raggiungere il maggior numero di persone possibile in occasione dei nostri eventi, anche quando si tornerà alla normalità», afferma Bartolomeo Salomone, direttore generale della Fondazione “Piera, Pietro e Giovanni Ferrero” e presidente di “Ferrero” spa, la consociata italiana del gruppo dolciario albesse da sempre proiettato verso il mondo intero. [®]

L’epidemia ha spinto l’Ente morale albesse ad affiancare a quella di persona un’altra forma di partecipazione collettiva, non alternativa, ma parallela, che proseguirà anche con il ritorno alla normalità

Alba confermata Capitale della cultura d'impresa per il 2021

L'emergenza sanitaria ha impedito lo svolgimento dell'ampio programma per l'anno in corso. Viale dell'Astronomia ha preso la decisione di consentire di ripartire con tempi e condizioni tali da non penalizzare la qualità, la varietà e la vivacità della progettazione proposta da Confindustria Cuneo che aveva convinto i membri della Commissione giudicatrice nazionale ad attribuire il titolo alla città

Il Covid-19 non l'ha avuta vinta! L'emergenza sanitaria scoppiata a febbraio ha impedito lo svolgimento del vasto programma di manifestazioni legate alla nomina di Alba a Capitale della cultura d'impresa 2020 che dovevano iniziare di lì a poco e avere il proprio culmine in autunno. Ma ciò non ha smorzato lo spirito propositivo di Confindustria Cuneo che lo scorso novembre, nell'ambito del Forum nazionale piccola industria, presentando la candidatura di Alba, aveva battuto la concorrenza di città quali Torino, Firenze, Pisa, Bari, Brescia, Bergamo, Padova, Treviso, Taranto, Fabriano, Ivrea e Biella.

Il presidente, Mauro Gola, e il direttore, Giuliana Cirio, appena hanno potuto occuparsi della questione hanno proposto a Confindustria nazionale di posticipare all'anno prossimo lo svolgimento degli eventi di "Alba, Capitale della cultura d'impresa".

E da viale dell'Astronomia è presto arrivata l'ufficializzazione: la città delle cento torri conserverà il titolo nel 2021 e, quindi, Confindustria Cuneo potrà organizzare le manifestazioni per onorare questo significativo riconoscimento che vale ben oltre i confini provinciali. Questo è il testo della comunicazione ufficiale: «Il 9 novembre 2019, a Genova,

è stato conferito ad Alba, candidata da Confindustria Cuneo, il titolo di città Capitale della cultura d'impresa 2020 (foto), un riconoscimento attribuito dopo un accurato processo di selezione che ha visto competere con entusiasmo, competenza e professionalità dieci territori che da tempo hanno creduto e investito sulla relazione impresa e cultura, traendone valore sociale ed economico. Tuttavia, quando ad Alba era tutto pronto per tagliare il nastro di partenza delle tante attività in programma, l'emergenza Covid-19 ha compromesso l'avvio del palinsesto annuale. Per consentire di riprogrammare e ripartire con tempi e condizioni tali da non penalizzare la qualità, la varietà e la vivacità della progettazione che ha convinto i membri della Commissione ad attribuirle il titolo, Confindustria ha deciso di riservare ad Alba il titolo di Capitale della cultura d'impresa anche per il 2021».

La notizia ha rallegrato Confindustria Cuneo e rilanciato l'entusiasmo.

Mauro Gola e Giuliana Cirio commentano: «L'epidemia ha cambiato le carte in tavola e di certo nei prossimi mesi il panorama cambierà ulteriormente, quindi occorrerà mettere mano al programma per attualizzarlo. Abbiamo subito iniziato a pensare al nuovo cartellone di

appuntamenti, anche perché attraverso questi eventi desideriamo confermarci parte attiva dei mutamenti che si succederanno. Rafforzeremo il coinvolgimento degli enti e delle associazioni con cui abbiamo stretto accordi di collaborazione e altri potremmo avviarne affinché siano mesi di grande condivisione e di vera unità di intenti. La designazione a Capitale della cultura d'impresa di un territorio e di una città che in mezzo secolo sono passati dai tempi della malora alla nomina a patrimonio mondiale dell'umanità ha avuto un grande valore che ora si ingrandisce a seguito dell'ingresso in quello che da molti è stato definito il "nuovo mondo". In esso la cultura d'impresa continuerà a svolgere un ruolo da protagonista, così come ha fatto negli anni del boom che hanno scritto la storia non soltanto locale e in quelli successivi, sino a oggi. Guarderemo al domani, e contribuiremo a costruirlo, anche attraverso gli eventi di "Alba, Capitale della cultura d'impresa"». 



Non è andato tutto bene, ma torneremo in sella

«La speranza è che si sia pronti ad agire sugli eventuali focolai localizzati, senza dover di nuovo chiudere tutto, eventualità che temo sarebbe il colpo di grazia per il “sistema Paese”»

Claudio Puppione

Aldo Cazzullo è... Aldo Cazzullo, un nome e un cognome noti a milioni di italiani che lo apprezzano come firma di punta del “Corriere della Sera”, come frequente ospite dei principali talk show politici e come autore di saggi e di romanzi sempre destinati a diventare best-seller. I casi della vita hanno fatto sì che chi scrive, nel 1984-1985, abbia avuto la ventura di tenere a battesimo uno dei più autorevoli giornalisti del nostro Paese, commissionandogli i suoi primi articoli per il settimanale “Il Tanaro” e, dal 1986, per l’ebdomadario diocesano “Gazzetta d’Alba”. Ben presto egli spiccò il volo verso ben altri lidi professionali e oggi è senza dubbio uno dei punti di riferimento del mondo dell’informazione. Non per questo ha perso la disponibilità al confronto che lo caratterizza e, pertanto, si è volentieri prestato al colloquio che segue, imperniato sul periodo della quarantena e sugli effetti del Covid-19.

Aldo, che fine ha fatto l’“Andrà tutto bene” autoconsolatorio diffuso a piene mani all’inizio dell’emergenza sanitaria?

«Purtroppo non è andato tutto bene. Come Paese abbiamo avuto più di 35.000 morti, abbiamo commesso molti errori, ci siamo fatti trovare impreparati, non c’erano abbastanza mascherine, non è stato messo in sicurezza il personale sanitario, abbiamo trasformato molti ospedali in focolai, così come è accaduto in diverse residenze per anziani, non sono stati previsti i tamponi a tappeto, non si è proceduto a un tracciamento scientifico, non è stata istituita la zona rossa in Val Seriana. Chiudere indiscriminatamente a un certo punto è diventato necessario, ma forse invece si sarebbero dovute creare per tempo tante piccole zone rosse. E la ripartenza è stata un po’ alla cieca. Quindi davvero non è andato tutto bene».

Questo per l’aspetto sanitario. Ma il resto?

«Anche in questo caso non è detto che vada tutto bene,

anzi temo il contrario. La situazione economica è grave e non penso che il Governo in carica sia all’altezza».

Qualcosa buono l’avrà pur fatto l’Esecutivo guidato da Giuseppe Conte. O no?

«Il successo principale, indiscutibile, del Governo è l’aver evitato che il virus arrivasse nel centro-sud. Immaginiamo se a Roma, Napoli o Palermo il contagio e il numero dei decessi fossero stati ai livelli registrati in Lombardia. Ciò non annulla l’impreparazione di cui ho detto. La speranza è che, poiché sembra che la convivenza con il virus si protrarrà a lungo, si sia pronti ad agire sugli eventuali focolai localizzati, senza dover di nuovo chiudere tutto, eventualità che temo sarebbe il colpo di grazia per il “sistema Paese”».

Concordi con la considerazione che sia assai difficile trovare un qualcosa di positivo nell’azione governativa a proposito della scuola?

«Occorre essere chiari e dire, prima di tutto, che un Paese come l’Italia non può avere un ministro dell’Istruzione del calibro di Lucia Azzolina. Per la scuola fin dallo scoppio dell’emergenza è stata fatta molta confusione, diramando poi indicazioni contraddittorie sulla riapertura. Spero che, a settembre, le lezioni riprendano normalmente. Non si

Aldo Cazzullo, prima firma del “Corriere della Sera”, analizza il periodo dell’epidemia, tra luci e ombre di un Paese in cui la tragedia forse avrebbe potuto essere meno grave, ma che sa guardare al futuro



può pensare di sostituire la vita sociale con quella digitale».

E le Regioni?

«In Lombardia è stato un disastro, è innegabile. Sia il presidente, Attilio Fontana, che l'assessore Giulio Gallera hanno commesso sbagli gravissimi. Il Veneto, invece, se l'è cavata assai meglio, iniziando subito a fare i tamponi a tappeto, in particolare agli asintomatici. Per il Piemonte, da albese, mi piacerebbe considerarlo al livello del Veneto, però purtroppo così non è stato, a causa di tempi di reazione troppo lenti rispetto a quelli della giunta Zaia. Meglio della Lombardia, certo, ma le pecche sono state significative».

Torniamo alle frasi fatte che hanno imperversato: secondo qualcuno, l'epidemia potrebbe renderci "tutti migliori". Tu come la vedi?

«Una pia illusione. Sotto certi aspetti il Covid-19 ci ha reso ancor meno fiduciosi nel futuro di quanto fossimo prima. Va però sottolineato che è stato un periodo eroico. Si tende ad abusare di questo concetto, ma non è esagerato ricorrervi quando si parla di medici, infermieri, volontari del 118 e forze dell'ordine, ma anche di chi ha continuato a lavorare durante il lockdown, dai vigili del fuoco alle cassiere dei supermercati, dai rider ai nostri colleghi cronisti».

I mass media hanno esagerato con l'allarmismo?

«Credo che i mezzi d'informazione abbiano fatto il proprio lavoro. Poiché curo le pagine delle lettere del "Corriere", ho ricevuto messaggi nei quali si rimproverava ai giornali di parlare troppo

del virus. Ma... di cosa si sarebbero dovuti occupare, visto ciò che stava accadendo? È un evento che ha sconvolto le esistenze di tutti, ha seminato paura, ha cambiato l'economia e il mondo stesso: magari a volte possono esserci stati toni non appropriati, ma ribadisco che fra chi ha lavorato durante la pandemia, in condizioni non facili, a volte mettendo a rischio la salute, ci sono i reporter che non si sono mai fermati e hanno continuato a informare. Insomma, penso che possiamo essere orgogliosi per come si è comportata la nostra categoria professionale in settimane così speciali, benché tragiche, che resteranno per decenni nella memoria collettiva. A proposito: come si sono scritti libri sulle origini delle due guerre mondiali, bisognerà mettere mano a saggi che raccontino come è nata e come si è sviluppata questa emergenza sanitaria globale, in Italia e nel pianeta».

A un'informazione corretta non ha contribuito la confusione degli input arrivati da fonti ritenute autorevolissime, come l'Organizzazione mondiale della sanità (Oms)...

«Gli errori dell'Oms sono evidenti, dall'aver tardato a dichiarare la pandemia al non aver fatto chiarezza sull'uso delle mascherine, le quali si è poi capito diano un minimo di protezione, pur non garantendo l'immunità. La sensazione è che all'inizio abbiano detto che non servivano perché non ce n'erano abbastanza. E questo è un insegnamento: ogni Paese deve avere un'autonomia, un'indipendenza industriale, agricola, sanitaria. Quando si è in emergenza, come lo eravamo noi, ben vengano i

Il colloquio con il giornalista e saggista albese spazia dal nazionale agli aspetti globali dell'emergenza sanitaria, non senza dedicare uno sguardo affettuoso (e orgoglioso) al territorio locale

medici e gli aiuti cubani, cinesi, russi o albanesi, ma sorge qualche perplessità se, ad esempio, penso alla Spagna che non ne ha avuto bisogno».

A proposito di Russia, cosa pensi delle furibonde polemiche sulla missione inviata da Mosca, per il fatto che si trattava di medici militari, quindi secondo qualcuno di spie incuneatesi nel cuore della Nato?

«Quando si lanciano accuse, bisogna avere le prove. Parlando in generale, va però detto che la politica estera dei 5 Stelle appare abbastanza permeabile alle istanze di grandi potenze che non sono democrazie, come la Russia e la Cina, che, per carità, restano colossi con i quali dobbiamo avere buoni rapporti. Il tratto opaco nel M5S peraltro riguarda l'intera azione del Movimento che oggi, invece di un partito, appare una setta litigiosa che comunque ha ottenuto un terzo dei voti».

Come evolverà la situazione politica nazionale? Ci saranno elezioni anticipate? E all'orizzonte vi è un leader che possa prendere le briglie del potere con la speranza che si dimostri all'altezza di un impegno così difficile come quello di governare negli anni del post Covid-19?

«Se il Governo giallorosso passa l'estate, a votare non si andrà più, perché il 20 settembre è convocato il referendum confermativo del taglio dei parlamentari che, poiché passerà, obbligherà il Parlamento a predisporre una nuova legge elettorale. Nel frattempo si entrerà nel semestre bianco (gli ultimi sei mesi di Sergio Mattarella quale presidente della Repubblica, ndr) e dopo ci sarà l'elezione del nuovo Capo dello Stato. Pertanto arrivare al febbraio 2023, scadenza naturale della legislatura, secondo me sarà inevitabile. Questo non vuol affatto dire che Conte resti in sella sino a quella data. Penso si possa insediare un governo Draghi con una maggioranza un po' più ampia, che non vuol dire il classico "tutti insieme", di cui facciamo parte personalità importanti, cito ad esempio Colao e Cottarelli, e le prime linee dei partiti che al momento, invece, schierano le terze file».

► **Questi mesi hanno molto raffreddato l'atteggiamento degli italiani nei confronti dell'Unione europea. Tu come la vedi?**

«Credo che l'Ue abbia dato segnali importanti, sebbene sia aperta la discussione sull'entità e sulla tempistica del sostegno comunitario all'Italia, specie se si guarda alla "potenza di fuoco" dispiegata dagli Stati Uniti per supportare la propria economia. La Germania ha comunque accettato l'idea del debito comune e Angela Merkel deve decidere se vuole passare alla storia come statista tedesca o come la prima statista europea. In tal senso ha preso decisioni significative, come quando accolse i rifugiati siriani e, ora, aderendo al recovery fund. Peraltro ciò potrebbe mettere un po' di difficoltà i sovranisti di casa nostra».

Hai una grande competenza in politica internazionale: quali leader del vecchio continente si sono districati meglio durante la pandemia?

«Di recente a Madrid ho intervistato il premier spagnolo, Pedro Sánchez, che, malgrado conti su una maggioranza parlamentare risicata, ha dato buona prova di sé. Mi pare in seria difficoltà Emmanuel Macron che ha perso le elezioni europee

e il secondo turno delle municipali e ha un partito disarticolato, tuttavia per la corsa all'Eliseo non vedo concorrenti in grado di disarcionarlo, se non l'ex primo ministro Édouard Philippe. Non credo che Marine Le Pen diventerà mai presidente della Repubblica francese. Di Angela Merkel ho detto. Nel Regno Unito Boris Johnson ha rischiato molto sul piano della propria salute, ma conta sul cancelliere dello scacchiere (il ministro delle finanze, ndr), Rishi Sunak, il quale ha adottato provvedimenti molto apprezzati, come la riduzione dell'Iva per alberghi e ristoranti dal 20 al 5 per cento al fine di rilanciare il turismo».

La "Brexit" danneggerà di più gli inglesi o l'Ue?

«Di certo si complicherà la vita per i nostri giovani che vor-

ranno studiare o lavorare nel Regno Unito. Per tutto il resto... chi vivrà vedrà. Un dato sicuro è che il processo di unificazione europea senza gli inglesi potrà essere più semplice, sebbene si delinea il paradosso di un'Ue in cui si parlerà la lingua di un Paese che non ne farà parte».

Riportiamo lo sguardo al locale. Oltre a esserne originario, tu conosci bene il territorio provinciale cuneese. Qual è sensazione che hai in merito alla sua capacità di reagire alle conseguenze dell'emergenza sanitaria?

«Ci sono in Italia e nel mondo zone in cui certe cose, non si capisce bene per quale motivo, accadono con maggiore facilità. Faccio un esempio: Modena, città della Ferrari, di Vasco Rossi, di Luciano Pavarotti, del grande chef Massimo Bottura,



TOP FOUR.it



un concentrato di talenti e di creatività. Alba è uno di questi posti, non si sa il perché. Oscar Farinetti afferma sia una conseguenza del “marin” (il vento che spira dal mare, ndr), Angelo Gaja dice che il merito sia della nocciola da cui è nata la Nutella. Fatto sta che questa è la terra della “Ferrero”, del tartufo bianco, del vino, di “Eataly” e della “Miroglio”, ma anche di eccellenze culturali come Pinot Gallizio, Beppe Fenoglio, Cesare Pavese. Ora vi lavora un cuoco della genialità di Enrico Crippa. Oltre allo sviluppo industriale partito nel secondo dopoguerra, in meno di vent’anni Alba ha costruito da zero un modello turistico che funziona e coinvolge visitatori di qualità, stranieri, colti, attenti, disposti a spendere il giusto. Insomma, è un modello di cui essere fieri. Il Coronavirus per luoghi così attrattivi ha conseguenze assai pesanti, però sono battute d’arresto che potranno essere assorbite. Anche l’industria enologica sta soffrendo, a causa della prolungata chiusura delle attività di ristorazione. Ma il territorio ha le caratteristiche e le risorse, soprattutto umane, per risollevarsi in tempi brevi». 🍷

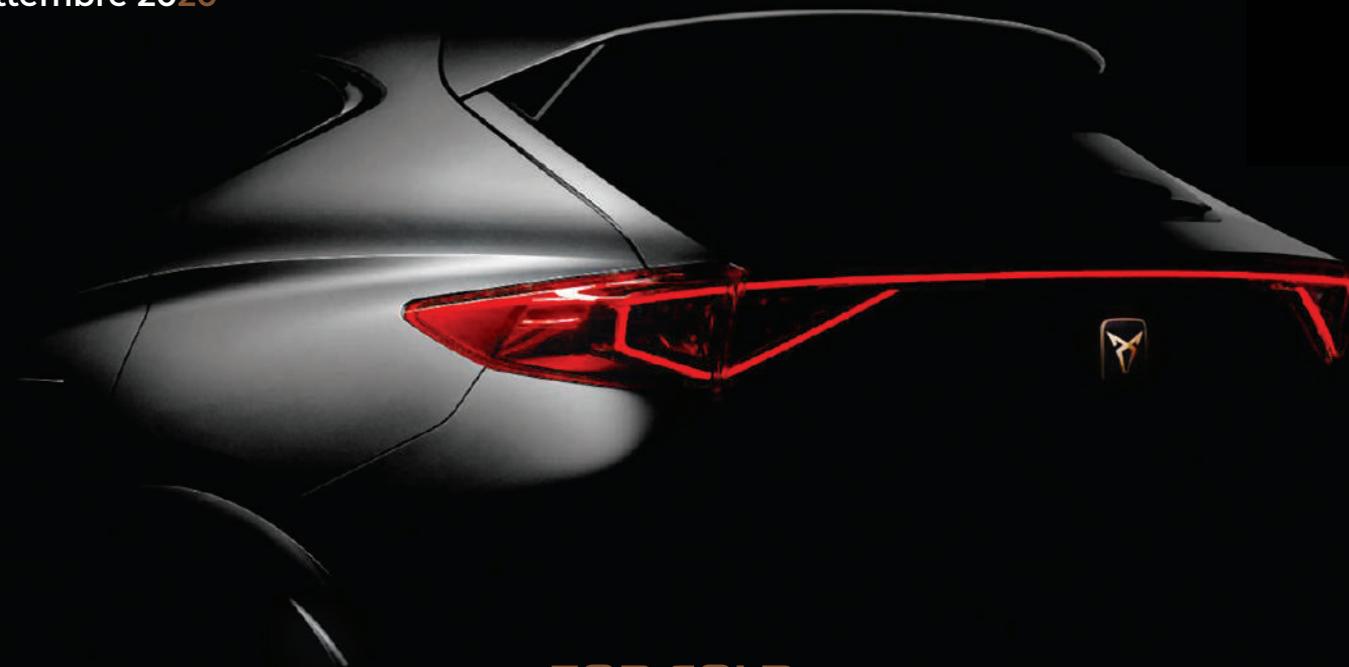


Il 15 settembre Mondadori manderà nelle librerie di tutta Italia il nuovo saggio di Aldo Cazzullo “A riveder le stelle-Dante il poeta che inventò l’Italia”.

Nel libro l’autore spiega perché il Sommo Poeta non è il padre soltanto della nostra lingua, bensì della stessa l’identità italiana, di un’idea di Italia che «non nasce dalla politica o dai campi di battaglia, ma dalla bellezza, dalla cultura, dagli affreschi di Giotto, dai versi di Dante».

A giugno lo stesso editore ha ripubblicato, con una nuova prefazione, il libro-intervista a Edgardo Sogno curato dal giornalista albeso “Testamento di un anticomunista-Dalla Resistenza al golpe bianco”. Nel 2020 ricorrono i vent’anni dalla morte di Sogno e della prima edizione del volume in cui il Conte raccontò di aver davvero cercato di preparare un colpo di Stato.

Settembre 2020



TOP FOUR.it



La grande bandiera virtuale di Egea “sventola” in tutta la penisola

È un'originale iniziativa quella della multiutility albese che arrivando anche in Sicilia lancia un messaggio di unità nazionale e di stimolo verso la ripartenza



Un'unica grande bandiera virtuale, la più grande realizzata con un gioco di luci e colori, ha avvolto e continua ad avvolgere tutto lo Stivale: partita dal Piemonte, passando per la Liguria e la Lombardia, l'iniziativa è arrivata anche in Sicilia, nelle località in cui il Gruppo Egea è maggiormente presente con i propri servizi. Ogni sera un tricolore di luce sventola simbolicamente sui monumenti e sui luoghi simbolo del Paese avvolgendo il cuore delle nostre città. Ancora una volta la multiutility del territorio non si è tirata indietro e ha collaborato alla realizzazione del progetto di luce e di buone energie. La ripresa ha ormai assunto contorni più concreti, quelli di una luce che, con il suo bagliore indica un traguardo chiaro e visibile a ciascuno, che porta proprio le forme e i colori della bandiera italiana.

Il tricolore di luce illumina i monumenti e i luoghi simbolo del nostro territorio e del Paese avvolgendo il cuore delle città grazie al progetto concretizzato da "Ardea", una società della multiutility albese



Mondovì

In queste pagine e in copertina, alcune delle decine di località della penisola i cui edifici simbolo sono stati illuminati dal Gruppo Egea con i colori della bandiera italiana a partire dai giorni dell'emergenza sanitaria. Il progetto, tecnicamente, è stato realizzato dalla società "Ardea" che fa parte della multiutility



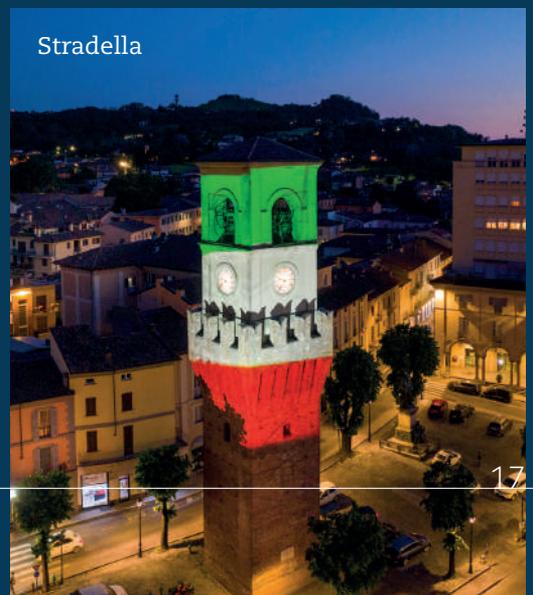
Canelli



Savigliano



Grinzane Cavour



Stradella

Il progetto, tecnicamente realizzato da “Ardea”, società del Gruppo Egea che si occupa di illuminazione pubblica, ha coinvolto Amministrazioni comunali e cittadinanza con l’obiettivo di lanciare un messaggio di fiducia e di speranza e alimentare i valori autentici della comunità.

Egea, nata e cresciuta ad Alba, oggi è in tutta Italia: sono oltre quaranta le cittadine coinvolte con installazioni luminose, realizzate in collaborazione con i Comuni e i territori, in un contesto di dialogo e sinergia. ☉



L'ingegner PierPaolo Carini, amministratore delegato del Gruppo Egea, società pubblico-privata che «si prefigge una crescita del sistema interconnesso che si può effettuare solo attraverso il dialogo sul territorio»

Un legame a doppio filo con il territorio testimoniato da atti concreti

L'emergenza sanitaria ha imposto alle nostre aziende metodi di lavoro differenti e velocità nel recepirli e metterli in pratica. Il Gruppo Egea non si è fatto trovare impreparato ed è riuscito a rispondere alle esigenze delle comunità, in primis garantendo la continuità dei servizi essenziali erogati, in secondo luogo e in alcuni casi, implementandoli, soprattutto presso i presidi sanitari del territorio; infine, mettendo a disposizione competenze e capacità d'innovazione. Ne è un esempio il servizio di sanificazione ecofriendly di luoghi pubblici e privati, erogato attraverso la sua società “Sisea” srl. La più grande sfida che la multiutility con sede ad Alba si è trovata ad affrontare è stata garantire quella rintracciabilità e quella trasparenza che da sempre sono valori essenziali di Egea, declinandoli nel nuovo servizio di “#sportelloacasa”, la videochiamata che permette di dialogare “faccia a faccia” con un’operatrice, per soddisfare le richieste di assistenza e di nuova contrattualità di luce, gas, acqua e teleriscaldamento.

Il Gruppo Egea non rinuncia in questo modo al contatto diretto con i clienti, anzi lo ren-

de ancora più comodo, confortevole e vicino. Questa vicinanza si è espressa concretamente posticipando, durante la fase più acuta dell'emergenza, il pagamento delle bollette dei principali servizi erogati.

E sempre concretamente Egea ha dimostrato condivisione con il territorio, sostenendo i Comuni (citiamo quelli di Alba, Bra, Fossano e Cherasco) ed erogando un contributo destinato, in molti casi, ad ambiti sociali come al supporto delle famiglie in difficoltà e all'Estate ragazzi consentendo di risparmiare sulle spese di organizzazione e sulle attività dedicate ai bambini e ai ragazzi che hanno dovuto rinunciare ai rapporti sociali.

«Quanto abbiamo vissuto in questi mesi di difficoltà e di emergenza», commenta l'ad, PierPaolo Carini, «ci ha fatto riscoprire il vero senso della comunità, del supporto reciproco, del sapersi ascoltare. Egea è una società pubblico-privata che si prefigge, da sempre, una crescita del sistema interconnesso che si può effettuare solo e unicamente attraverso il dialogo sul territorio. Un sistema che si basa sui valori della comunità stessa».





Serralunga d'Alba

Il colpo d'occhio offerto dal tricolore proiettato sugli edifici storici prescelti è sempre straordinario dal punto di vista scenografico, ma dà anche l'occasione di riflettere, oltre che sulla bellezza del nostro Paese, sul patrimonio di civiltà che dobbiamo essere in grado di trasmettere alle nuove generazioni



Cherasco



Acqui Terme



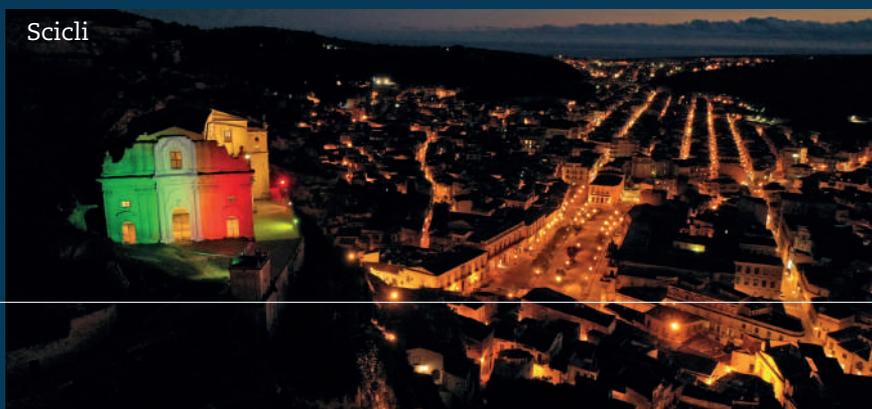
Asti



Loano



Pietra Ligure



Scicli



Ragusa

«C'è sempre un modo per superare i problemi»»

Giorgio Rolfo

in

Abbiamo chiesto a Giorgio Rolfo un ricordo del nonno omonimo, scomparso nelle scorse settimane, e abbiamo ricevuto un testo che rispecchia come meglio non si potrebbe il carisma di un uomo che per tutta la vita ha perseguito un obiettivo, un sogno molto concreto che ha contribuito alla crescita di un intero territorio. Come si legge in questo coinvolgente intervento, che parla anche di cuore, oltre che di genialità imprenditoriale, l'esistenza e l'esempio di Giorgio Rolfo sono ancor più importanti oggi, quando il Paese intero si trova ad affrontare un'emergenza mai verificatasi.

Per tutti era il commendatore Giorgio, patriarca di una famiglia di imprenditori, punto di inizio e riferimento di un'azienda fondata nel 1885 da suo nonno e divenuta industria nel dopoguerra quando, dopo la morte prematura del padre Antonio, lui e suo fratello Bernardo si trasformarono da carradori in carrozzieri.

Giorgio Rolfo ha concluso la sua vita terrena il 21 luglio alla veneranda età di 97 anni e ha lasciato un patrimonio umano e professionale che tanti hanno onorato e che rappresenta una grande eredità per tutta la sua famiglia.

Con la sua figura imponente, lo sguardo sornione che ti capiva prima che aprissi bocca, il carisma di uomo che aveva vissuto tante esperienze, da raccontare e tramandare, Giorgio Rolfo ha rappresentato per l'azienda e la famiglia un capitano coraggioso, un imprenditore infaticabile, ma sempre profondamente umano. Lui come altri industriali ha contribuito alla rinascita dell'Italia dopo la seconda guerra mondiale: il lavoro era la sua ragione di vita.

Simboleggiava per molti l'ultimo baluardo di quell'Italia del dopoguerra e del boom economico che con nostalgia tanti ancora guardano... e ambiscono.

L'incontro con Michele Ferrero gli aprì la strada alla costruzione dei primi furgoni e poi, seguendo il progresso nel settore dei trasporti, progettò le prime bisarche che oggi percorrono le strade dell'Europa e non solo.

I racconti nei giorni del cordoglio scorrono a fiumi... gli incontri con Giovanni (zio) prima e Michele Ferrero alla domenica mattina («Il giorno delle trattative, perché il resto della settimana si lavorava») per parlare di furgoni per portare il cioccolato... o ancora dell'incontro con Enzo Ferrari (all'inizio il rapporto era molto riservato, ma poi si finì a parlare di come si potevano scegliere gli uomini giusti in azienda e che era importante conoscerne la moglie per non sbagliare) o ancora i suoi memorabili "cicchè" (sgridate) in officina: attenzione, arrivava Gior... bisognava mettersi tutti in riga... non si scherzava.

Tanti racconti di un'Italia del boom, della voglia di fare, e delle possibilità, dei rapporti umani duri, ma veri e semplici. Con i figli diceva spesso «Fai come vuoi, ma sai come la penso...» e, quando affermava «Io ho le spalle larghe», dimostrava non superbia, bensì l'umiltà e la riservatezza dei signori di una volta che uscivano di casa sempre con giacca, cravatta e gilet, che si erano fatti da soli.

Conosceva personalmente tutti i dipendenti e loro gli chiedevano consigli, lo stimavano e in tanti lo hanno dimostrato nei giorni della veglia funebre. Sostenuto da una grande fede, ringraziava ogni giorno il Signore per le grazie ricevute e per la bella famiglia che aveva costruito con Rita, la compagna di vita per

più di 70 anni.

Amava tremendamente la vita resa piena, lunga e intensa con il pudore e la riservatezza tipica dei piemontesi, superando una malattia negli anni '80 che ancora oggi i dottori non sanno come.

Un uomo buono, un vero piemontese e cuneese, un imprenditore illuminato e geniale, rigoroso nei suoi principi, profondamente legato alla famiglia, all'azienda, fondamentale nella sua vita come l'aria, alla fede in Dio e all'amata Bra.

Ricorda un ex dipendente il suo dare la mano con un gesto ampio che partiva da lontano quasi a volerti simbolicamente abbracciare e trarre a sé ed era sempre accompagnato da un sorriso; la sua voglia di guardare avanti nella nebbia espressa in piemontese «se spetuma d'esi prunt fra des agn suma ancora si» che riassumeva la sua certezza che la sapienza sta nel lasciarsi condurre, dalla storia anche quando è ancora nebulosa nel significato.

Ancora negli ultimi anni scendeva

Giorgio Rolfo ha concluso la sua esperienza terrena a 97 anni, durante i quali ha mai cessato di essere un esempio di vita, oltre che di imprenditore alla guida dell'azienda fondata dal nonno



Il commendator Giorgio, deceduto il 21 luglio all'età di 97 anni, stringe la mano all'allora presidente del Consiglio dei ministri Aldo Moro, in visita nella Granda. Sotto: uno dei primi furgoni griffati "Ferrero" realizzati dalla "Rolfo" a Bra



#limpresacontinua

in guardiola (portineria) con il suo bastone che immancabilmente perdeva nei consueti giri.

Sì, perché lui in officina si perdeva tra i suoi camion e le sue persone... ringiovaniva di colpo a parlare delle amate bisarche. Dal sarto si era fatto fare un taschino nei pantaloni e aveva sempre il metro a portata di mano... di notte sognava progetti e misure e di giorno li metteva in pratica con non pochi grattacapi dei progettisti. Tanti sono i racconti di pensionati ed ex dipendenti, ma anche di professionisti che grazie a lui hanno aperto un'attività propria. «Lui era un grande. Lavoravo da lui, ma avevo un sogno nel cassetto... e mi disse: "Tu provaci e poi al massimo ritorni". Mi ha dato fiducia come un padre quel giorno, e me lo ricorderò per tutta la vita».

Nel discorso che ha scritto per i suoi 90 anni, ha lasciato un lucido e commovente testamento in cui

diceva: «Ho imparato che, per essere soddisfatti di se stessi ed essere felici, bisogna tenersi sempre occupati e, soprattutto, essere curiosi di tutto, amare il prossimo e il creato che Dio ci ha donato. Qualunque lavoro un uomo svolga, deve farlo con impegno e umiltà, avendo sempre fiducia nelle proprie capacità. Le situazioni che ho vissuto mi hanno insegnato che bisogna essere realisti, ma mai pessimisti. C'è sempre un modo per superare i problemi: dobbiamo crederci e impegnarci perché il nostro futuro sia migliore, i giovani possano costruirsi un avvenire e i vecchi possano un giorno lasciare questa vita contenti di quello che hanno realizzato».

Siamo sicuri che Giorgio Rolfo sia morto contento di quello che ha fatto in tanti anni di vita e di lavoro. Le sue parole risuonano profondamente attuali, in questo difficile momento storico per il nostro Paese. ©



In alto: Giorgio Rolfo accanto al presidente della Repubblica, Giuseppe Saragat, e altre autorità. Sopra: un allestimento per la scuderia "Ferrari" affidato all'azienda braidese dal "patron" dell'industria di Maranello. Sotto: l'imprenditore mancato poche settimane fa durante un'edizione della "Motorfest", manifestazione di grande richiamo organizzata sotto la Zizzola che ha sempre potuto contare anche sugli spazi messi a disposizione dalla "Rolfo", e ritratto nell'ampio piazzale dell'industria di cui per decenni è stato "capitano coraggioso" portandola alla ribalta nazionale



A hand is shown pointing towards the center of the image. In the center, there is a white forklift icon with orange wheels and a wireless signal icon above it. The background is a dark blue and grey digital interface with circular patterns and binary code (0s and 1s) scattered throughout. The overall theme is Industry 4.0 and digitalization.

Accendi il digitale. Con Jungheinrich è semplice.

Accedere agli incentivi "Industria 4.0" ora è più semplice con Jungheinrich: acquista un carrello predisposto per l'interconnessione e potrai beneficiare del credito d'imposta per gli investimenti effettuati entro il 31 dicembre 2020.

Per maggiori informazioni:
www.jungheinrich.it/industria40

 **JUNGHEINRICH**

È tempo di un “Patto della solidarietà” tra pubblico, business community e società civile

Le riflessioni di Giovanni Quaglia, presidente della Fondazione Crt e dell'Associazione delle Fondazioni di origine bancaria del Piemonte

Abbiamo davanti a noi una sfida colossale: aggredire una crisi che non è tanto sanitaria, quanto soprattutto sociale ed economica, perché mette a rischio la tenuta stessa del tessuto produttivo, culturale, civile dell'intero Piemonte

Giovanni Quaglia

«La maggiore gloria nella vita non è non cadere mai, ma rialzarsi ogni volta che si cade». Queste parole, tra le più celebri di Nelson Mandela, mi sono tornate più volte alla mente durante le settimane drammatiche del lockdown e, ancora adesso, superata in parte la fase emergenziale, credo possano essere un utile riferimento per affrontare con coraggio e determinazione la più grave crisi globale che abbiamo mai vissuto, costruendo insieme le condizioni perché il Paese possa

rialzarsi e andare avanti. Come riscontrano ogni giorno gli imprenditori del territorio, a partire da quelli con le proprie radici saldamente ancorate nel Cuneese, ma con la consueta capacità di guardare verso orizzonti lontani, ci troviamo davanti a una sfida colossale: aggredire una crisi che non è tanto sanitaria, quanto soprattutto sociale ed economica, perché mette a rischio la tenuta stessa del tessuto produttivo, culturale, civile dell'intero Piemonte.

Ma quale Piemonte? Come emerso appieno durante il lungo percorso di ascolto e confronto partecipato degli “Stati generali” della Fondazione Crt, accompagnati dalla lucida analisi sociologica del professor Aldo Bonomi, la nostra regione stava vivendo già prima dell'emergenza Covid-19 un profondo ripensamento delle proprie vocazioni tradizionali, nel tentativo di consolidare alcuni asset strategici: in particolare, le infrastrutture, il terziario – declinato in turismo, commercio, ristorazione, servizi – la cultura, la ricerca, il social impact, l'agroalimentare, i beni paesaggistici, l'artigianato di qualità, le attività educative e socio-assistenziali.

Entrati non senza affanno nella Fase 3, occorre sin da ora lavorare per la Fase 4 finalizzata a rilanciare concretamente il Piemonte, puntando su modelli innovativi di sviluppo sostenibile che richiedono – come ha ben scritto Luigi La Spina su “La Stampa” dell'8 maggio – un’“attenta e lungimirante revisione, sia degli obiettivi,



#l'impresa continua

sia degli strumenti”.

Abbiamo bisogno di un nuovo “ricominciamento” – termine caro a Mino Martinazzoli, indimenticato protagonista di tre decenni di vita politica e istituzionale italiana – inteso come trasformazione radicale sin dalle fondamenta, dai valori più profondi, dai territori che diventano essi stessi propulsori di percorsi di rigenerazione, rinascita, rinnovamento, all’insegna di una parola-chiave: osare. È questa l’attitudine che ha permesso di avviare la ricostruzione nell’Italia del dopoguerra, e che adesso può generare lo slancio necessario per rialzarci con prospettive reali di futuro.

E, pensando al futuro, non posso non sottolineare l’urgenza di una seconda parola-chiave: insieme. Una parola che mi riporta idealmente a quello che era stato il mio auspicio, oltre che il mio personale impegno davanti a circa un migliaio di stakeholder a conclusione dei già citati “Stati generali” della Fondazione Crt il 6 dicembre 2019: collaborare con le molteplici

realità territoriali per affrontare insieme le prossime sfide. Mai avrei pensato, allora, che ci saremmo trovati presto di fronte a sfide senza precedenti, tali da rendere quanto mai attuale l’aforisma dell’imprenditore e filantropo statunitense Henry Ford: «Trovarsi insieme è un inizio, restare insieme è un progresso, lavorare insieme è un successo».

Serve adesso un’azione di sistema, che coinvolga una molteplicità di attori e abbia una potenza di fuoco commisurata a un momento storico così cruciale. Tale percorso vede coinvolta attivamente Fondazione Crt nel suo ruolo filantropico di “agente di crescita e sviluppo”, terza fondazione di origine bancaria italiana per entità del patrimonio, con un monte complessivo di erogazioni pari a 1,9 miliardi di euro in 28 anni e oltre 40.000 interventi in tutti i Comuni piemontesi.

A questo impegno diretto della Fondazione si aggiunge quello mediato dai propri enti strumentali o collegati, veri “bracci operativi” in specifici campi: dalla Scialuppa Crt Onlus per prevenire il rischio usura tra le imprese, a Ream Sgr Spa, attiva in investimenti immobiliari che mixano la componente di reddito con la componente sociale, sino a Fondazione Sviluppo e Crescita Crt, ente senza fine di lucro focalizzato sull’impact investing. Va in questa direzione, ad esempio, la recentissima operazione di cartolarizzazione “Italianonsiferma”, che abbiamo avviato in partnership con Banca Generali, Credimi e Finpiemonte per “liberare” 40 milioni di euro, provenienti dal risparmio privato, a favore delle real-

tà produttive locali che fanno più fatica ad accedere ai canali creditizi tradizionali, affinché possano disporre rapidamente della liquidità necessaria per continuare a operare anche dopo il Covid-19.

Nella sola provincia di Cuneo, abbiamo stimato che potrebbero rivolgersi a questo servizio di finanziamento digitale oltre 15.000 Pmi, circa un terzo del totale.

Più in generale, tutte le undici Fondazioni piemontesi, riunite nell’Associazione che ho l’onore di presiedere, sentono di dover e poter svolgere oggi una funzione ancora più strategica rispetto al tradizionale sostegno al territorio, giocando un ruolo chiave nel guidare il cambiamento attorno ai valori dell’integrazione, dell’inclusione, della sostenibilità, dell’innovazione. Un’azione che rimanda all’identità storica delle Fondazioni quali “soggetti dell’organizzazione delle libertà sociali”, capaci di mettere a disposizione della collettività un patrimonio unico di risorse, know-how, competenze e reti per



Giovanni Quaglia, presidente Fondazione Crt e presidente dell’Associazione delle Fondazioni di origine bancaria del Piemonte [Foto: Michele D’Ottavio]

“
Occorre un nuovo “ricominciamento”, inteso come trasformazione radicale sin dalle fondamenta, dai valori più profondi, dai territori che diventano essi stessi propulsori di percorsi di rigenerazione, rinascita, rinnovamento, all’insegna di una parola-chiave: osare

riprogettare il domani, non certo in sostituzione ma, come aiuto-registi, al fianco delle istituzioni elettive: gli enti locali, le Regioni e la stessa Unione Europea, chiamata, come mai prima d'ora, a superare diffidenze e particolarismi e a dare prova di unità, compattezza e capacità di visione per salvaguardare le fondamenta stesse della "casa comune".

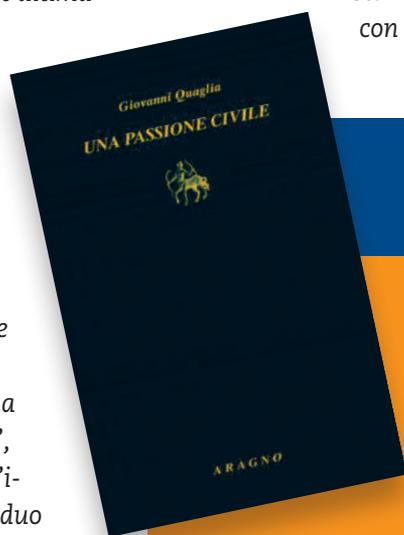
Accanto alle Fondazioni e alle istituzioni elettive, anche le rinnovate realtà del Terzo Settore, gli ordini professionali, le università, il mondo della ricerca, delle imprese, del credito, possono governare insieme i processi di crescita, sviluppo e coesione nella Comunità. Quest'ultima rappresenta – per usare la felice espressione dell'economista indiano Raghuram Rajan – il "terzo pilastro" della società, accanto allo Stato e al mercato: ne fanno parte i corpi intermedi come, appunto, le Fondazioni, "figure del noi sociale", aperte alla dimensione non dell'"io", ma del "noi" e del "noi insieme", capaci di portare avanti un'idea di società in cui l'individuo è una persona e la comunità è al centro, e prendendosi cura del bene comune, che è indivisibile perché è di tutti e di ciascuno, e coinvolge anche le generazioni future, come ricorda Papa Francesco nell'enciclica "Laudato si'". È tempo dunque di un "Patto della solidarietà" tra pubblico, business community e società civile organizzata attraverso i suoi molteplici corpi intermedi: una vera e propria fase costituente per un sistema socio-economico-finanziario fondato su una diffusa e positiva cultura "molecolare" della responsabilità, in cui ciascuno deve assumersene una parte affinché il necessario

incremento della competitività si accompagni al doveroso miglioramento delle condizioni di benessere e dignità per tutti i cittadini, creando quello che Michael Porter e Mark Kramer chiamano "shared value", valore condiviso.

L'onda recente di un neo-umanesimo dell'economia, partita inaspettatamente dagli Stati Uniti – come dimostrano le sollecitazioni per un diverso equilibrio tra business e società provenienti dal Ceo di BlackRock e dall'Associazione Business Roundtable, che riunisce i "numeri uno" di 200 grandi aziende americane – è approdata anche in Italia, con l'introduzione nel Codice di autodisciplina per le società quotate del concetto di "successo sostenibile". Quest'ultimo si sostanzia nella creazione di valore nel lungo termine, tenendo conto degli interessi di tutti gli stakeholder rilevanti, nel solco di quella che l'economista Stefano Zamagni chiama "responsabilità sociale e civile d'impresa": una visione più ampia di stampo olivettiano, interiorizzata con lungimiranza da diverse realtà

imprenditoriali del Cuneese, nella consapevolezza che l'azienda cresce di più e meglio se crea benessere per il territorio e per la comunità di riferimento in cui è inserita.

In sintesi, solo una strategia di sviluppo realmente coinvolgente, capace di attivare competenze, coraggio e capitali "pazienti" per l'innovazione sociale in ogni ambito – impresa, lavoro, istruzione, cultura, welfare, ricerca, ambiente e green economy – può far germogliare in tutti, a partire dai giovani, la fiducia, la speranza, la voglia di continuare a credere e di scommettere, nonostante tutto, in un futuro migliore, per conseguire, insieme, anche con l'apporto delle Fondazioni, il bene comune. ☺



Decenni di autentica passione civile

Giovanni Quaglia, presidente della Provincia di Cuneo dal 1988 al 2004, è docente di economia e direzione delle imprese presso il Dipartimento di management dell'Università di Torino, giornalista pubblicitario e revisore contabile. Presiede la Fondazione Crt, l'Associazione delle Fondazioni di origine bancaria piemontesi e Ream Sgr Spa. È componente del Consiglio d'amministrazione e del Comitato esecutivo dell'Acri.

In campo amministrativo è stato anche sindaco di Genola e consigliere regionale del Piemonte. Ha all'attivo la presidenza o il ruolo di amministratore e sindaco di società, quotate e no, e di associazioni culturali e di promozione territoriale.

È autore di numerose pubblicazioni. Edito da Nino Aragno, il libro "Una passione civile", dopo l'introduzione di Marco Revelli, presenta una raccolta di scritti, discorsi e riflessioni che hanno accompagnato i vari momenti di impegno politico, amministrativo, formativo e sociale di Giovanni Quaglia. La pubblicazione si articola in tre capitoli che aggregano i vari interventi attorno a specifiche tematiche ("Valori culturali e territoriali"; "Società, etica e finanza"; "Nuovi attori del tessuto sociale"). Esse invitano a guardare al futuro, ripartendo dalle comunità e dai territori, con speranza e nella consapevolezza che, nonostante tutte le paure, le divisioni e le contrapposizioni, esistono realtà e comportamenti virtuosi, esempi di altruismo e solidarietà, aggregazioni sociali impegnate per il bene comune e capaci di lavorare insieme con entusiasmo e passione civile.

La selezione di interventi, discorsi e testi è stata data alle stampe mesi prima dello scoppio dell'emergenza sanitaria, ma il Covid-19 ne rende ancor più pregnante l'attualità, offrendo spunti di riflessione utili a chiunque voglia ragionare pensando in positivo e nella convinzione che una strada verso la rinascita esista sempre e la si possa imboccare anche in tempi bui.



Protezione su misura

per la tua casa, la tua azienda
e la tua città

ANTIFURTI • ANTINTRUSIONE • VIDEOSORVEGLIANZA
ANTITACCHEGGIO • PORTE AUTOMATICHE
PORTE BLINDATE • CASSEFORTI • ANTINCENDIO

Le montagne di Cuneo più accoglienti di prima

in

Con il sostegno di Confindustria Cuneo e dell'Ente camerale, con il patrocinio della Provincia e con la collaborazione dell'Atl del Cuneese e dei gestori delle stazioni di sci del cuneese, l'associazione guidata da Roberto Gosso presenta numerosi servizi rivolti agli appassionati delle vallate alpine e degli sport sulla neve

Maria Giacosa

La quarantena che ha colpito il settore turistico in tutta la penisola non ha risparmiato le vallate alpine della Granda, ma non si è perso tempo nelle recriminazioni, approfittando del lockdown per varare un ampio piano di subito messo in attuazione

Il 9 marzo 2020 tutte le stazioni sciistiche del cuneese chiudevano per l'emergenza coronavirus. Un provvedimento regionale, definito dai gestori «di responsabilità e solidarietà», disponeva la temporanea chiusura degli impianti, metà di tanti sciatori nei fine settimana di inizio anno, si era ancora in piena alta stagione.

Oltre quattro mesi dopo l'inizio della quarantena, i cui effetti sul turismo sono stati pesantissimi in ogni angolo della penisola, nelle vallate alpine cuneesi è stata organizzata la ripartenza, preparando anche l'offerta per il prossimo inverno, con molta determinazione e la ferma intenzione di non mollare al fine di recuperare al più presto il terreno perso.

Il marchio "Cuneo Neve" è nato per offrire a tutti coloro i quali amano la montagna un panorama completo delle stazioni sciistiche della provincia Granda, dall'appendice più occidentale fino al Monviso. Con il sostegno di Confindustria Cuneo e della Camera di Commercio Industria ed Artigianato della provincia di Cuneo e con il patrocinio della Provincia e la collaborazione dell'Atl del Cuneese e dei gestori delle stazioni di sci del cuneese, "Cuneo Neve" presenta numerosi servizi rivolti ad appassionati di sci e principianti.

Per gli amanti della montagna in inverno la "Cuneo Neve card" consente ai titolari di ottenere uno sconto sul prezzo dello skipass ed è valida in tutte le stazioni sciistiche che afferiscono all'associazione. I monti e le valli del cuneese, tuttavia, lasciano meravigliati anche in estate ed è a questa stagione che, nelle settimane della ripartenza post Covid-19,

si guarda in modo particolare. A raccontarci l'associazione è il suo presidente, Roberto Gosso.

Signor Gosso, quali sono le stazioni sciistiche della Granda affiliate a "Cuneo Neve"?

«Sono stazioni legate allo sci alpino che seguono l'arco alpino che delimita la provincia, a partire da Garessio 2000, la più vicina alla Liguria, fino ad arrivare a Rucaski di Bagnolo Piemonte, alle porte del pinerolese. Si tratta di Artesina, Crissolo-Pian della Regina, Entracque, Frabosaski, Garessio 2000, Limone Piemonte, Lurisia Monte Pigna, Pian Munè, Pontechianale, Prato Nevoso, Rucaski, Sampeyre, Sangiacomo/Cardini Ski, Viola St-Grée».

Quali servizi offrite alle stazioni?

«I servizi offerti da "Cuneo Neve" sono di coordinamento nella gestione degli impianti a fune, nella normale amministrazione, nel supporto per la partecipazione a finanziamenti di competenza regionale e

#l'impresacontinua



Il presidente di "Cuneo Neve", Roberto Gosso (ritratto qui a fianco) ha commentato a proposito dell'accordo raggiunto con Marta Bassino (occasione nella quale è stata scattata l'immagine a sinistra): «È la prima italiana a essere salita sul podio di Coppa del mondo in cinque discipline e ormai fa parte del ristretto novero delle sciatrici grandi campionesse internazionali. Per noi è motivo di orgoglio, perché Marta ha iniziato a sciare sulle piste delle stazioni aderenti a "Cuneo Neve" ed è qui che continua ad allenarsi»

Le proposte per i mesi estivi sono tante e accattivanti: fanno parte del pacchetto con il quale "Cuneo Neve" intende puntare anche sulla stagione invernale. Intanto, a fianco dell'Atl del Cuneese e all'Ente Gestione Aree Protette delle Alpi Marittime, ha varato un piano di promozione turistica che ruota intorno a un nome "di casa" dal grande impatto mediatico

non. Si offre anche appoggio a livello tecnico per le società: di recente abbiamo organizzato corsi per l'individuazione dei Rspp (Responsabili del servizio di protezione e prevenzione, incaricati di gestire la sicurezza a largo spettro). Ovviamente, considerato il momento che stiamo vivendo, le lezioni sono state coordinate mediante un webinar on-line gestito da Confindustria Cuneo. Abbiamo in progetto altri corsi di formazione per il futuro. Un tema rilevante, che andrà certamente approfondito, è quello della gestione fiscale che, a partire dal 2021, necessiterà di una riorganizzazione delle biglietterie, in particolare nelle microstazioni. Per quanto riguarda l'apertura estiva, attiva in

molte stazioni della Granda, abbiamo messo a disposizione le nostre competenze per riaprire in sicurezza, nel rispetto dei disciplinari e delle norme attuate a seguito della pandemia».

Come si è svolta e come sta proseguendo l'apertura estiva in Granda?

«Le nostre stazioni sono partite con grinta: avevano voglia di ricominciare. La montagna, in un momento di emergenza sanitaria come quello che stiamo vivendo, offre molti vantaggi ed è una mèta ambita. Le nostre seggiovie offrono un buon servizio sia per chi le utilizzi come mezzo per gite in alta quota, sia per gli appassionati di downhill o mountain bike (in particolare a Viola San Grée, San Giacomo di Roburent, Pratonevoso e Limone). Soprattutto nell'area del Monviso le seggiovie sono a disposizione dei turisti come servizio navetta per chi voglia passeggiare o frequentare le

baite. Al momento, per ovvi e prevedibili motivi che cercheremo di superare con l'opera di promozione del territorio, confidando nel superamento della crisi sanitaria, si sente la mancanza degli stranieri, in compenso gli italiani si muovono verso la montagna».

Un valore aggiunto alla prossima stagione sarà certamente la partnership con la campionessa di sci alpino Marta Bassino: com'è nato questo progetto che coinvolge l'Atl del Cuneese, l'Ente Aree Protette Alpi Marittime e "Cuneo Neve"?

«L'idea è nata in pieno lockdown, quale mese fa, e si è concretizzata da poche settimane. In sinergia con l'Atl del Cuneese abbiamo ritenuto opportuno e importante, oltre che un bel segnale per il territorio, contattare Marta Bassino affinché diventasse una nuova testimonial per la promozione turistica delle vallate alpine cuneesi. Non possiamo lasciarci sfuggire l'immagine dei nostri atleti migliori e senza dubbio Marta Bassino rappresenta un'atleta di riferimento ad altissimo livello: il nostro accordo era oserei dire dovuto,

La campionessa, prima sciatrice italiana nella storia a vantare una "top-3" in Coppa del mondo in cinque discipline diverse, è legatissima alla sua terra d'origine e ne dà l'ennesima dimostrazione



dal momento che lo sci alpino rappresenta la disciplina regina per le nostre montagne e lei eccelle in questo sport a livello internazionale».

Come vi preparate ad affrontare la stagione invernale 2020-2021?

«Cercheremo in particolare di essere vicini alle stazioni augurandoci di superare insieme il momento difficile innescato dalla pandemia. In assenza di un vaccino dovremo essere pronti ad affrontare l'inverno con il virus probabilmente ancora presente: l'obiettivo è quello di garantire sport in sicurezza nelle stazioni grandi come in quelle più piccole. "Cuneo Neve" offrirà supporto e linee guida che agevolino i gestori. Molto preziosa per noi è la collaborazione con Arpiet (Associazione regionale piemontese delle imprese esercenti trasporto a fune) e con Anef (Associazione nazionale esercenti funiviari), l'associazione di categoria di Confindustria riservata alle aziende esercenti gli impianti di trasporto funiviario a prevalente vocazione turistica. Il Consiglio d'amministrazione di "Cuneo Neve" conta tre rappresentanti in Arpiet: Massimo Rulfi, vicepresidente, gestore della stazione FrabosaSki, Antonella Zanotti, amministratore delegato della Lift di Limone, e Gianluca Oliva, amministratore delegato di Prato Nevoso. Inoltre Oliva da poco è stato delegato come rappresentante di "Cuneo Neve" in Anef. Fa parte dei tre "portavoce" del Piemonte, il che costituisce un importante riconoscimento per il nostro sistema provinciale». ©



Marta Bassino fotografata da Damilo Nicotto

Marta Bassino, testimonial con il cuore

Marta Bassino nasce a Cuneo il 27 febbraio 1996. Da sempre risiede nel comune limitrofo di Borgo San Dalmazzo.

Viene al mondo in una famiglia votata alla montagna e agli sport invernali, ma in casa Bassino lo sport, innanzitutto, è divertimento.

È con questo spirito che, già all'età di 2 anni, Marta inizia a prendere confidenza con sci di plastica nel giardino di casa e, in seguito, sulle nevi di Limone Piemonte.

Proprio negli sci club del cuneese Marta perfeziona il proprio talento: dal 2001 al 2003 milita nello Sc Lurisia, poi fino al 2011 nello Sc Val Vermenagna.

Arrivano quindi le prime gare e le prime vittorie, ai trofei "Topolino" e "Pinocchio" di slalom gigante (sia nella fase nazionale che in quella internazionale), al Gran Premio Giovanissimi (competizione specifica per atleti tra 9 e 12 anni organizzata dall'organizzata dall'Amsi-Associazione Maestri Sci Italiani) e all'"Uovo d'oro" (gara internazionale di slalom gigante per le categorie "children" e "pulcini" organizzata sulle nevi del Sestriere, che si aggiudica per ben sette volte nelle varie divisioni).

Dopo una scalata al successo strepitosa, il 30 novembre 2019 nel gigante di Killington (Vermont, Usa) arriva la prima vittoria nel massimo circuito che fa da preludio a un prosieguo trionfale, in cui Marta va a podio in combinata, parallelo, superG e discesa libera, il che fa di lei la prima sciatrice italiana nella storia a poter vantare una "top-3" in Coppa del mondo in cinque discipline diverse.

Lunedì 6 luglio è stato ufficializzato il progetto di promozione turistica che la vede protagonista insieme all'Atl del Cuneese, a "Cuneo Neve" e all'Ente Gestione Aree Protette delle Alpi Marittime.

«Per me è molto importante questa collaborazione, nata in un momento complicato come quello del lockdown, ma che mi rende molto felice», ha spiegato Marta Bassino.

«Sento questo progetto molto mio poiché "Cuneo Neve" rappresenta le piste su cui ho imparato a sciare e sono cresciuta. Sento questo territorio come casa. Si tratta di una collaborazione molto bella che porto nel cuore».

“SISTEMA ITALIA”:

la sinergia fra Gruppo Merlo ed Esercito



Silvia Merlo e Amilcare Merlo con il generale di Divisione Ignazio Gamba (di spalle, a sinistra) e il generale di brigata Davide Scalabrin (di spalle, a destra)

Elena Bottini

At Cervasca il Cfrm ha ospitato attività addestrative sinergiche, finalizzate a incrementare le capacità di assetti logistici e operativi, civili o militari, con orientamento al loro uso nell'ambito di operazioni di supporto al territorio. È sta per essere realizzata la pista per la scuola guida sui mezzi militari più avanzati

Sotto l'egida di “Sistema Italia” nei mesi scorsi si è sviluppata una proficua collaborazione fra il personale del Gruppo Merlo e l'Esercito Italiano nelle aree di addestramento e sui percorsi fuoristrada del Centro formazione e ricerca Merlo (Cfrm) di Cervasca. È un'utile esperienza che ha permesso di verificare dal punto di vista pratico e operativo la fattibilità di impiego sinergico di mezzi e professionisti civili e militari in ipotesi di esigenze operative (calamità naturali, interventi di soccorso, ecc.) che possano trarre vantaggio da un intervento con-

giunto. Sono state testate le possibilità di dialogo e di comprensione tra le due componenti e si sono focalizzati gli interventi sulle necessarie azioni sinergiche. Da questa originale collaborazione è nato un coinvolgente filmato, presentato ufficialmente durante un evento organizzato presso la sede aziendale. Oltre alle autorità civili sono intervenuti i vertici dell'Esercito Italiano, rappresentato dal generale di divisione Ignazio Gamba (vicecomandante delle Truppe alpine), dal generale Davide Scalabrin (coman-

#limpresacontinua

dante della Brigata alpina “Taurinense”), dal colonnello Andrea Mulciri (Comandante del Comando militare Esercito Piemonte), dal tenente colonnello Antonio Iammarrone (ufficiale addetto Sezione Pi/Pr info pubblico del Comando militare Esercito Piemonte) e dal colonnello Marcello Orsi (comandante del 2° Reggimento alpini di stanza presso la caserma “Ignazio Vian” di San Rocco Castagnaretta). Il videodocumentario “Sistema Italia” racconta attraverso contributi narrativi, intervallati da momenti dinamici, il percorso di collaborazione tra il Gruppo Merlo e l'Esercito Italiano (il video integrale è visibile sul sito www.cfrm.it e sul canale YouTube “Cfrm Merlo”, oltre che tramite il codice Qr riportato in questa pagina). La comunità di intenti si è andata concretizzando negli ultimi due anni con la conduzione di attività addestrative sinergiche, finalizzate a incrementare le capacità di determinati assetti logistici e operativi, siano essi civili o militari, con orientamento al loro uso nell'ambito di operazioni di supporto al territorio. Il cavaliere del lavoro Amilcare Merlo, presidente del Gruppo Merlo, ha sottolineato l'importanza delle collaborazioni intraprese, propedeutiche allo sviluppo di nuove e interessanti attività, anche di sviluppo tecnologico, con le Forze armate e ha evidenziato le importanti sinergie create grazie alla disponibilità e alla lungimiranza del Comando delle Truppe alpine e della Brigata alpina “Taurinense” che hanno condiviso con il Gruppo

Merlo un progetto innovativo e aperto a scenari addestrativi nuovi nell'ottica di migliorare l'efficacia negli interventi umanitari e di soccorso in caso di calamità.

Paolo Peretti, direttore del Cfrm, ribadendo l'importanza di tale interoperabilità, ha sottolineato lo spirito costruttivo di “Sistema Italia” e l'importanza di condividerne le logiche soprattutto alla luce della reciproca stima che lega la collettività e l'Esercito nell'hashtag #DIPIÙINSIEME, elaborato dal Capo di Stato maggiore dell'Esercito, generale di Corpo d'armata Salvatore Farina.

A chiusura dell'evento il generale di divisione Ignazio Gamba e le altre autorità presenti sono entrati in un'area del Cfrm in via di perfezionamento dedicata alla guida fuoristrada, la quale, oltre che per le prove e i test delle macchine Merlo, sarà messa a disposizione anche dell'Esercito per la scuola guida.

Con la consulenza dei tec-

nici militari si sta ultimando la realizzazione di impegnativi percorsi sterrati, sconnessi e rampe realizzate con inclinazioni tali da raggiungere pendenze longitudinali e trasversali al limite della stabilità dei veicoli. Questi apprestamenti permetteranno di perfezionare l'addestramento del personale militare, consentendo ai conduttori di apprendere le tecniche di guida necessarie per gestire il veicolo tattico

leggero multiruolo (Vtlm) “Lince” e il veicolo multiruolo (Vm) 90-T, così come previsto dai relativi manuali tecnici. ©



Sotto, da sinistra: Andrea Merlo, il sindaco di Cuneo e presidente della Provincia, Federico Borgna, Paolo Merlo, il generale Ignazio Gamba, Amilcare Merlo, Silvia Merlo e Paolo Peretti



Gruppo Merlo

Al lavoro con l'entusiasmo di sempre

in

Un accordo con Intesa Sanpaolo garantirà la liquidità alle Pmi della filiera



Fabio Rubero

«La salute e il benessere del personale interno e dei collaboratori è di prioritaria importanza». Sono le parole attraverso le quali lo scorso 13 marzo la Merlo spa di San Defendente di Cervasca annunciava che dal giorno successivo l'azienda sarebbe rimasta chiusa a causa dell'emergenza sanitaria che in quei giorni viveva il momento più acuto. A qualche mese

di distanza, di ciò che sono stati quei giorni e degli strascichi che questi hanno lasciato, abbiamo parlato con Silvia Merlo, amministratore delegato della multinazionale cuneese che ci ha raccontato anche dell'accordo di collaborazione innovativa, sottoscritto con Intesa Sanpaolo nell'ambito del "Programma Filiera", per l'accesso al credito delle aziende fornitrici e dei dealer legati al Gruppo Merlo. Il progetto nasce dalla comune sensibilità di due tra i più importanti attori del territorio e si pone l'obiettivo di sostenere le piccole e medio imprese legate alla filiera in un momento di difficoltà generato dall'emergenza Covid-19. Ne beneficeranno circa 500 aziende fornitrici e 130 rivenditori distribuiti su tutto il territorio nazionale.

Dottoressa Merlo, come ha vissuto una grande azienda come la vostra la fase del lockdown?

«Anzitutto mi preme sottolineare come per la nostra azienda, storicamente, la difesa e la tutela del nostro patrimonio più grande, ovvero le persone, rappresentino un'autentica stella polare. In quest'ottica, proprio per tutelare i dipendenti, abbiamo autonomamente deciso di chiudere la parte produttiva dell'azienda, mantenendo comunque lo smart working per gli impiegati, e siamo molto felici di averlo fatto. È stata una fase in cui abbiamo comunque continuato a lavorare molto sull'ottimizzazione dei processi aziendali in conseguenza della nuova situazione, oltre a portare avanti una serie di programmi di crescita. Ci sono state molta progettualità, molta strategia; in quelle settimane abbiamo lavorato sui nuovi prodotti, insomma non è stato affatto un periodo "perso"».

Come è andata la successiva riapertura della produzione?

«Era un momento in cui vi era ancora grande confusione su cosa fosse meglio fare. Nel dubbio, sempre nell'ottica di salvaguardare la salute dei nostri dipendenti, abbiamo provveduto a sottoporre al test sierologico e a eventuale tampone tutti loro. Questa attività ha fatto sì che un paio di persone, positive al tampone, non siano rientrate in azienda evitando così la nascita di focolai. Siamo ripartiti con l'entusiasmo di prima adeguandoci alle norme diverse, ma è il grande lavoro fatto a livello organizzativo che ha fatto sì che molto presto la produzione tornasse a pieno regime».

Silvia Merlo, Ad della multinazionale cuneese, racconta i giorni del lockdown vissuti dall'azienda. Con una convinzione: «Anche dai momenti più difficili è possibile trarre qualcosa di positivo»



Quali sono gli ingredienti della vostra ripartenza?

«Credo che in situazioni come queste sia utile compattare i ranghi e cercare di ripartire con entusiasmo, forza di volontà, credendoci fortemente per se stessi e per gli altri. Uno dei nostri primi pensieri è stato quello di avere la consapevolezza di essere al centro di una sorta di "ecosistema" fatto di molte aziende (clienti e fornitori) che ruotano intorno a noi: dovevamo farcela anche per loro».

Quali conseguenze operative e strategiche ha comportato e comporta l'emergenza sanitaria tuttora in corso?

«Sicuramente un considerevole aumento dei costi perché sola-

mente per essere in linea con le attuali normative è stato necessario spendere ingenti somme. Ma, ribadisco, continuiamo a essere convinti che investire nella sicurezza delle persone rimanga il modo migliore di impiegare il proprio denaro. Per contro i nostri dipendenti si sono dimostrati sempre molto collaborativi, tanto che oggi in azienda tutto funziona perfettamente: ingressi scaglionati, mascherine sempre indossate, gel igienizzante in ogni postazione, ecc. Facciamo tutto ciò che è nelle nostre possibilità perché chi viene in azienda sappia di trovare un ambiente controllato nel quale possa percepire attenzione nei suoi confronti».

Cosa significa per un'azienda che lavora quotidianamente con interlocutori di ogni angolo del pianeta vivere un momento storico nel quale mai sono stati così difficili gli spostamenti da uno Stato all'altro?

«Il nostro mondo professionale tutto sommato non si è mai fermato. Ci sono stati rallentamenti e difficoltà anche nelle spedizioni, soprattutto nel lockdown, dal punto di vista logistico, perché i mezzi faticavano a oltrepassare i confini. Oggi siamo tornati a una situazione più fluida e più gestibile. Rispetto a prima mancano i contatti che c'erano, mancano le relazioni, che prima erano affidate a contatti personali. Mancano le trasferte, i convegni, gli eventi, le fiere, per noi da sempre importantissimi. Ma abbiamo imparato a lavorare con le videoconferenze, a condividere i dati con i potenti strumenti informatici che abbiamo a disposizione e questo ci ha insegnato che anche dai momenti più difficili è possibile trarre qualcosa di positivo».

La fiducia di un gruppo importante come Intesa Sanpaolo non può non rappresentare un'enorme iniezione di fiducia per voi e per i vostri partner. Quanto vi inorgoglisce? In cosa consiste nel dettaglio questo accordo?

«Ci inorgoglisce parecchio, ma soprattutto consente alle aziende facenti parte della nostra filiera di avere le stesse condizioni che un istituto bancario così importante concederebbe al cliente Merlo. È una convenzione che, oltre a portare enormi vantaggi alle aziende che lavorano con noi, per noi significa soprattutto poter dire loro "ci prendiamo cura di voi"». ☺

Una fase dei test addestrativi presso il Cfrn di Cervasca, i quali consentono lo sviluppo di abilità non realizzabili in normali contesti, ha riguardato la discesa in corda doppia di due operatori di Squadra Soccorso Alpino Militare (Ssam), di recente istituzione nell'ambito delle Truppe alpine, da una piattaforma aerea portapersona su sollevatore telescopico Merlo, posizionata a circa 30 metri d'altezza (si veda l'articolo nelle pagine precedenti)





Alberto Prieri

Durante la quarantena la capillarità dell'informazione, la capacità di arrivare a ogni manager, a ogni impiegato, a ogni operaio (anche quelli con contratti di somministrazione) è stata la carta vincente, preparando la strada al rientro vero e proprio, quasi un allenamento alla nuova normalità

Consigli su come organizzare il proprio "ufficio" in casa, su quali esercizi yoga fare per scaricare la tensione, su quali libri leggere per ricaricarsi. No, non è il contenuto di una nuova rivista estiva, ma quanto è apparso nella newsletter periodica che Alstom (nello stabilimento di Savigliano e in negli altri del gruppo) ha diffuso tra tutti i dipendenti nel periodo del lockdown.

Una strategia studiata insieme da Mara Migliaccio, direttore Ehs Alstom Italia (il settore "environment, health and safety (Hse)", cioè ambiente, salute e sicurezza) e Manuela Bozzolan, responsabile della comunicazione.

«Questi contenuti "alternativi" hanno affiancato, e a volte sostituito, le notizie relative all'andamento dell'azienda perché volevamo informare e soprattutto tranquillizzare il

in

L'emergenza sanitaria aveva creato molti timori fra lavoratori e i consigli in pillole settimanali su come organizzare l'"ufficio" in casa, sugli esercizi yoga fare per scaricare la tensione, su quali libri leggere per ricaricarsi, hanno mantenuto vivo il contatto e offerto un supporto concreto al lavoro da remoto

Alstom

**Strategia vincente fra
attenzione ai lavoratori
e recupero degli effetti
del lockdown**

personale», spiega Migliaccio. «L'emergenza sanitaria aveva creato molta paura tra i nostri lavoratori e questi "tips of the week", questi consigli in pillole settimanali, hanno mantenuto vivo il contatto e offerto un supporto concreto al lavoro da remoto».

Intanto, per le settimane di chiusura forzata, le divisioni Ehs e Risorse Umane hanno definito e condiviso con i sindacati un preciso protocollo di sicurezza, così da poter partire e applicare tutte le misure necessarie non appena fosse arrivato il via libera dal Governo.

Ancora Mara Migliaccio: «Eravamo già pronti il 14 aprile: tutte le indicazioni operative sia per chi sarebbe tornato in stabilimento sia per chi avrebbe continuato da casa, erano già state illustrate con videoconferenze e webinar. E per chi, come successo ad alcuni studenti, non aveva i mezzi per collegarsi a internet, abbiamo stampato poster e opuscoli».

La capillarità dell'informazione, la capacità di arrivare a ogni singolo manager, a ogni singolo operaio (anche quelli con contratti di somministrazione) è stata la carta vincente.

Restava da superare la "sindrome della capanna", ossia la tendenza a rinchiudersi nel proprio ambiente familiare dopo settimane di lavoro da casa.

«Qualche dipendente ha creduto di essere vittima di disturbi psicologici», precisa la responsabile Ehs. «Ecco perché, di nuovo con incontri sul web e documenti cartacei, abbiamo spiegato come questo problema fosse naturale e diffuso».

Così, una situazione che molti temevano patologica è stata percepita, proprio perché condivisa e sperimentata dalla maggioranza, come non problematica, anzi transitoria.

Tutti questi interventi hanno, di fatto, preparato la strada al rientro vero e proprio, quasi un allenamento alla nuova normalità. Senza sottovalutare i pericoli, anzi applicando concretamente quanto previsto dal protocollo (che ormai l'intero organico conosceva), assegnando a ciascuno i dispositivi di protezione individuale, utilizzando i termoscanner per la rilevazione della temperatura, offrendo uno screening sanitario a tutti i dipendenti grazie all'impegno del medico di stabilimento, installando i divisori in plexiglass negli uffici, organiz-



Tanti dipendenti, specie se residenti in luoghi distanti dalla sede, hanno apprezzato molto la possibilità di essere in orario alla propria postazione senza doversi sobbarcare chilometri e chilometri al volante...



Mara Migliaccio, direttore Ehs ("environment, health and safety") di Alstom Italia, e Davide Viale, direttore dello stabilimento saviglianese della multinazionale

La condivisione (durante i corsi on-line sono arrivate centinaia di domande da parte dei lavoratori, tutte hanno avuto risposta) e l'apertura verso le esigenze e le comprensibili paure delle persone sono state la chiave per affrontare e superare, insieme, ogni timore



zando spazi e turni in modo diverso per garantire le distanze. Anche nelle zone "ricreative", come le macchinette per il caffè e gli snack o la mensa, con percorsi e orari scaglionati.

«Mi sento più sicuro qui in fabbrica che al supermercato», è il commento di uno degli operai Alstom, testimonianza evidente di quanto l'informazione, la condivisione (durante i corsi on-line sono arrivate centinaia di domande da parte dei lavoratori, tutte hanno avuto risposta), l'apertura verso le esigenze e le paure delle persone siano state la chiave per affrontare e superare, insieme, ogni timore. E sono andate anche oltre le mura



Tra i tanti dispositivi di protezione personale acquistati, mille tute sono state donate all'ospedale "Santissima Annunziata" di Savigliano

▶ della fabbrica, perché tra i tanti dispositivi di protezione acquistati, mille tute sono state donate all'ospedale "Santissima Annunziata" di Savigliano.

L'emergenza Covid-19, però, ha avuto un impatto non indifferente sulla produzione.

Oltre alle sei settimane di stop, altri giorni produttivi sono stati persi per le precauzionali attività di sanificazione degli ambienti lavorativi.

«La chiusura forzata ha causato uno slittamento nell'avanzamento e nelle consegne dei treni», conferma Davide Viale, direttore dello stabilimento Alstom di Savigliano. «Già marzo era stato complicato, perché l'adozione delle prime misure di prevenzione aveva comportato un rallentamento. Però, trattandosi di commesse pluriennali, siamo riusciti a condividere coi clienti nuovi piani di produzione e recuperare il più possibile il tempo perso, sfruttando ogni giorno per cercare di mitigare gli effetti della sospensione».

Anche in questo caso, il dialogo diretto con i committenti (specie quando italiani, dunque bloccati dagli stessi provvedimenti governativi), ha fatto sì che le relazioni aziendali non risentissero dei rinvii. Anche perché, già due settimane prima della fine del lockdown, Alstom aveva ricominciato con le revisioni dei treni ad alta velocità, avviate con le necessarie autorizzazioni e misure di sicurezza, seppure con un numero minore di dipendenti, ma indispensabili per consentire agli operatori ferroviari di avere carrozze e locomotori pronti al momento della ripartenza del servizio.

«Durante la pausa per l'emergenza Covid-19», riprende Davide Viale, «è stato necessario il ricorso alla cassa integrazione ordinaria per sostenere il reddito di tutte le persone che, temporanei compresi, non avrebbero potuto svolgere alcuna attività da remoto, o avrebbero potuto portarla avanti solo in modo parziale. Per le funzioni per le quali era possibile il lavoro da casa, è stato esteso lo smart working, pratica abituale in Alstom Italia, da un giorno a cinque giorni la settimana». Adesso si fanno i turni, perché se è vero che l'ufficio a distanza funziona, è altrettanto vero che il confronto diretto e concreto con i colleghi è fondamentale. Così ci si alterna e, ogni settimana, c'è chi fa due giorni a casa e tre alla propria scrivania in stabilimento e viceversa. «Si tratta della seconda delle due fasi programmate per la riapertura del sito di Savigliano», precisa il Direttore. «Nella prima, il personale produttivo, vale a dire operai e impiegati per i quali lo smart working non era applicabile, ha ripreso in sicurezza le attività seguendo il protocollo Covid-19; in seguito, chi invece poteva svolgere le proprie mansioni da remoto lo ha fatto, riducendo poi mano a mano il numero di giornate passate al di fuori dell'ufficio». In molti casi, il lavoro agile (seppure si tratti di una definizione impropria, perché agile è quell'attività che si può svolgere anche al parco, in campagna, in riva al mare, in pratica ovunque e non solo a casa propria) è piaciuto parecchio. Tanti (soprattutto tante) dipendenti, specie se residenti a un'ora o più di auto da Savi-

gliano, hanno apprezzato molto la possibilità di essere in orario alla propria postazione senza doversi sobbarcare chilometri e chilometri al volante. E hanno tradotto questa serenità in maggior impegno, seppure a volte abbiano dovuto fare la lavatrice o risolvere un'equazione di matematica per i figli (pure loro a casa da scuola).

In questo modo, i progetti in corso sono andati avanti.

In realtà, Alstom già offriva la possibilità di lavorare da casa su base volontaria, ma il lockdown ha fatto capire che questa strategia poteva essere ampliata e generare ottimi risultati.

Come sottolinea il direttore Viale, «i nostri tool informatici si sono dimostrati adeguati per la connessione remota anche di un numero consistente di addetti, motivo per cui stiamo effettuando una profonda riflessione sul nostro sistema di leadership, di gerarchia, di valutazione dei risultati, con l'obiettivo di rivedere le attuali policy e, perché no, ampliarle. Ciò che più ha rinfanciato è stato l'atteggiamento delle persone che non vedevano

Oltre alle sei settimane di stop, altri giorni produttivi sono stati persi per le precauzionali attività di sanificazione degli ambienti lavorativi



l'ora di rientrare al lavoro, anche tra coloro la cui retribuzione aveva subito meno riflessi».

All'invasività del Covid-19 Alstom ha saputo rispondere in modo forte perché compatta e unita in tutte le sue componenti. Tanto che quella sfida è diventata una delle sfide che l'azienda aveva già lanciato prima, in particolare nello sviluppo di una mobilità intelligente e sostenibile.

«Stiamo investendo molto in questo senso per il trasporto ferroviario e urbano», conferma Viale.

«Abbiamo progetti interessanti e prospettive in Italia per il trasporto regionale, dove siamo uno dei leader grazie alla nostra esperienza con Jazz e Pop (entrambi treni "verdi") e il trasporto locale, con mezzi sostenibili come l'e-bus Aptis. Inoltre abbiamo siglato un accordo quinquennale con Snam per favorire la diffusione dell'idrogeno, visto che Alstom sta lavorando su questo fronte con lo sviluppo in Germania del treno Coradia iLint, il primo convoglio a celle a combustibile al mondo, già in servizio da un anno e mezzo su una tratta locale. Intanto puntiamo a consolidare la nostra leadership in Italia, soprattutto attraverso il mercato dei treni regionali, e a estendere la nostra presenza all'estero». 

*I numeri
di un'azienda
che guarda
al mondo*



Alstom in Italia conta otto siti produttivi e 3.200 dipendenti. Di questi, un migliaio lavorano a Savigliano, centro di eccellenza per i treni regionali e per il Pendolino, il treno ad alta velocità ad assetto variabile la cui tecnologia è stata sviluppata proprio in questa sede all'inizio degli anni Settanta. Lo stabilimento si estende su 328 mila metri quadrati ed è un concreto esempio di "Fabbrica 4.0", con una sala di realtà virtuale 3D d'avanguardia, che consente agli ingegneri di progettare treni e componenti. Inoltre è sede dei servizi Alstom di manutenzione e revisione.

Dal sito di Savigliano sono usciti in 22 anni oltre 500 Pendolino, venduti in 13 Paesi, dall'Italia alla Finlandia, dal Regno Unito alla Russia e, in collaborazione con altri siti italiani, oltre 500 treni della famiglia Coradia/Minuetto e Coradia Meridian/Jazz, in servizio in Italia, dal Trentino alla Sicilia.

BOMAN®

Produzione strutture altoresistenziali

Realizzazioni di componenti meccano saldati per gru e autogru

Progettazione e costruzione attrezzature industriali



BOMAN S.r.l.

Via Racconigi, 6
12030 Murello (CN)
Tel. +39 0172 920120
E-mail info@boman.it
www.boman.it

HERCULES 2.5 PORTATA 2.5 t
POSIZIONATORE DI SALDATURA E
MANIPOLATORE A 3 ASSI



TITAN TWIN PORTATA 10 t
POSIZIONATORE DI SALDATURA E
MANIPOLATORE A DOPPIA COLONNA





Lanutti

La Grandesa come ripartire

L'operazione con la quale l'azienda leader nei trasporti e nella logistica ha rilevato l'ex area Michelin di Fossano va ben oltre la mera iniziativa commerciale

in

L'emblema della voglia di rivalse del tessuto imprenditoriale "made in Granda", che in un periodo storico segnato dalla pandemia e dai conseguenti riflessi pesanti sull'economia ha comunque voluto portare a termine un'operazione intrisa di fiducia e ottimismo. Possiamo leggere così l'importantissimo investimento compiuto a inizio giugno dalla Lannutti spa, player internazionale nel settore dei trasporti e della logistica, che ha comprato l'ex stabilimento Michelin di Fossano. L'operazione ha visto l'acquisizione da parte di Lannutti di un'area che si sviluppa su 270 mila metri qua-

drati e che sarà oggetto di un piano di riqualificazione per adeguarla alle nuove esigenze: non più quelle di un polo produttivo, ma logistico, capace di attrarre flussi che oggi tagliano fuori la provincia di Cuneo. Un centro di logistica che non andrà a sostituirsi, ma si affiancherà sinergicamente alle attuali piattaforme Lannutti, quella storica di Madonna dell'Olmo e quella di Mondovì. Il tutto avverrà senza il consumo di nuovo suolo, ma attraverso la riqualificazione di un sito industriale dismesso a cui sarà data una nuova vocazione economica. Nessuno insegna alla Granda come si fa a ripartire. ©



Venchi Ripartenza a tavoletta

in

Giovanni Battista Mantelli racconta come l'azienda cuneese che da 140 anni lavora il "nettare degli dèi" della tradizione atzeca ha vissuto il lockdown all'insegna della solidarietà e della voglia di ripartire

Fabio Rubero

Sulla Terra, narra la leggenda, fu il dio Quezalcoatl (Serpente piumato), dalla carnagione chiara e con una lunga e fluente barba di piume colorate, a rubare una pianta di cacao agli dei per portarla sulla Terra agli uomini ai quali insegnò a coltivarla, a raccoglierne i frutti

e a macinarne i semi per ricavarne, insieme ad alcune spezie, una profumatissima bevanda. In Europa, invece, il cacao arrivò grazie ai farmacisti, particolarmente attratti dalle incredibili capacità corroboranti di quello straordinario caleidoscopio chimico-minerale che contiene tre volte il ferro degli spinaci, due volte il magnesio dello yogurt intero e lo stesso fosforo del pesce azzurro. Senza dimenticarne le proprietà anti-ossidanti che con un'adeguata fermentazione e tostatura si riescono a preservare fino al consumo finale. Non ci è invece dato sapere



a chi vada ascritto il merito dell'avvento del cacao a Cuneo, tuttavia sappiamo che nella nostra provincia da più di 140 anni c'è un'azienda che quella pianta e quei semi, che in epoca precolombiana sono anche stati moneta di scambio, li studia, li lavora e li trasforma per regalare emozione pura. Alla Venchi il lockdown è stato vissuto all'insegna della solidarietà e della voglia di ripartire. Ne abbiamo parlato con Giovanni Battista (per tutti G.B.) Mantelli.

Come avete vissuto in azienda il periodo del lockdown?

«Per un'azienda come la nostra, che ha scelto un posizionamento dedicato e con clientela specializzata, è stata ed è tuttora una situazione particolarmente difficile perché la fase di emergenza non è finita e la ripresa, sicuramente, non è così veloce come ci si auspicava. Avendo molti negozi in Cina, siamo stati forse tra i pochi a non essere stati colti proprio di sorpresa, pur avendo sperato fino all'ultimo che il Coronavirus non toccasse il nostro Paese. Ma noi già a gennaio abbiamo dotato di dispositivi di protezione individuale tutto il nostro staff e i nostri negozi. Nei giorni più bui eravamo tra i pochi ad avere le tanto agognate mascherine, tanto che ne abbiamo anche donate una buona parte all'ospedale di Cuneo quando, come tutti ricorderete, queste erano introvabili».

Dunque la produzione non si è mai interrotta?

«Assolutamente no. Abbiamo

continuato a produrre e a generare servizio poiché operiamo in una fascia in cui il cliente pretende di avere il prodotto, anche se la chiusura di molti punti vendita ha fatto sì che ci trovassimo con molta merce nei nostri magazzini. Così abbiamo trasformato e rivoluzionato l'azienda in un enorme call center, una sorta di ufficio assistenza clienti, di customer service, insomma siamo diventati consulenti dei nostri clienti per essere loro vicini nel momento di difficoltà. Un lavoro fatto di strategie e decisioni da adottare in un contesto che cambiava ogni cinque minuti e dunque molto logorante dal punto di vista psicologico. Tuttavia abbiamo cominciato a smistare, far rientrare, ridistribuire, cercare partner forti come grandi gruppi bancari e assicurativi, fare do-

nazioni agli ospedali, sostenere medici e così abbiamo stipulato accordi in cui abbiamo offerto a valore di recupero costi i nostri prodotti più delicati che sono stati donati a tutti gli ospedali italiani».

Quali sono state le conseguenze?

«Abbiamo subito milioni di danni con negozi chiusi per quattro mesi nei centri turistici più famosi del mondo. Anche lo smart working, che ha letteralmente svuotato le città, naturalmente ci ha penalizzato. Per contro abbiamo aumentato le vendite on-line, un canale dal quale ormai nessuna azienda può prescindere, ma non propriamente il canale di riferimento per noi che, volendo offrire anzitutto un valore esperienziale, viviamo per vedere la gente che viene



«Abbiamo subito iniziato a smistare, far rientrare, ridistribuire, cercare partner forti come grandi gruppi bancari e assicurativi, facendo donazioni agli ospedali e sostenendo medici e paramedici»

Soluzioni per l'ufficio dal 1976

➔ visita il sito www.gscn.it



General Systems Cuneo

Via Renzo Gandolfo, 2 - 12100 Cuneo
Tel. (+39) 0171.412266 - www.gscn.it





La Venchi di recente è stata premiata come uno dei migliori marchi italiani per quanto riguarda la "brand experience"

di persona nei nostri locali e punti vendita a godere di quella "brand experience" per cui di recente siamo stati premiati come uno dei migliori marchi italiani».

Più degli altri, proprio per la sua intrinseca essenza, il comparto alimentare si trova oggi a dover ottemperare ad adempimenti ancora più stringenti. Avete adottato soluzioni particolari affinché il lavoro in azienda venga svolto nella completa sicurezza di chi vi lavora e di chi consumerà il prodotto finito?

«A livello operativo per noi non è cambiato molto perché tutti gli standard operativi post Covid-19 li utilizzavamo già prima in azienda. Mascherine, sistemi di sanificazione e termini simili facevano parte già prima della nostra quotidiana-

rità. Abbiamo approfittato del lockdown per ottimizzare ancor di più la distribuzione degli spazi e i processi di lavoro».

Quali iniziative "straordinarie" avete messo in atto per la ripartenza?

«Le nostre priorità sono sempre preservare freschezza e qualità dei prodotti e mantenere gli impegni presi con gli agricoltori con cui lavoriamo. Noi utilizziamo solo Nocciola Piemonte Igp, mandorle siciliane, olio italiano, ecc. Prodotti di alta qualità che, non avendo agenti chimici, devono essere consumati in tempi rapidi. Per salvaguardare tutto ciò abbiamo messo in atto un'ampia gamma di iniziative promozionali – tra cui "Ripartenza a tavoletta" sulle tavolette di cioccolato – grazie alle quali si possono gustare i nostri prodotti a prezzi particolarmente favorevoli».

Quanto è importante poter contare sulla fiducia che un istituto importante come Intesa Sanpaolo ha dimostrato di riporre nella vostra azienda stipulando con voi un accordo di collaborazione innovativa per l'accesso al credito delle aziende facenti parte del vostro processo distributivo?

«La fiducia è un valore fondamentale perché è su di essa che si basano tutti i rapporti a lungo termine. Perciò sentire la fiducia di uno dei gruppi bancari più importanti d'Europa ci permette di trasferire questa stessa fiducia ai nostri seimila rivenditori di filiera distributiva, facendo dunque tutto il possibile per farli ripartire in

questo momento in cui ancora si vive di grandi speranze, in attesa di una mai così desiderata normalità».

Ci descrive nel dettaglio in cosa consiste tale accordo?

«Si tratta del programma "Aziende di Filiera" realizzato per sostenere le piccole e medie imprese di tutta la filiera produttiva e distributiva che ruota intorno all'azienda. Sostanzialmente, noi stringiamo gli accordi con l'istituto di credito in quanto "capo filiera" in modo da poter garantire un migliore e più rapido accesso al credito a chi lavora con noi. È un accordo che lavora su uno scambio reciproco di informazioni industriali settoriali che consente a Intesa Sanpaolo di valorizzare al suo interno il processo di valutazione del credito del cliente che ne fa richiesta e, soprattutto, l'aspetto qualitativo che deriva dall'appartenenza a una solida catena produttiva con specifici fabbisogni finanziari e dalla consapevolezza di fare parte di un grande progetto». ®

L'accordo stipulato con Intesa Sanpaolo nell'ambito del programma "Aziende di Filiera" potrà coinvolgere e dare sostegno concreto ai seimila rivenditori legati alla Venchi



DIVERSE ESIGENZE, TANTE SOLUZIONI

LEGNO



LEGNO
PRESSATO



PLASTICA



IDEALI PER OGNI TIPO DI SPEDIZIONE

Non tutte le esigenze hanno un'unica soluzione, scegliere la migliore vuole dire risparmiare su costi e spazio, garantire igiene e sicurezza e fare una scelta sostenibile per l'ambiente. Corno Pallets è in grado di offrire soluzioni ideali per ogni tipo di spedizione, sia per il mercato nazionale che internazionale.

CERTIFICAZIONI



FITOK
IT-01-007



EPAL



Eurostampa Guardando al domani con positività



Il primo pensiero è stato riaprire al più presto gli impianti nella massima sicurezza. E il futuro è già oggi anche grazie al finanziamento di Intesa Sanpaolo per la filiale in Ohio. Sopra: una panoramica dei reparti produttivi di Eurostampa. Sotto, da sinistra: Gian Franco, Gianmario, Giuseppe e Luciano Cillario

in

Francesca Braghero

C'è un video, su YouTube, in cui Luciano Cillario, fondatore della Eurostampa di Bene Vagienna, racconta – ricordando il lavoro del padre presso i magazzini Ferrero ad Alba – l'importanza del senso di appartenenza, della fiducia, del rispetto e della collaborazione quali pilastri fondamentali alla base di un'azienda di eccellenza. Come è diventata la sua Eurostampa. Abbiamo incontrato Luciano Cillario per farci raccontare come è stata gestita l'emergenza Covid-19 nella sua azienda che ha dimostrato anche durante i mesi del lockdown una grande volontà di reagire e di guardare al domani sempre con positività.

Cillario, come avete affrontato la crisi nei mesi clou dell'emergenza all'interno dei vostri stabilimenti produttivi di tutto il mondo?

«Abbiamo adottato misure più

stringenti di quelle richieste dai protocolli, al fine di garantire la massima sicurezza per la salute di tutti. Nello stesso tempo, abbiamo visto le persone incrementare il proprio impegno e ne abbiamo profondamente ammirato il senso di abnegazione, nonostante la situazione lo rendesse difficile. Ripercorrendo i 54 anni di storia dell'Eurostampa, sappiamo di aver già dovuto affrontare molti momenti di difficoltà, ma soprattutto all'inizio di questa avventura ci sono stati momenti in cui la nostra più grande ambizione era quella di poter riaprire l'azienda il giorno dopo. Nonostante tutto, siamo rimasti sempre fiduciosi e operativi in tutti i nostri siti produttivi, con la consapevolezza di aver dato il nostro contributo per assicurare l'operatività della filiera alimentare».

Avete messo in atto anche qualche particolare iniziativa di solidarietà, interna o esterna, legata allo stato di emergenza?



«Alcuni nostri clienti, nei momenti più difficili, hanno destinato alcune linee di produzione alla realizzazione di gel igienizzanti. Per questo ci siamo fatti trovare pronti in tutti gli stabilimenti ogni volta che si presentava la necessità di lavorare su questi progetti producendone le etichette».

Qual è stato l'impatto del lockdown sul vostro settore, a livello di calo di domanda e di fatturato, e com'è oggi la situazione?

«Il settore dei wine & spirits, che rappresenta la nostra principale fonte di fatturato, ha attraversato una profonda crisi dovuta soprattutto ai mancati consumi nel settore Horeca. Pur avendo sempre lavorato su tre turni, abbiamo ridotto la nostra capacità produttiva fermando alcune macchine per attività di manutenzione e accorciando i turni lavorativi in modo da evitare



*Luciano Cillario,
patron dell'Eurostampa
di Bene Vagienna,
racconta come la sua
azienda ha gestito
l'emergenza Covid-19*

assemblamenti nei luoghi di scambio tra i dipendenti. Il nostro obiettivo di fatturato per il 2020 era legato a una crescita organica, ma abbiamo dovuto rivedere le stime. Ora l'obiettivo raggiungibile è confermare il fatturato del 2019 grazie soprattutto a un significativo aumento di produzioni in altri settori dell'alimentare tra cui olio, cioccolato, prodotti conservati e birra».

In un'ottica di positività per il futuro, sebbene ancora incerto, dei prossimi mesi, come vi state organizzando per continuare a garantire la produzione e il lavoro per tutti i dipendenti dei vostri stabilimenti qualunque cosa avvenga?

«Stiamo fronteggiando questa sfida in un'ottica di gruppo e ciò significa far fronte comune per continuare a lavorare ai progetti rimanendo sempre propositivi e non passivi nei confronti dei clienti. Forti di questo approccio, siamo riusciti, in Italia, a essere coinvolti in

importanti progetti di redesign e di new brand identity da parte di alcuni dei nostri clienti globali. Inoltre gli stabilimenti di Stati Uniti e Messico stanno registrando una significativa crescita di fatturato, così come le sedi di Francia e Scozia stanno ritornando ai livelli di produzione pre Covid-19».

La filiale Imprese di Cuneo del gruppo Intesa Sanpaolo, con il

#limpresacontinua

supporto della filiale di New York, ha erogato per Eurostampa North America un importante finanziamento. Come verrà investito in azienda e a cosa porterà?

«Eurostampa North America di Cincinnati (Ohio) è stata la prima e fondamentale tappa di un percorso di internazionalizzazione del gruppo Eurostampa che ci ha dato la possibilità di essere protagonisti a livello mondiale, portandoci oggi a vendere le nostre etichette in oltre 40 Paesi. Questa operazione conferma la volontà di essere sempre più presenti sul mercato americano e, in particolar modo, vicini ai nostri partner di riferimento del mondo dei wine & spirits».

Quanto è importante per un'azienda come la vostra sapere di poter contare sul sostegno di partner finanziari per rafforzare la propria capacità competitiva a livello globale?

«Da sempre la nostra volontà è quella di offrire un prodotto e un servizio di eccellenza. Per riuscirci, da una parte, abbiamo stretto importanti relazioni con i nostri clienti e fornitori. Dall'altra, intendiamo valorizzare le persone che ogni giorno danno il loro contributo per portare avanti l'azienda. Questi sono i valori su cui edificiamo giorno per giorno la nostra capacità competitiva. Con i nostri partner finanziari, infine, lavoriamo per promuovere il nostro modello su scala globale e per assicurarci basi solide per il nostro futuro». 🌐

L'obiettivo di quest'anno è riconfermare il fatturato 2019 grazie soprattutto a un significativo aumento di produzioni in altri settori dell'alimentare tra cui olio, cioccolato, prodotti conservati e birra





Una realtà industriale in cui convivono più settori produttivi: dal meccano-tessile all'automotive, dall'alimentare alla realizzazione di biciclette a pedalata assistita di alta gamma e vocazione sportiva

Beppe Malò

La resilienza è un concetto che trova applicazione in campi molto differenti tra loro. In psicologia indica la capacità di far fronte in maniera positiva ad eventi traumatici, di riorganizzare l'esistenza in modo costruttivo di fronte alle difficoltà, di ricostruirsi grazie alla capacità di comprendere le opportunità positive che la vita offre, ma senza alienare la propria identità. Sono persone resilienti quelle che, immerse in circostanze avverse, riescono, nonostante tutto e talvolta contro ogni previsione, a fronteggiare efficacemente le contrarietà, a dare nuovo slancio alla propria esistenza raggiungendo mete importanti. Sono aziende resilienti quelle

che, pur in contesto avverso e in una congiuntura minacciosa, hanno la forza di prendere la decisione più difficile: affrontare la burrasca con coraggio e, contando sulle proprie risorse, impegnarsi per scoprire quale opportunità si nasconde all'interno di un evento critico. Un perfetto esempio di resilienza industriale è quello che "Made In Cuneo" racconta in questo articolo. Dove, insieme al presidente di Tcn Group di Alba, Giuseppe Bernocco, e all'amministratore delegato, Andrea Zanini, cercheremo di

spiegare come un grande momento di sconforto abbia fatto da premessa a una scommessa che si va rivelando giusta e vincente. «Tcn», spiegano Bernocco e Zanini, «è una realtà industriale all'interno della quale convivono più settori produttivi: dal meccano tessile all'automotive, dall'alimentare alla realizza-

Bianco, Gruppo Tcn **Dallo sconforto al progetto vincente**

#l'impresacontinua

zione di biciclette a pedalata assistita di alta gamma e vocazione sportiva (ne parliamo in un altro articolo di questo numero, ndr). Siamo quindi un polo produttivo che trova nell'export lo sbocco naturale della produzione. La crisi mondiale correlata alla pandemia ci ha pertanto messi in grande difficoltà a causa dei fermi produttivi e chiusura di impianti. Preso atto della situazione, abbiamo deciso di scommettere sulle nostre carte migliori: la grande esperienza nel settore delle macchine e del meccanico tessile in particolare, la nostra capacità di inventare, progettare e realizzare macchine praticamente in "autarchia". Al nostro interno abbiamo infatti ingegneri meccanici, elettronici, informatici e tecnici in grado di tradurre in "pezzi" i disegni dei progettisti».

In fondo, questa l'idea, una mascherina è un prodotto tessile. Ci sono tutte le conoscenze per costruire impianti in grado di produrle, tramite un marchio storico e noto a livello globale come Bianco, da alcuni anni rilanciato proprio da Bernocco e dai suoi collaboratori più stretti.

Per la proprietà transitiva della buona volontà e dell'orgoglio di essere imprenditori della Granda tutto questo si chiama "Siamo in grado di fare business".

Se il mercato vuole mascherine... non resta che accontentarlo.

Aprile è stato speso per riflettere e inventare, poi, dal 4 maggio, giorno del rientro in fabbrica, è iniziato il grande lavoro di progettazione, seguito dagli enormi sforzi di produzione

che hanno permesso di costruire e assemblare le prime quindici macchine destinate ai mercati italiano ed europeo.

Si tratta di macchinari che, partendo dalle bobine di poliestere, possono realizzare sino a 80 pezzi al minuto, da 4 a 5 mila ogni ora. Nei vari punti della catena di realizzazione, la mascherina si forma grazie alla sovrapposizione e saldatura ad ultrasuoni di 3 strati di tessuto e dei laccetti. Un filo rigido, inserito dalla macchina, consente di adattare il foglio alla forma del viso. L'ultimo anello della produzione è la possibilità di imballare singolarmente il prodotto, oppure la raccolta in lotti inscatolati.

La bellezza di questa storia sta nel fatto che i cinquant'anni d'esperienza nella costruzione di macchine tessili che la Bianco ha portato in dote al Gruppo Tcn sono stati il ponte tra passato e presente che ha consentito di guardare con più fiducia al futuro del Gruppo.

Quando Giuseppe Bernocco e i suoi collaboratori hanno riflettuto sugli interrogativi legati alla capacità, al saper fare, alla finalizzazione del progetto non hanno avuto molti dubbi.

«Abbiamo una storia, siamo versatili, la diversificazione per noi non ha segreti, abbiamo le teste e le mani per misurarci con questa sfida. Andiamo avanti con coraggio, fiducia e consapevolezza della nostra forza». ®

Ad Alba in pochi mesi ideate, costruite e assemblate le prime 15 macchine per la produzione di mascherine destinate ai mercati italiano ed europeo



«Aprile è stato speso per riflettere e inventare, poi dal 4 maggio, giorno del rientro in fabbrica, è iniziato il grande lavoro di progettazione seguito dagli enormi sforzi di produzione»



Bus Company-GrandaBus

Parola d'ordine, ripartenza

in

Intervista a Clemente Galleano, Ad di Bus Company e presidente del Consorzio Granda Bus

nale, in oltre 200 milioni di euro. Un buco nero che non ha interessato solo il ramo del trasporto pubblico locale: anche la domanda di servizi di trasporto turistico, a corto come a lungo raggio, è andata ben presto ad azzerarsi. Clemente Galleano, Ad della Bus Company di Saluzzo, la più grande impresa di trasporto pubblico su gomma della provincia di Cuneo e presidente del Consorzio GrandaBus a cui aderiscono 14 società di autolinee della Granda, ricorda quei giorni: «Il

nostro comparto è stato tra i primi a subire gli effetti della quarantena e uno degli ultimi a ripartire. Uno dei primi provvedimenti presi dal Governo è stata la sospensione delle gite scolastiche. Decine le cancellazioni di pullman da parte delle direzioni degli istituti a cui abbiamo dovuto far fronte. All'inizio è arrivato qualche timido segnale di speranza, ma con il passare dei giorni si è capito che la stagione era finita ancor prima di cominciare. Ma siamo fiduciosi e guardiamo avanti».

Galleano, la prima cosa che avete dovuto fare concretamente è stata quella di "trasformare" i vostri autobus per garantire il distanziamento sociale. Ci passi il termine: il lifting in cosa è consistito?

«Ci siamo confrontati quotidianamente con l'Agenzia della mobilità piemontese per assicurare la massima qualità del servizio nella totale salvaguar-

Gilberto Manfrin

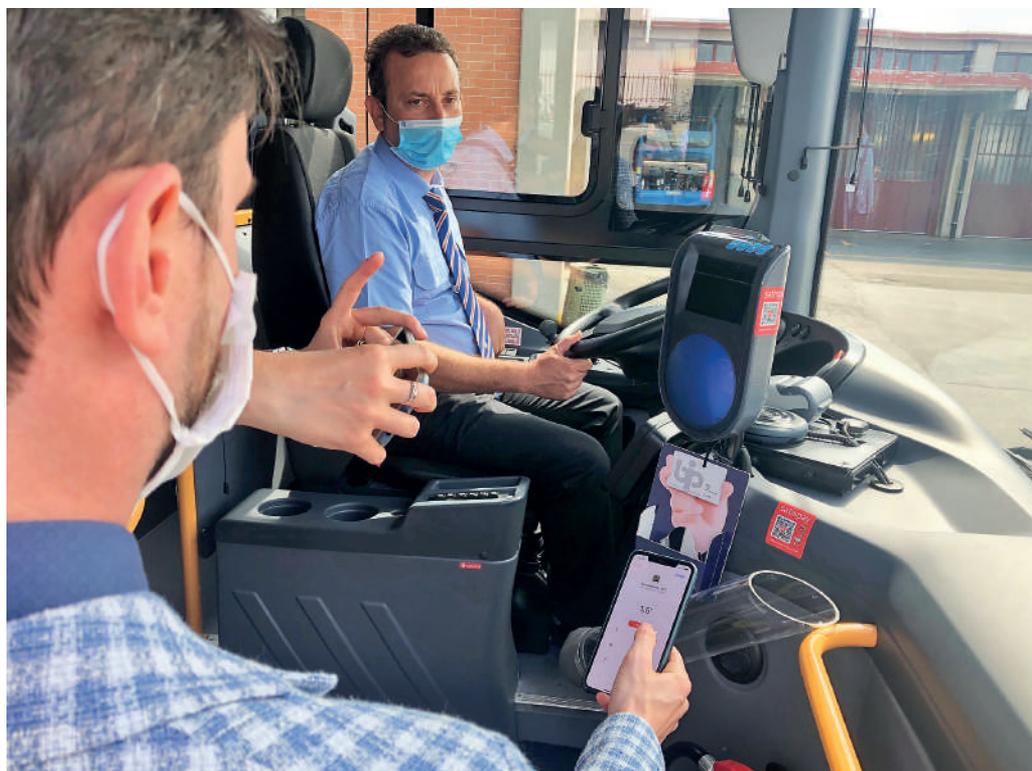
È stato uno dei settori maggiormente colpiti dalla pandemia da Coronavirus. Sicuramente tra i primi a dover fare i conti con il lockdown: solo nel mese di marzo 2020 l'effetto Covid-19 nel Tpl (Trasporto pubblico locale) ha determinato un crollo verticale della domanda di mobilità pubblica (-80%) e dei ricavi da biglietti e abbonamenti (-74%). Una situazione, come rilevato da numerose indagini, andata anche a peggiorare nel mese di aprile 2020. La perdita di ricavi da traffico media mensile è stata stimata, a livello nazio-



dia della salute. Con lo scoppiare dell'emergenza abbiamo vietato sia l'accesso ai mezzi tramite le porte anteriori degli autobus, sia l'utilizzo del corridoio nella parte adiacente le prime due file di sedili anteriori, impedendo il passaggio con un nastro bianco e rosso. Abbiamo dotato tutti gli autobus di paratie per dividere gli autisti dai passeggeri che salivano a bordo e accanto al posto guida abbiamo messo del gel igienizzante, ma anche le mascherine da fornire a chi ne fosse sprovvisto. Successivamente abbiamo previsto il distanziamento "a scacchiera" dei posti, dando all'utenza la possibilità di sedersi solo sui sedili contrassegnati da un marker».

E con il controllo dei biglietti come sono andate le cose?

«La convalida dei biglietti è stata garantita tramite i validatori di bordo posti nella parte posteriore dei pullman. La nostra sofisticata tecnologia digitale, sulla quale abbiamo investito tantissimo, ha concesso ai cittadini di poter salire sui nostri mezzi con titoli di viaggio già validati. Penso per esempio all'App Grandabus che ha permesso di ricaricare on-line il credito trasporti e rinnovare gli abbonamenti. E poi la grande idea: Satsipay. Ne andiamo fieri (vedi box a pagina 52, ndr)».



Il settore ha puntato molto sulla tecnologia digitale offrendo ai viaggiatori, qui con Satsipay, la possibilità di pagare il titolo di viaggio a bordo bus. Sotto: Clemente Galleano

Il tutto senza lasciare indietro nessuno. Quasi un motto il vostro...

«Certo! È impossibile impedire alla gente di acquistare il biglietto a bordo, anche in contanti. Per questo ci siamo inventati un'innovativa soluzione: il passeggero privo di biglietto ancora oggi quando sale a bordo può acquistare e prelevare da sé una tessera impersonale da 10 euro (oltre ai 5 euro per il costo/cauzione, la tessera contiene già un credito di 5 euro) che può essere utilizzata da chiunque e ricaricata presso le casse automatiche oppure in tutte le rivendite autorizzate. Il sistema self service di acquisto avviene prelevando la tessera da un apposito contenitore predisposto vicino all'autista e mettendo i soldi in contanti dentro un tubo trasparente di plexiglas. Non

“Il nostro comparto è stato tra i primi a subire gli effetti della quarantena e uno degli ultimi a ripartire. Ma siamo fiduciosi e guardiamo avanti»





Il biglietto? Si paga a bordo con Satispay

«Una soluzione dal duplice valore: garantire ai cittadini di continuare a viaggiare anche comprando il titolo di viaggio direttamente a bordo, effettuando l'acquisto in totale sicurezza con il proprio smartphone e un primo importantissimo passo nel percorso che ci auguriamo possa portarci presto verso la dematerializzazione completa del biglietto». Così Enrico Galleano (in alto, al posto di guida), amministratore delegato di Bus Company e Stp, spiega come è nata l'idea di affidarsi a Satispay quale innovativa soluzione per pagare il biglietto dell'autobus a bordo dei mezzi in totale sicurezza, evitando lo scambio di denaro contante, potenziale veicolo di contagio. Bus Company è stata pioniera in questo progetto, poi esteso anche alla Stp di Cuneo, ma che in futuro coinvolgerà anche le altre 12 aziende facenti parte del Consorzio Granda Bus, fino ad arrivare a coprire 450 mezzi su cui si potrà pagare comodamente con Satispay. Una partnership che si inserisce nel piano di digitalizzazione intrapreso da Bus Company per rispondere in tempo record ai numerosi vincoli generati dall'emergenza sanitaria, mantenendo la qualità del servizio erogato e garantendo ai propri utenti un trasporto efficiente e sicuro. Pagare il biglietto con Satispay è semplicissimo: basta aprire l'app, inquadrare il QR Code presente a bordo del bus, inserire l'importo e inviare il pagamento, che sarà automaticamente accettato. Mostrando al conducente l'avvenuto pagamento, il passeggero riceverà il titolo di viaggio fisico.

► solo: per facilitare l'accesso agli autobus nella Fase 2, abbiamo deciso di dotare di tessere impersonali circa 200 rivendite abilitate (bar, tabaccherie, alimentari, edicole, ecc...) nelle quali è stato possibile acquistare i titoli di viaggio. Ma non è finita qui: nel post lockdown sono state aumentate le corse del 50% rispetto a quanto previsto nelle settimane di piena emergenza e abbiamo inoltre previsto delle "scorte calde", ossia ulteriori mezzi distribuiti in diversi punti della provincia pronti a partire se alle fermate vi fosse stata più gente di quanto ammissibile a bordo».

Nel post lockdown in che modo avete riattivato la gente sugli autobus?

«La ripresa delle attività lavorative, il ritorno dei mercati, l'annullamento delle restrizioni sulla mobilità e l'arrivo dell'estate ha spinto soprattutto i più giovani a muoversi, autorizzandoci a pensare positivo. Per questo come Consorzio Granda Bus abbiamo introdotto due nuove forme di agevolazioni tariffarie per tutti i cittadini della Granda: "Prendi 3 paghi 2" e "Porta un amico". In entrambe le promozioni abbiamo puntato sulla convenienza economica per il cliente, che in dettaglio si traduce, per quanto riguarda la prima promozione, con l'offerta di un abbonamento a titolo gratuito a fronte dell'acquisto di due abbonamenti consecutivi ("Prendi 3 paghi 2"), mentre la seconda promozione ("Porta un amico") prevede uno sconto del 50% sul rinnovo di un abbonamento da parte di chi è già abbonato, ma anche per chi sottoscrive il nuovo abbonamento».

E il turismo come lo state rilanciando?

«Siamo da poco ripartiti con il "Langhe Sightseeing Tour", per accompagnare turisti, italiani e stranieri, alla scoperta di questo magnifico angolo di Piemonte. "Langhe Sightseeing Tour", un prodotto che funziona dal 2015, consente di visitare in autonomia i più importanti paesi delle Langhe con la possibilità di prendere l'autobus quante volte si vuole e la libertà di salire a bordo in qualsiasi punto del percorso nell'arco delle 24 ore e con lo stesso biglietto. Il tutto ovviamente nel rispetto delle norme e degli atteggiamenti che limitano la diffusione del Covid-19. La mascherina, per intenderci, non va dimenticata. Senza scordare le linee Flixbus internazionali che seguiamo direttamente: abbiamo riattivato tre

delle sette linee che avevamo, ma siamo pronti a riproporre l'intero pacchetto».

Capaci anche di fare del bene, nonostante tutto...

«È stato un dovere. Otto aziende del Consorzio Granda Bus hanno deciso di effettuare una donazione per stare vicino a quegli ospedali dei territori che serve con il trasporto pubblico. Abbiamo raggiunto la somma di 50 mila euro che abbiamo donato all'Asl Cn1. Non solo: in piena pandemia Bus Company ha messo a disposizione gratuitamente un mezzo e un autista per accompagnare tutto il giorno da Castagnito (dove alloggiavano) fino al Covid Hospital di Verduno 50 medici e infermieri che lavoravano nel nuovo ospedale. Pensi, sono nate anche delle belle amicizie».

Dall'alto della sua esperienza, come si immagina in epoca Covid-19 il settore dei trasporti pubblici e come dovranno prepararsi le aziende di trasporto della Granda?

«Di questa emergenza purtroppo ci ricorderemo a lungo e solo a settembre-ottobre avremo un momento importante di comprensione su quanto accaduto. Di certo la pandemia ha accelerato un processo di innovazione del settore che non sappiamo esattamente dove ci porterà, ma suppongo che la micromobilità la farà da padrona. Dovremo essere in grado di intercettare le nuove esigenze di mobilità delle persone, proponendo un'offerta sempre più puntuale che risponda ai bisogni dei nostri utenti e al loro diverso modo di spostarsi». ☺



“Langhe Sightseeing Tour», proposto da Bus Company, pensato per rilanciare il turismo

info@riberogru.it • www.riberogru.it

**Autotrasporti
Ribero Cesare
S.N.C.**

TRASPORTI & SERVIZI GRU

- Vasto assortimento di:
- carrelli elevatori
 - pattini e martinetti
 - bilancini e pinze per legname
 - forche per pallets

Frazione S. Lorenzo 109
CARAGLIO (CN)

tel. 0171 817353

cell. 388 6062545
Daniele



tec-artigrafiche.it

TRASPORTI NAZIONALI
E INTERNAZIONALI

TRASPORTI ECCEZIONALI
CON VEICOLI SPECIALI

SERVIZI GRU

TRASLOCHI INDUSTRIALI

SERVIZI CON GRU
SEMOVENTE ELETTRICA





in

L'azienda di Busca non si è mai fermata

Granda Zuccheri **La speranza è una scelta**

Gilberto Manfrin

«Crediamo fermamente che le aziende siano fatte innanzitutto di persone, che vengono prima di ogni contratto commerciale. Le grandi imprese partono tutte dall'impegno di ogni giorno, dal concreto, dalle piccole cose. Ecco che cosa vogliamo rappresenti la nostra piccola grande Granda Zuccheri. Vogliamo credere ancora nei sogni, che sono il motore delle nostre azioni». È un inno alla speranza e al pensar positivo

quello che Fausto Rinaudo, Ad di Granda Zuccheri, operante nel confezionamento e nella vendita all'ingrosso in Italia e all'estero di tutti i tipi di zuccheri ed edulcoranti, ama ripetere a chi gli chiede conto di cosa vuole essere e vorrà diventare la sua piccola grande Granda Zuccheri in futuro. Ma oggi occorre prima di tutto fare i conti col presente e con un "nuovo mondo" trasformato dalla pandemia.

Rinaudo, se dovesse con una parola, o un'affermazione, descrivere il cambiamento epocale in atto, che espressione userebbe?

«In pieno lockdown ho comprato su internet un proiettore e l'ho montato sul tetto del magazzino aziendale. Proiettava un'immagine fissa, il nostro Tricolore, con scritto: "La speranza è una scelta". Ecco, userei questa affermazione. Questo

problema che ci è capitato non bisogna aggirarlo, ma occorre affrontarlo con speranza, non scappare dalla realtà, ma viverlo a pieno. Guardiamo avanti e cerchiamo di aiutare le persone che ci sono intorno ad affrontare questa difficoltà. Per quanto difficile sia, è necessario pensare positivo. È in atto un cambiamento epocale e nel nostro piccolo ognuno è chiamato a fare la propria parte, anche noi imprenditori».

Che accorgimenti ha dovuto porre in atto Granda Zuccheri per continuare a essere operativa durante il lockdown? Oggi com'è cambiato il vostro modo di fare impresa?

«Il codice Ateco cui fa riferimento la nostra azienda ci ha permesso di continuare a lavorare. È stato un dovere rimanere aperti nel tempo garantendo la nostra operatività. Ma è stata anche una bella responsabilità che tutti noi, in azienda, abbiamo voluto prenderci. Con le giuste precauzioni: abbiamo allargato i turni per garantire il distanziamento e qui devo fare un plauso a tutti i dipendenti, encomiabili. C'è stato chi ha scelto di lavorare in smart working, chi è venuto in sede nonostante i rischi, chi è stato disposto a rivedere i turni, chi a rinunciare alle ferie. Nei reparti i turni sono stati allungati, gli ingressi negli spogliatoi contingentati, la pausa pranzo dilazionata. Pochi giorni fa, dopo molti mesi, abbiamo avuto la periodica riunione commerciale, finalmente in presenza: è stato bellissimo. D'ora in poi la relazione fisica e personale assumerà un valore gigantesco,

#limpresacontinua

ma questo lockdown oltre ad averci insegnato l'importanza del rapporto umano, ci ha fatto capire il valore della giusta scelta. Mi spiego: non servirà sempre e per forza partire e sobbarcarsi centinaia di chilometri in autostrada per andare a firmare un contratto: il nuovo valore che daremo ai rapporti umani ci permetterà anche di farlo comodamente tramite la tecnologia, se impareremo a fidarci di più gli uni degli altri».

Durante il lockdown avete anche voi aderito alla campagna associativa #limpresacontinua lanciata da Confindustria Cuneo: che cosa vi muoveva, in quei giorni, ad andare avanti?

«Mi è piaciuta tantissimo quell'iniziativa, perché la vedevo allineata con la nostra voglia di dare quel minimo di speranza. Premiava l'Italia che ripartiva, l'impresa che continuava ad andare avanti. Ci siamo detti: "Diamo il messaggio che distribuendo il nostro zucchero alla comunità contribuiamo nel nostro piccolo a portare un po' di speranza, un po' di dolcezza. Chi al mattino metterà lo zucchero nel suo caffè lo farà pensando anche un po' a noi, a Granda Zuccheri"».

Anche da parte vostra non è mancata la solidarietà nel periodo più tragico. Nel dettaglio, avete dato vita a un progetto di forte valenza sociale: ci raccontate.

«Abbiamo aderito a un progetto della cooperativa sociale Eccomi di Envie, nata all'interno della più nota Comunità Cenacolo, che favorisce il reinserimento nella società di persone provenienti dal mondo

delle fragilità. I primi contatti li avevamo allacciati a novembre, poi è arrivata la pandemia. In Eccomi hanno avuto l'intuizione di produrre mascherine a uso medico con un tessuto approvato dall'Istituto Superiore della Sanità, antimicrobico e antigoccia, lavabile fino a 15 volte. Granda Zuccheri proprio per le sue evidenti qualità ha adottato queste speciali mascherine come Dpi ufficiali anti Covid-19 e ognuno dei nostri dipendenti ne avrà a disposizione per almeno un anno. Conobbi mesi fa uno dei fondatori, Matteo Corradini, e in seguito iniziammo a fornire lo zucchero necessario alla produzione delle marmellate realizzate dai ragazzi della comunità. Questa volta sono stati loro a rifornirci di mascherine. Abbiamo fatto rete, insomma. Il segreto per il futuro è questo: dobbiamo imparare a comunicare meglio e a fidarci di più dell'altro se non vogliamo perdere quote di mercato, perché il nuovo mondo che c'è lì fuori non è più lo stesso di prima». ☺



«Il problema che ci è capitato non bisogna aggirarlo, ma occorre affrontarlo con speranza, senza scappare dalla realtà: il mondo che c'è lì fuori è cambiato»

Nel fotino in alto, l'Ad Fausto Rinaudo. Sotto: in alto confezioni di zucchero pronte per essere poste in commercio; in basso: un magazzino all'interno della Granda Zuccheri. A destra: il tricolore proiettato sul tetto del magazzino aziendale durante il lockdown





MTM

Autentica regina dell'innovazione con il progetto "Alba"

L'avventura partì dal nulla nel 1977, quando Mariano e Pier Antonio Costamagna aprirono sotto casa, nel centro storico cheraschese, una piccola officina per la produrre componentistica per idropultrici

in

L'azienda di Cherasco lancia il quadriciclo leggero elettrico disegnato da Walter De Silva, disponibile nella versione GC, per l'applicazione golf e villaggi turistici, e a breve anche nella versione per le strade di tutti i giorni, mantenendo il focus di mercato su centri storici, città turistiche, hotel e resort

Maria Giacosa

MTM srl nel 2017 ha festeggiato i quarant'anni di attività. L'azienda cheraschese è famosa in tutto il mondo grazie al marchio Brc Gas Equipment, ma la sua avventura è cominciata nel 1977, quando Mariano e Pier Antonio Costamagna decisero di aprire sotto casa, nel centro storico della "città delle paci", una piccola officina per la produzione di componentistica per idropultrici.

Nel 1978 iniziò la collaborazione con BRC spa che si tradusse nella messa a punto di prodotti

all'avanguardia tecnologica del settore gas auto e nell'e-spansione, con la realizzazione degli stabilimenti di via La Morra e di via Moglia, sempre a Cherasco.

Nel 1992 MTM srl acquisì BRC spa creando un polo produttivo di riferimento nei carburanti alternativi. Dal 2018 MTM dedica molte energie al progetto "Alba", un quadriciclo elettrico leggero unico nel suo genere. Massimiliano Fissore è amministratore delegato dell'azienda e a lui abbiamo chiesto di spiegarci qualcosa di più in proposito.

Dottor Fissore, la storia di MTM srl inizia nel 1977: se le chiedessi di identificare le tappe più significative, quali sarebbero?

«La storia ultraquarantennale di MTM è una bellissima vicenda imprenditoriale, la storia di un'azienda che ha registrato una crescita continua, a livello sia di business che di tecnologia, operando da sempre nel mercato dei carburanti alternativi gassosi, offrendo dunque

soluzioni ecologicamente ed economicamente compatibili e sostenibili. Tra le principali tappe segnalerei: l'evoluzione tecnologia delle auto che ha spostato il focus aziendale dalla meccanica pura all'elettromeccanica e, negli ultimi anni, all'elettronica; l'internazionalizzazione, a livello sia distributivo che produttivo, attraverso l'apertura di siti produttivi in Sudamerica e in India per servire i mercati locali; la collaborazione con le principali case costruttrici di automobili a livello mondiale, in aggiunta al tradizionale canale dell'after-market; la trasformazione societaria del 2006, da azienda familiare, a società detenuta da Fuel Systems Solutions, società americana quotata al Nasdaq; la fusione avvenuta nel 2016 tra Fuel Systems Solutions e Westport, la creazione del gruppo Westport Fuels System, società canadese quotata al Nasdaq, il più grande gruppo mondiale operante nei carburanti alternativi gassosi; il processo di acquisizioni e di

#l'impresacontinua

per essere sempre all'avanguardia rispetto alla concorrenza e in linea con la continua evoluzione della tecnologia automobilistica e con le sempre più restrittive regole rispetto alle emissioni ambientali. La miscela ottimale fra la formazione, la motivazione e la crescita professionale del personale dipendente costituisce la chiave di successo e un valore indissolubile per l'azienda».

L'azienda ha un'attività di Racing Team molto significativa: progetti futuri in tale campo ve ne sono?

«Il Motorsport è una divisione aziendale in essere da dieci anni, un mix di attività di ricerca e sviluppo e marketing che ha dato significativi riscontri sia in termini di comunicazio- ▶

Ricerca e sviluppo sono i valori che da sempre ispirano l'azienda cheraschese che così può restare all'avanguardia rispetto alla concorrenza e al passo con la continua evoluzione della tecnologia automobilistica e con le sempre più restrittive regole rispetto alle emissioni ambientali

integrazioni di aziende che ha portato MTM, storicamente conosciuta sul mercato con il marchio BRC Gas Equipment, a espandere il proprio range di brand (Emer, Zavoli, Prins,

Valtek, OMVL) e a consolidare il network distributivo con oltre 120 distributori presenti in oltre 70 Paesi del mondo».

Quali sono i valori che ispirano l'azienda?

«Sicuramente, e da sempre, la ricerca e sviluppo

FORMUT

Via C. Cordoni, 17 • SAVIGLIANO
tel. 0172 712467 • fax 0172 711643
www.formut.it

- Macchine utensili
- Utensileria



SEGATRICI - LAME NASTRO - TRAPANO
PUNTE MASCHI - PRESSE - AUTOCENTRANTI
TORNIO - UTENSILI DA TORNIO
FRESATRICE - UTENSILI DA FRESA

LEVIGATRICE SABBIAATRICE
PONTE SOLLEVATORE - CHIAVI
CARRELLI UTENSILI BETA
ARMADI PORTAVERNICI

www.tec-softgate.it

ne che di risultati sportivi. Dal 2017 BRC Racing Team è partner di Hyundai Motorsport e con la Hyundai I30 Tcr la squadra ha conquistato il Campionato del mondo turismo Fia-Wtcr (World Touring Car Cup) nel 2018 e nel 2019, rispettivamente con i piloti Gabriele Tarquini e con Norbert Michelisz. Il Motorsport corre veloce in tutti i sensi e stiamo guardando a nuovi progetti e sfide che ci auguriamo di poter comunicare presto».

Parliamo di un progetto in particolare: quello denominato "Alba". Che cosa rappresenta per voi e come sta evolvendo?

«"Alba" è un nuovo progetto nato nel 2018 con l'obiettivo di realizzare un quadriciclo leggero elettrico, attualmente disponibile nella versione GC (Golf Cart) per l'applicazione golf e villaggi turistici, ma a breve anche nella versione Street Legal, utilizzabile quindi sulle strade di tutti i giorni,

L'amministratore delegato, Massimiliano Fissone, racconta anche gli oltre 40 anni di crescita, le strategie post Covid-19 e i due clamorosi successi (2018 e 2019) ottenuti nel Motorsport, vincendo il Campionato del mondo turismo Fia-Wtcr

mantenendo tuttavia il focus di mercato puntato sui centri storici, sulle città turistiche, sugli hotel e sui resort».

Il rombo del rally nella "città delle paci"

BRC Gas Equipment è un marchio di proprietà di MTM srl, società leader nella produzione e nella commercializzazione di componenti e impianti a gas metano e gpl per autotrazione. Nel primo fine settimana di agosto BRC Gas Equipment e la Città di Cherasco hanno accolto il Rally di Alba che ha attraversato le affascinanti strade delle Langhe.

La gara, organizzata dal Cinzano Rally Team, è stato il primo atto del Campionato Italiano Wrc 2020 segnando, di fatto, il ritorno alle competizioni che contano dopo lo stop imposto dall'emergenza sanitaria. Con il BRC Racing Team, ai nastri di partenza, c'arano lo spagnolo Daniel Sordo e l'irlandese Craig Breen.

Sabato primo agosto le aree degli impianti produttivi dell'azienda della "città delle paci" hanno ospitato il parco assistenza per le vetture che hanno effettuato lo shakedown nel celebre tratto di strada che collega la zona industriale alla frazione San Bartolomeo. Nel pomeriggio della stessa giornata è stato aperto, in via Garibaldi, il Brc Racing Team Village, pensato e allestito anche per celebrare i dieci anni di attività nel Motorport e di successi in tutto il mondo targati BRC.



Esteticamente come si presenta "Alba"?

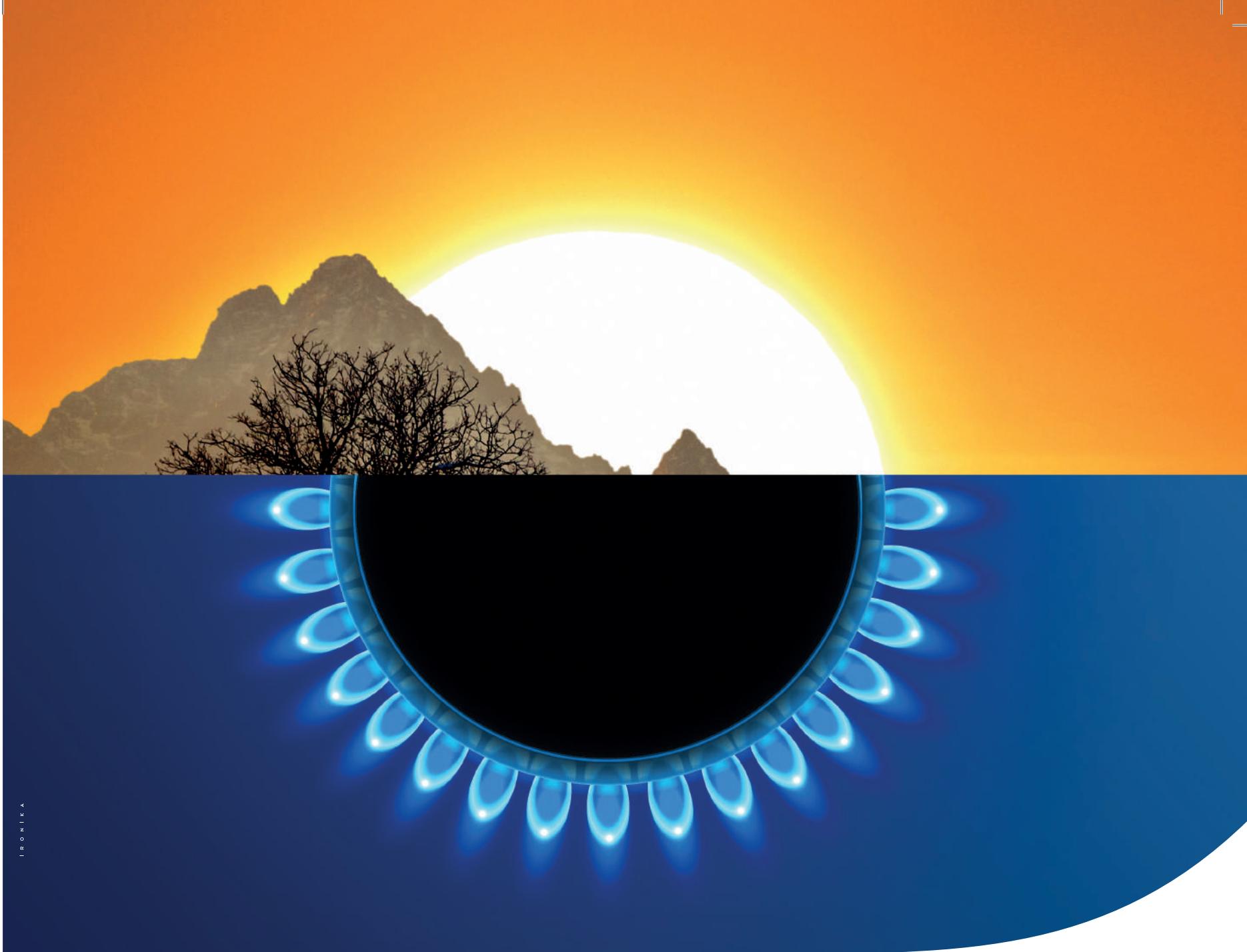
«Il design ha un ruolo fondamentale. "Alba" vuole essere un veicolo simpatico e di moda, dalle linee innovative e fuori dagli schemi tradizionali. La mano di Walter De Silva, designer italiano che vanta una lunga carriera in Alfa Romeo, Seat, Audi e Volkswagen, ha dato un contributo essenziale, rendendo "Alba", un veicolo unico nel suo segmento».

Che cosa contraddistingue "Alba" da altri veicoli della medesima categoria?

«Detto in estrema sintesi, la sicurezza, la tecnologia d'avanguardia, il confort e la personalizzazione».

Quali sono gli obiettivi che MTM dovrebbe raggiungere nel 2021?

«Come tutte le aziende italiane e straniere attraversiamo un anno particolare per effetto della pandemia che, di fatto, ha ribaltato tutte le previsioni. Un'oculata attività di gestione della crisi e la ripartenza del mercato al termine del lockdown hanno permesso alla nostra azienda di conservare la propria solidità e di garantire la continuità del proprio piano di investimenti. Tra gli obiettivi 2021 il primario è quello di ritornare a livelli di ricavo e redditività pre Covid-19 per le attività del core business, oltre a un ulteriore sviluppo e a una crescita dei business alternativi, in primis con la divisione elettronica BRC Electronic Division e sicuramente con "Alba", prodotto che ha avuto il proprio lancio in queste settimane e che entrerà a regime dai primi mesi del prossimo anno». ©



IRONIKA

Uno scambio naturale di energia

Egea riceve l'energia dalla natura e la trasforma nell'energia... che migliora la tua energia.

Nel farlo mettiamo l'ambiente sempre al primo posto. Affianchiamo i Comuni, le Associazioni e le Scuole con progetti ed investimenti, in quanto crediamo fortemente nel valore della Comunità, del Territorio.

Crediamo nella possibilità di crescere insieme, creando nuovi posti di lavoro, attraverso uno scambio naturale di energia.

Per questo, quando scegli Egea, non scegli solo il risparmio del nostro servizio luce e gas.

**Scegli l'azienda del territorio.
Scegli l'energia che conviene. A tutti.**



EGEA è
LUCE e GAS

Linea diretta Egea 0173 441155
energie@egea.it
energia.egea.it



EGEA
ENERGIE DEL TERRITORIO

EGEA Commerciale SRL

Bottero Efficienza green

in

*Importante accordo con Intesa Sanpaolo
per lo sviluppo dell'economia circolare*

Gilberto Manfrin

In oltre 60 anni di storia la Bottero di Cuneo ha generato un mix di peculiarità competitive sul fronte dell'innovazione tecnologica, delle prestazioni del prodotto e dell'integrazione di nuovi prodotti e soluzioni raggiungendo livelli di performance mai visti prima, in termini di qualità e prestazioni, ma anche sotto il profilo del risparmio energetico. Una peculiarità che ha attirato anche grandi gruppi bancari quali Intesa Sanpaolo che ha stanziato 5 milioni di euro, a valere sul plafond di 5

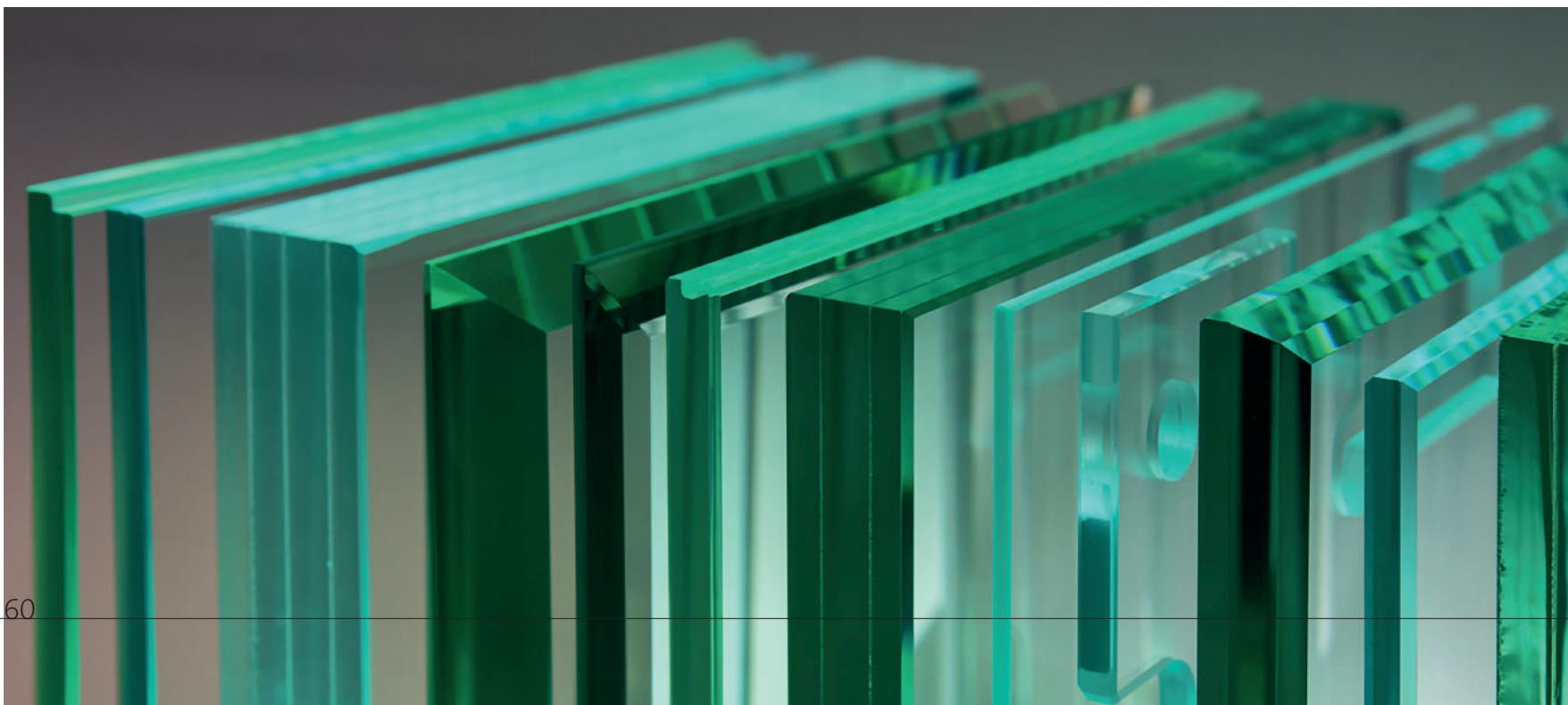
miliardi previsto dal Piano d'Impresa dell'istituto di credito per lo sviluppo in Italia dell'economia circolare, che consentirà alla multinazionale cuneese di sviluppare una linea produttiva altamente innovativa. È un'operazione indicativa della volontà delle migliori aziende del territorio di perseguire un piano di crescita responsabile, a basso impatto per l'ambiente, soprattutto in un periodo come quello attuale, in cui parlare di investimenti sembra tutt'altro che scontato. PierLuigi Terzuolo [foto nella pagina a lato], general manager engineering di Bottero, spiega che riflessi avrà il finanziamento per la multinazionale cuneese.

Ingegnere Terzuolo, questo investimento per Bottero in cosa si tradurrà?

«Il progetto prevede lo sviluppo di un particolare tipo di magazzino completamente automatizza-

to destinato alle linee di produzione del vetro piano (float) e dal quale usciranno circa 800 tonnellate vetro/giorno su cavalletti con la possibilità dello smistamento anche totale "lastra per lastra". I benefici derivanti dall'alto livello di automazione si tradurranno in una riduzione di oltre il 65% su base annua dei flussi di cassa in uscita per la gestione di questa fase di processo. In aggiunta il progetto prevede anche di ottimizzare il consumo dell'energia, mediante l'utilizzo dei nuovi sistemi di rigenerazione immediata basati sulla tecnologia a condensatori. Questo porterà a generare un risparmio energetico medio giornaliero di 2284 kWh e una riduzione pari a 1,5 tonnellate di CO₂ emessa al giorno, equivalente all'emissione complessiva di CO₂ prodotta da un'autovettura a benzina di medie dimensioni nel percorrere 15 mila chilometri».

Tra le priorità dell'azienda c'è sempre stata la massima riduzione dei consumi energetici.



Come lavorate in tal senso e in particolare nella vostra Business Unit? Ci racconta un esempio di linea che avete realizzato che rappresenta un perfetto esempio di impatto zero e di ecosostenibilità ambientale?

«Spiccano le nostre linee installate in Sicilia per la produzione fotovoltaica, in grado di assemblare pannelli solari fotovoltaici HJT con un'ef-



Tra le priorità dell'azienda cuneese, leader nei sistemi per la produzione di vetro piano e cavo, c'è la massima riduzione dei consumi energetici



Bottero, fondata a Cuneo nel 1957 e oggi presente in oltre 100 Paesi nel mondo, si è distinta sui mercati internazionali per la messa a punto di macchinari a elevata tecnologia nella produzione del vetro piano e cavo, brevetti unici molto apprezzati anche nell'edilizia di nuova generazione, in particolare nel nord Europa, negli Stati Uniti e in Oceania

ficienza superiore al 20,5%, oltre a essere al momento le più automatizzate al mondo. Questa generazione di pannelli è composta da una struttura vetro/vetro con incapsulante trasparente e 72 celle ad alta efficienza, i moduli HJT prodotti nel corso del 2020 hanno una potenza di picco da 410 W. La struttura bifacciale, inoltre, è ottimizzata per catturare la luce sia dal lato frontale che dal retro, consentendo così una maggiore produzione di energia elettrica (fino al 33% in più). Inoltre il vetro stampato utilizzato per questo pannello è, a sua volta, realizzato da linee di processo Bottero».

Come mette in pratica la Bottero il concetto di economia circolare, sempre più da sviluppare a maggior ragione in questo periodo storico?

«Mettendo a disposizione di partner il proprio know-how tecnologico, maturato in oltre sessant'anni d'attività, nel campo dell'automazione

industriale per linee di produzione complesse. L'esempio della "Fabbrica del Sole" citata prima, realizzata in Sicilia grazie al più grande operatore di energie rinnovabili in Italia e non solo, rappresenta a pieno titolo un caso tangibile di economia circolare e green. In sintesi, possiamo realizzare linee per la lavorazione del vetro che, a loro volta, vengono alimentate da una fonte di energia rinnovabile solare generata da pannelli prodotti da altre linee Bottero. Molti processi industriali primari andranno rinnovati nei prossimi anni, questo per la loro stessa sostenibilità riducendo al minimo l'impronta energetica e aumentandone l'efficienza, attraverso l'implementazione di sistemi adattativi e con l'autoapprendimento delle machine (Machine Learning)».

Perché è importante per un'azienda come Bottero sapere di poter contare sull'aiuto di partner finanziari per concretizzare i propri investimenti "green" considerato anche il "nuovo mondo" che si profila all'orizzonte?

«Un partner finanziario come Intesa Sanpaolo, particolarmente sensibile allo sviluppo dell'economia circolare e green, è essenziale per una azienda come Bottero, soprattutto per lo sviluppo delle nuove tecnologie come il "big-data-analytics" e il "machine learning", che richiedono significativi investimenti e velocità nell'adozione delle stesse non paragonabili a quanto fatto fino a oggi». ®

Coca-Cola e Lurisia 120 mila sorsi di solidarietà

in

Il progetto di espansione mira a far sempre più conoscere lo storico marchio di Roccaforte Mondovì tutelandone le caratteristiche che l'hanno reso così iconico nel panorama nazionale



Alessandro Nidi

«Crediamo che fare parte di una comunità significhi esserci nel momento del bisogno e Lurisia è un membro storico di questa comunità. Per questo motivo, durante l'emergenza sanitaria, abbiamo proceduto alla donazione di oltre 120 mila nostri prodotti e all'invio di dispositivi di protezione individuale alle strutture ospedaliere della nostra zona e al personale sanitario impegnato in prima linea nel fronteggiare

l'emergenza. Il nostro modo per ringraziarli di un lavoro straordinario fatto per il bene di tutti». A pronunciare queste parole è Petros Papageorgiou [foto nella pagina a lato], direttore generale di Lurisia che con la sua acqua minerale e le sue bevande rappresenta una granitica certezza e una piacevole e consolidata tradizione per l'intero Monregalese (e non solo). Il periodo appena archiviato non è stato dei più semplici per l'azienda, che non ha mai interrotto la propria attività, senza tuttavia perdere di vista l'incolumità dei propri dipendenti.

La pandemia da Coronavirus e il lockdown hanno stravolto la quotidianità delle realtà aziendali italiane, dando il "la" a un rinnovamento profondo delle filosofie e degli approcci al mercato. Quali sono stati le difficoltà maggiori che vi siete trovati

a fronteggiare? Come è cambiato il rapporto con il consumatore?

«Sin dai primi giorni dell'emergenza sanitaria la nostra priorità è stata garantire la salute e la sicurezza delle nostre persone. Il dialogo con le sigle sindacali è stato costante e, proprio grazie a questa collaborazione, siamo stati in grado di mantenere la continuità produttiva, rispettando – e in alcuni casi anticipando – tutte le misure di sicurezza previste dal Governo e dalle autorità sanitarie. La chiusura di tutto il canale del mondo Horeca a seguito delle misure decise per la tutela della salute pubblica è stato un duro colpo, specie se consideriamo che i prodotti Lurisia sono molto apprezzati proprio nel settore del fuori casa e che, con la nostra acqua, siamo tra i top-player di mercato. Tuttavia ci auguriamo che con la ripresa delle attività a fare la differenza sia il legame dei consumatori con i prodotti a marchio Lurisia, associati a valori quali qualità, autenticità e gusto».



L'autunno sarà sinonimo di festeggiamenti per la Lurisia che celebrerà infatti il traguardo dei suoi 80 anni

#l'impresacontinua

All'incirca un anno fa avveniva l'acquisizione di Lurisia da parte di Coca-Cola. Quali sono le sensazioni oggi?

«L'ingresso nella famiglia Coca-Cola di Acque Minerali e, di conseguenza, dei prodotti a marchio Lurisia e dello stabilimento di imbottigliamento di acque minerali di Roccaforte Mondovì rientra all'interno della nostra strategia di diversificazione dell'offerta, volta a offrire una scelta sempre più ampia ai nostri consumatori. I prodotti a marchio Lurisia saranno gestiti in una business unit separata, che da un lato ci permetterà di rispettarne il Dna storico e, dall'altra parte, darà la possibilità a questo brand italiano di beneficiare dell'arricchimento del know-how commerciale e delle opportunità che derivano dalla rete logistica diffusa capil-

larmente su tutto il territorio nazionale, rendendo possibile una crescita importante della distribuzione nel Paese. Tutto ciò, con l'obiettivo di consentire a sempre più consumatori di poter gustare e conoscere questo portafoglio unico di prodotti premium».

Quali prospettive per il futuro di Lurisia post Covid-19?

«Il nostro obiettivo a lungo termine è di far conoscere Lurisia, tutelandone al tempo stesso tutte quelle caratteristiche che l'hanno resa un prodotto iconico italiano e siamo impegnati ogni giorno per raggiungere questo traguardo. Vogliamo crescere nel mondo della grande distribuzione, andando a rafforzare i rapporti commerciali già avviati nel corso del tempo e creandone di nuovi, per dare la possibilità a sempre più consumatori di scoprire le peculiarità e l'eccellenza del nostro prodotto. In questo, però, non vogliamo dimenticarci del mondo del fuori casa, dove anzi continuiamo di mantenere alta la nostra attenzione sull'acqua dei ristoranti di fascia premium e assicurarci che la nostra inconfondibile bottiglia di vetro disegnata da Ettore Sottsass continui a incontrare le preferenze dei clienti e dei consumatori». ©

«Sin dai primi giorni dell'emergenza sanitaria la nostra priorità è stata garantire la salute e la sicurezza delle nostre persone»



Ci riflettiamo bene nelle complessità di una PMI.

Lo siamo anche noi.



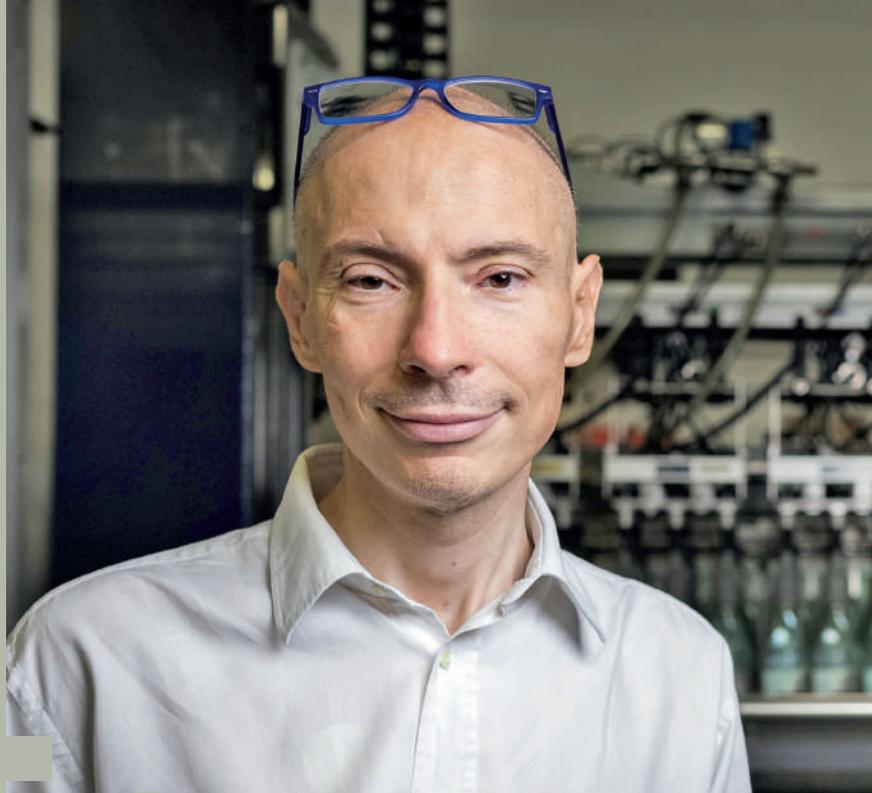
SOLUZIONI SOFTWARE E SERVIZI PER LE IMPRESE



Sistemi Tre S.r.l.
Corso Canale, 52/C - Alba (CN) - Tel. 0173444111
www.sistemitre.it



Sistemi Cuneo S.r.l.
Via degli Artigiani, 6 - Cuneo - Tel. 0171467811
www.sistemicuneo.it



In

AMIAMOCI E AMIAMO

All'inizio di luglio Alessandro Invernizzi, all'età di 49 anni, ha chiuso gli occhi per sempre. Era stato amministratore delegato di "Acqua Lurisia", triplicandone il fatturato ed esportandola in 42 Paesi, e, dopo la cessione del ramo d'azienda alla Coca-Cola, era rimasto alla guida delle Terme di Lurisia. Ha combattuto con coraggio per una decina d'anni contro la leucemia, rendendo pubblica la sua battaglia anche per dare un esempio e ispirare chi si trova a lottare contro una malattia o altre avversità dell'esistenza. Per questo ha dato vita al movimento dei Feliciani, redigendone il "manifesto": «Vogliamo un Mondo Più Felice per tutti. Vogliamo lasciare alle

generazioni future un Mondo Migliore di quello che abbiamo trovato e lo vogliamo fare agendo per un Mondo Più Felice. Per farlo abbiamo deciso di prenderci la responsabilità di essere per primi noi felici ed essere esempio ad altri. Per noi la felicità è la consapevolezza che stiamo facendo la cosa giusta per noi e per gli altri. La felicità è fare, non avere o essere».

"Amiamoci e amiamo" è il titolo dell'ultimo testo scritto da Alessandro Invernizzi nel proprio sito personale (connesso al blog www.18mq.it, 18 come i metri quadrati della camera sterile dov'era stato costretto al ricovero dopo la diagnosi della leucemia), in cui si legge anche: «Nella vita abbiamo una sola certezza, quella

della Morte. Alla Morte sono legati due fattori, il quando e il come. Sul fattore quando non posso influire, ma sul fattore come sì. Sono sicuro che voglio morire Felice e da Vivo e per questo vorrei trasmettere ai miei figli e a chi è interessato le mie idee per una vita Felice e Viva».

Ecco le considerazioni espresse dal rimpianto imprenditore lo scorso 27 giugno. Definirle "testamento spirituale" forse è eccessivo, però illuminano sul suo essere stato Uomo sino alla fine.

«Attivo il timer dell'orologio. 5 minuti. La prima sessione è di respirazione. Chiudo gli occhi e inizio a sentire il mio respiro. È di pancia. Il fiato entra ed esce. Arrivano tanti pensieri. Cosa devo fare questa mattina. Le parole dette e ascoltate ieri sera. Riprendo il controllo, ritrovo le sensazioni dell'ascolto nel presente. Il respiro. I suoni, la sensazione della sedia, la parete davanti a me. L'essere qui. Il respiro entra ed esce. Sono qui. Accentuo il sorriso e inizio a cercare quello dei bambini. Nel bosco delle fate. I colori, i suoni, i loro volti sorridenti. Sento il calore, l'energia di quel momento. Tutto risplende. L'amplifico, ci giro intorno. Mi ci immergo. Il bosco, loro, l'energia delle loro risate. Siamo un tutt'uno. Mi astraggo, divento spettatore, contemplo quella scena. Contemplo la Vita, che è Amore per la Vita. Suona il timer, apro gli occhi. Tutto è chiaro e limpido. La cosa più importante è l'Amore. L'essere e l'agire per il Bene. Per Amore, per il Bene. L'Amore più importante è quello per noi. Partendo dal volere il nostro bene arriviamo a volere il bene per tutti, per tutto. Amiamoci, pensiamo e agiamo per il nostro bene. Non giudichiamoci, accettiamo e accogliamo con amore come siamo. Amiamo come siamo. Non dobbiamo dimostrare niente a nessuno, siamo liberi nel nostro presente di essere e agire per il bene. Il Bene è assoluto, non esiste un bene che sia male per altri, per altro. Amarci non può essere altro che Amare tutti e tutto. Volere il nostro bene non può essere altro che volere il bene di tutti e del tutto. Sono convinto che questo sia il Sacro Graal tanto cercato. Vivere è Amore. Grazie Vita! Ti Amo Vita!». ☺

Alessandro Invernizzi ha vissuto per 49 anni, gli ultimi dieci dei quali impegnato nella battaglia, che ha voluto rendere pubblica, contro la malattia. Ha lasciato un indelebile esempio come uomo e come imprenditore

GLI ESEMPI DEL PASSATO PER GUARDARE AVANTI

Anno 2015, Alba: 14 febbraio, Michele Ferrero; 16 giugno, Fiorenzo Revello; 17 giugno, Carlo Miroglio. Cinque anni fa, nel giro di quattro mesi, hanno concluso le proprie esperienze terrene tre imprenditori appartenenti alla generazione che ha vissuto la gioventù durante la tragedia del secondo conflitto mondiale e della guerra civile e che ha avuto dal fato il compito di contribuire alla rinascita del proprio territorio e del Paese tutto. Ognuno di essi lo ha fatto dispiegando genialità e intraprendenza, nel contempo senza lesinare l'impegno per la collettività, ciascuno in base alla propria sensibilità e alle proprie inclinazioni.

Che dire di non scritto del papà della "Nutella", mancato poco prima di compiere 90 anni? Il Gigante amico voluto da Michele Ferrero oggi parla di e per lui in ogni angolo del pianeta, così come di lui dice il territorio albese e della Langha che gli deve una significativa parte del benessere attuale e il mancato spopolamento delle campagne, tramutatosi in

Nel 2020 ricorrono i cinque anni della scomparsa degli imprenditori Michele Ferrero, Fiorenzo Revello e Carlo Miroglio, fra i protagonisti della rinascita post-bellica

oro non solo grazie ai prodotti della terra, ma anche perché ha consentito lo straordinario sviluppo del comparto turistico.

"Resùn" Revello, morto a 89 anni, fondò i pastifici "Cento torri" e "Albadoro" e la catena della grande distribuzione organizzata "Fiorfiore".

Per un decennio presiedette la Fiera del tartufo bianco d'Alba, la quale sotto la sua guida raggiunse la qualifica ufficiale di "fiera nazionale".

In più fu un autentico mecenate in campo sportivo amatoriale.

A Carlo Miroglio, deceduto a 92 anni d'età, sono state riconosciute non comuni capacità imprenditoriali «che hanno trasformato, nel secondo do-

#l'impresacontinua

poguerra e negli anni successivi, Alba e il suo territorio, da un borgo rurale e commerciale, nella zona più industriale e sviluppata del cuneese e fra le prime in Piemonte e in Italia», come si legge nella scheda a lui dedicata sul sito del centro studi di letteratura, storia, arte e cultura "Beppe Fenoglio". Con il fratello Franco, mancato nel 2008, ha guidato per decenni il gruppo tessile fondato dal padre Giuseppe. La circostanza che nel 2020 ricorrono i cinque anni della scomparsa di questi capitani d'industria è tanto più significativa perché, a causa dell'emergenza sanitaria globale, stiamo affrontando un altro periodo di rara difficoltà e di eccezionale complessità. Si tratta di una situazione non sovrapponibile a quella originata dal conflitto mondiale, ma ciò non toglie che gli esempi di questi tre imprenditori, che hanno lasciato un segno indelebile nella memoria collettiva, possa fare da stimolo a chi, oggi, è impegnato in un'altra ricostruzione non solo fisica, ma anche psicologica e morale. Dobbiamo guardare avanti, è vero. Ma ogni tanto uno sguardo al passato può essere utile. ☺

in

Da sinistra: Michele Ferrero, Fiorenzo Revello e Carlo Miroglio, i tre grandi imprenditori albesi scomparsi un lustro fa, nell'arco di quattro mesi. Avevano, rispettivamente, quasi 90, 89 e 92 anni



Thok e-Bikes

La Ferrari delle biciclette

in

Cristina Borgogno

La ripartenza è in salita? C'è sempre la bicicletta elettrica. Ad Alba, nella sede della Tcn/Bianco, la Thok E-bikes rappresenta la più ambita tra le mountainbike a pedalata assistita. Nata nel 2016 dalla felice collaborazione tra Giuseppe Bernocco e Sebastiano Astegiano, due dei più capaci imprenditori piemontesi che gestiscono con successo il Tcn Group, insieme con un atleta del calibro di Stefano Migliorini (campione di Bmx e Down Hill) e poi l'ex manager di Ducati e Honda Hrc Livio Suppo, Thok è un'azienda che realizza in provincia di Cuneo le e-mtb dei sogni di qualsiasi atleta o appassionato di biciclette. All'indomani della pandemia e il lockdown che hanno colpito duramente l'economia, come sta andando il mercato di Thok? «Nel nostro settore, grazie anche ai bonus statali che incentivano l'acquisto, il lavoro è ripartito», spiega Stefano Migliorini, socio e Ceo di Thok.

La pandemia non ha fermato la Thok e-Bikes, società del gruppo Tcn di Alba che realizza le e-mtb dei sogni di qualsiasi atleta o appassionato di biciclette. A settembre sarà lanciata l'intera nuova gamma, mentre hanno avuto immediato successo i modelli esclusivi presentati nelle scorse settimane

«Il problema ora è riuscire a soddisfare le richieste del mercato. Tutti vogliono le biciclette subito e, a causa della situazione pandemica mondiale, i ritardi con i fornitori della bike industry sono molti, che si parli di materia prima o di accessori per l'assemblaggio. Noi lavoriamo al massimo per cercare di limitare i disagi, ma siamo parte del sistema. Bisogna ricordare a tutti che stiamo ancora vivendo uno stato di emergenza che coinvolge l'intero pianeta e ci vorrà ancora molta pazienza».

Quello delle biciclette a pedalata assistita è un mercato che oggi, in Europa, vale 1,6 milioni di esemplari ogni anno. E, secondo Bosch (tra i principali produttori), fra dieci anni le e-bike rappresenteranno il 50% dell'intero mercato anche perché, oltre alle e-mountain bike, molto alta è la richiesta di bici da città e da cicloturismo, stu-



diate anche per la famiglia, con tanto di seggiolini o carrelli per bambini.

Oggi in Italia siamo ancora lontani dai numeri dei Paesi del nord Europa, ma il parco dei ciclisti che usufruiscono della pedalata assistita, sia per divertirsi che per spostarsi in città, è in netto e costante aumento. «Naturalmente esistono modelli adatti a ogni tipologia di biker, dal meno allenato che percorre i rilassanti trail "lungo-lago" al biker più esperto che ama affrontare i sentieri tecnici, fino a coloro che utilizzano le bici per la mobilità urbana», dice ancora Migliorini. «In base alle caratteristiche tecniche, ognuna si adatta ai differenti tipi di percorso, proprio come avviene per le auto per le quali esistono le utilitarie, le sportive, i Suv. La scelta dipende dal tipo



di utilizzo che se ne vuol fare. Thok e-Bikes ha diverse tipologie di bicicletta in gamma, quindi ne esiste una adatta per ogni segmento di utenza, dagli amanti del trekking e i trail più tecnici, alle pedalate nel relax della natura, per arrivare alla e-bike per i rider più esigenti».

Tutte però con lo stesso tratto in comune, pensate per essere essenziali, pratiche e tecnologiche. E caratterizzate da un'altissima qualità e uno stile inconfondibile, un brand sempre più internazionale con un nome che viene dal dialetto piemontese (pare che, guardando uno dei primi telai, Bernocco abbia esclamato «È propi an bel toch», ovvero «È proprio un bel pezzo») e una fiera "albesità".

Commercializzate ovunque, le Thok e-Bikes infatti vengono studiate e progettate nella capitale delle Langhe, nel quartier generale di corso Asti, con la consulenza di professionisti riconosciuti in tutto il mondo, come il designer della Moto Gp Aldo Drudi, e testate da Migliorini in persona che aggiunge: «Il made in Italy fa sempre la differenza, e non solo nel mondo bike. È risaputo che noi italiani sappiamo essere creativi, visionari, innovativi. Siamo fieri di aver portato il tricolore

L'immagine sottostante riunisce i soci:

Giuseppe Bernocco (presidente TCN Group e socio Thok)

Stefano Migliori (campione di mountain bike anni '90, socio e Ceo Thok)

Sebastiano Astegiano (Ceo TCN Group e socio Thok)

Livio Suppo (Ambassador Thok)



in alto tra le bandiere dei grandi produttori mondiali di mtb. L'italianità è parte fondamentale del nostro Dna».

Non per niente, nel mondo

degli addetti ai lavori, Thok e-Bikes viene spesso definita "la Ferrari delle biciclette" non solo per la qualità del prodotto, ma anche per la cura e l'assisten-

za post-vendita che l'azienda mette a disposizione del cliente finale.

In questi anni, poi, intorno al mondo Thok e-Bikes si è cominciato a fare molto rumore, sono nate pagine di appassionati sui social e sono stati realizzati centinaia di servizi giornalistici sulla stampa specializzata. E se quello delle biciclette elettriche è un fenomeno esplosivo ormai anche in Italia e ovunque in fortissima crescita, il passo verso il mondo delle moto, per Thok e-Bikes, è stato quasi naturale.

Tra testimonial come Toni Bou, Marco Melandri e Loris Capirossi, alcuni mesi fa è nata anche la partnership con Ducati.

«A Borgo Panigale volevano entrare nel settore e-bike», spiega Migliorini. «Dopo aver provato uno dei nostri mezzi e grazie

Il distretto delle biciclette altra eccellenza della Granda

Con il cuore a Dronero, il bacino produttivo più grande d'Italia nel campo delle due ruote è un altro fiore all'occhiello della provincia di Cuneo.

“Made In Cuneo” se ne occupò con risalto nel primo numero del 2018, ripercorrendo la storia di una lunga tradizione che ha saputo stare al passo con l'evolvere dei tempi, riuscendo a tener testa a una concorrenza “spietata” come quella cinese.

Si parla di circa un milione e 700 mila esemplari prodotti l'anno, di un giro d'affari che si avvicina ai 100 milioni di euro, di 200 dipendenti diretti e di almeno 800 persone coinvolte nell'indotto: questo è il “distretto naturale” delle biciclette che ruota intorno ad aziende

del calibro della Denver di Dronero e della Telai Olagnero di Roccabruna, le due più grandi, della Dino Bikes spa di Borgo San Dalmazzo, della Montana Bike di Magliano Alpi e della All Bike's srl di Villar San Costanzo e di numerose altre imprese. Delle oltre trenta aziende che nel Registro Imprese della Camera di commercio di Cuneo risultano iscritte con il codice Ateco relativo alla fabbricazione e al montaggio di biciclette, una forte concentrazione è allocata proprio nel dronerese.

Questo particolare settore produttivo non è stato esente dalle conseguenze della crisi globale, ma è fra quelli che hanno la possibilità di usufruire di una delle facilitazioni varate a seguito

tec-antigratiche.it

LASCIATEVI CONDIZIONARE

DALLA NOSTRA PROFESSIONALITÀ.

TECNOLOGIE DEL CLIMA

IL MEGLIO DEGLI IMPIANTI DI CLIMATIZZAZIONE

CIVILI | COMMERCIALI | INDUSTRIALI

S.S. Alba-Bra | Borgo S. Martino, 56

0172 478995

climacontrol.it

CLIMACONTROL

CLIMACLEAN

TECNOLOGIE PER UN'ARIA PIÙ PULITA

GLI ESPERTI DELLA
SANIFICAZIONE A 360°

MONITORAGGIO - SANIFICAZIONE
IGIENIZZAZIONE - IMPIANTI
DI TRATTAMENTO ARIA
E CLIMATIZZAZIONE

climaclean.it

**MITSUBISHI
ELECTRIC**
CLIMATIZZAZIONE

dell'emergenza sanitaria.

Con il Decreto Rilancio il Governo ha infatti puntato a promuovere con un bonus da 500 euro la micromobilità individuale nelle aree urbane. L'obiettivo è incentivare gli spostamenti urbani con mezzi alternativi al trasporto pubblico locale.

Lo possono richiedere cittadini maggiorenni residenti nei capoluoghi di regione, nei capoluoghi di provincia e nelle città metropolitane e, più in generale, nei centri con più di 50.000 abitanti. Per la Granda, quindi, possono accedere solo i cuneesi, ma questo è solo un aspetto della questione, l'altro riguarda invece le aziende specializzate attive in provincia di cui abbiamo appena parlato che certo traggono vantaggi significativi da questa iniziativa

in termini di ampliamento della richiesta e, quindi, del mercato. Il bonus copre il 60% della spesa complessiva sostenuta, fino a un massimo di 500 euro per l'acquisto di biciclette anche a pedalata assistita, nonché di veicoli per la mobilità personale a propulsione in prevalenza elettrica quali segway, monopattini, hoverboard e monoruota. Il buono vale anche per l'uso di servizi di mobilità condivisa (sharing) a uso individuale, esclusi quelli con autovetture.

La validità concerne acquisti effettuati fino al 31 dicembre 2020. Il bonus può essere chiesto una sola volta ed esclusivamente per una delle destinazioni d'uso previste.

naturalmente a Livio Suppo, è cominciata questa collaborazione della quale siamo molto fieri. Con Ducati condividiamo lo stesso Dna italiano, la passione per la performance, la velocità, lo stile. Siamo molto soddisfatti e sicuramente in futuro condivideremo con loro altri progetti».

Anche perché per Thok e-Bikes non c'è pandemia che tenga. È di giugno il lancio della Mig 2.0, evoluzione della fortunata Mig, la "all mountain" per tutti tipi di terreno, un mezzo davvero molto versatile che, grazie al baricentro basso, mette subito a proprio agio qualsiasi tipo di biker.

E sempre poche settimane fa è uscita la nuovissima TK01 che ha segnato l'ingresso del brand nel settore enduro, una e-bike che si differenzia totalmente

dalla precedente per tipologia di mercato, geometrie e filosofia, lanciata in un'edizione limitata di soli 35 esemplari che mostrano tutto il meglio che la casa albese può offrire agli appassionati.

E non è tutto, perché tra poco in casa Thok e-Bikes ci saranno altre novità.

«A settembre lanceremo l'intera nuova gamma che si differenzierà dalla Ltd per la componentistica», conclude Migliorini. «Poi appunto arriveranno altri progetti con Ducati. Effettivamente il tutto sta avvenendo in piena pandemia, abbiamo cercato di non fermarci. Diciamo che i nuovi progetti sono appena stati presentati e per ora ci concentriamo su questi, ma restiamo sempre con la mente in movimento». ©



La nuovissima TK01 di Thok e-Bikes prodotta in soli 35 esemplari, subito "sold out". Al "distretto delle biciclette" della provincia di Cuneo questa rivista ha già dedicato un ampio reportage (nell'immagine sopra) nel quale venne presentata questa realtà produttiva così particolare





Nella Granda sono state numerose le realtà produttive, di varie dimensioni, che fin dai primi giorni della quarantena hanno deciso di realizzare mascherine o gel sanificanti, di cui la carenza era evidente e destava preoccupazioni. Fa gli investimenti più rilevanti va senza dubbio citato quello deciso dal Gruppo Miroglio

in

Parola d'ordine *Riconversione*

Oltre l'emergenza, per trarre dalla crisi nuove opportunità

Francesca Pinaffo

«**In una congiuntura negativa, bisogna affidarsi alla creatività: fare della crisi un'opportunità per reinventarsi».** Lo ha affermato l'economista e saggista francese Jacques Attali. E oggi, in un'Italia che cerca di risollevarsi dagli effetti negativi che l'epidemia di Covid-19 ha avuto sul tessuto imprenditoriale, è evidente come la

determinazione e l'inventiva possano essere gli ingredienti non solo per resistere, ma anche per puntare a nuovi obiettivi. Ne sono un esempio le imprese della provincia di Cuneo che, durante i mesi di lockdown, hanno saputo rispondere a bisogni primari della comunità, avviando la produzione di mascherine facciali o di prodotti igienizzanti per mani e superfici. Dalla Fase 1 alla Fase 2, in cui questi prodotti rimangono primari, ma in cui non se ne sente più la carenza sul mercato, in certi casi le aziende hanno deciso di sospendere la produzione. Ma in altri casi hanno deciso di non limitarsi alla deroga concessa dal Governo per la loro messa in commercio durante l'emergenza sanitaria, bensì di andare oltre, con

Durante le settimane di lockdown tante imprese della provincia di Cuneo hanno saputo rispondere a bisogni primari della comunità avviando la produzione di mascherine facciali o di prodotti igienizzanti per mani e superfici

#limpresacontinua

obiettivi che puntano al lungo periodo. È la parabola vissuta negli ultimi mesi dal Gruppo Miroglio che, attraverso la sua business unit M360, ha iniziato a produrre mascherine facciali a partire dal mese di marzo, dando una risposta tempestiva alla grande carenza di dispositivi manifestata dalla Regione Piemonte. Oggi le mascherine, prodotte dall'azienda albese nello stabilimento di Pollenzo, hanno ottenuto la certificazione di dispositivi medici monouso (Classe I – tipo II), in conformità con la direttiva 93/42/Cee. Imbustate singolarmente, sono marchiate CE. Stefano Mulasso è il responsabile della M360: «Quando abbiamo iniziato con la produzione di mascherine, a marzo, è stato per rispondere a un'esigenza primaria. In pochissimo tempo, vista la richiesta della Regione Piemonte, abbiamo messo a punto il prototipo poi entrato in produzione, ma non c'era la possibilità di ottenere certificazioni. Basti pensare che, a metà marzo, in Italia non c'era alcun laboratorio in grado di testare mascherine». Superati i mesi più drammatici dell'emergenza, in casa Miroglio è iniziata una complessa fase di studio della normativa: «Il 90% dei dispositivi facciali presenti sul mercato, spacciati come chirurgici, in realtà sono falsi. Abbiamo così messo a punto un prodotto in linea con la normativa e made in Italy». Nello stabilimento di Pollenzo le mascherine, formate da due strati di tessuto Tnt, vengono realizzate in un ambiente a carica batterica controllata, in cui si entra attraverso una bussola di decontaminazione. Un inve-

stimento da un milione di euro sostenuto dall'azienda albese senza contributi statali o regionali, «perché, aderendo alla produzione in deroga, non sarebbe stato possibile ottenere la certificazione», precisa Mulasso. Oltre alla prima macchina già in funzione, a breve verrà attivata una seconda linea produttiva, portando a trenta il numero di addetti, arrivando a produrre dai 7 ai 10 milioni di mascherine entro l'anno – 100 mila al giorno –, di cui 500 mila destinate ai dipendenti del gruppo albese e le restanti distribuite sul mercato. Il prezzo oscilla dai 0,35 ai 0,40 centesimi a seconda dei quantitativi, sempre al di sotto della soglia dei 0,50 centesimi: «Riusciamo a mantenere questo prezzo dal momento che la produzione avviene con linee automatizzate, tramite macchine che abbiamo adattato alle nuove esigenze», aggiunge il responsabile. A metà luglio, poi, è arrivata la certificazione CE anche per le mascherine chirurgiche personalizzabili, grazie al know-how della Miroglio Sublitex, che si occuperà della fase di stampa nello stabilimento di corso Asti, ad Alba. Perché, anche se si tratta sempre di mascherine chirurgiche, non è detto che si debba rinunciare a un'impronta personale.



In alcuni casi la produzione di mascherine, venute meno la fase acuta dell'emergenza e la difficoltà di reperire questi Dpi, è stata sospesa, mentre altre aziende continuano a realizzarle

Una scelta, quella di avviare linee fashion di mascherine, adottata anche da altri imprenditori del Cuneese. Come la Peraria, azienda tessile di Vottignasco che realizza strutture gonfiabili e che il 23 marzo ha sfornato le prime mascherine con un tessuto alimentare presente in casa, arrivando a produrne in totale circa



350 mila. Oggi, ottenuta la certificazione dell'Istituto Superiore di Sanità, prosegue con la produzione su richiesta, dopo aver avviato anche una seconda linea con 30 texture. Non poteva non puntare sul fashion anche la Valery di Sommariva del Bosco, azienda di beachwear, che realizza su ordinazione mascherine in polipropilene marchiato CE a uso generico, con l'aggiunta di un secondo strato in lycra, pizzo o altri materiali, abbinabili a costumi o abiti. Tra le imprese cuneesi che hanno investito sul lungo periodo nella produzione di mascherine c'è anche l'Euromaster Evolution, azienda di tessuti tecnici di Sommariva del Bosco, che ha avviato una nuova linea produttiva per la realizzazione di mascherine chirurgiche, certificate dall'Istituto di Sanità e marchiate CE, vendibili al di là della produzione in deroga ammessa dal Governo italiano. È invece cessata con l'emergenza la produzione delle mascherine della Basik 2 spa di Bonvicino che produce tessuti in spugna e che a marzo ha avviato la realizzazione di mascherine con un sistema di garzature filtrante, non chirurgiche. Così come è cessata la produzione di mascherine in cotone, con trattamento idrorepellente, avviato durante il

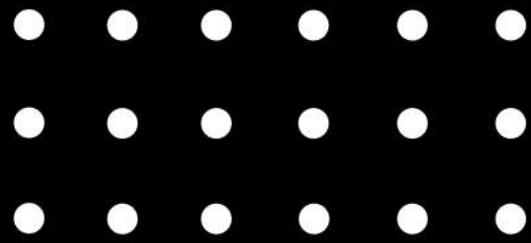
lockdown dalla Trucco Tessile di Savigliano: una produzione di circa 3 mila mascherine al giorno, di cui molte donate a Comuni ed enti pubblici. È sospesa per un calo netto della richiesta, anche la produzione di tessuto per mascherine a uso civile avviato dalla Technofabric di Costigliole Saluzzo che, grazie alle conoscenze nel campo dei tessuti tecnici, ha prodotto per mesi un tessuto in cotone con una piccola percentuale di elastan, con trattamento antigoccia, lavabile. Durante l'emergenza, a scarseggiare non erano soltanto le mascherine, ma anche i prodotti igienizzanti per mani e superfici, con l'alcol diventato quasi introvabile. Anche in questo caso, sono diverse le aziende cuneesi che hanno avviato questo tipo di produzione. Come la Sedamyl

di Saluzzo, azienda che produce anche alcol potabile e che, durante l'emergenza, ha ottenuto dall'Agenzia delle dogane la possibilità eccezionale di produrre anche alcol denaturato, con il quale produrre igienizzante per le mani e per superfici, spesso donato a aziende sanitarie e Protezione civile. Oggi, vista la minor richiesta, la produzione è sospesa. Prosegue invece quella per igienizzante per le mani avviata dalla Sircolor di La Morra, industria di vernicianti che, anche in questo caso, ha spesso donato il prodotto a titolo gratuito ad Asl ed enti benefici. Con una produzione ciclica, continua ad arrivare nelle case delle clienti Barò Cosmetics, in omaggio, il gel prodotto dall'azienda di cosmetici di Castagnito. Durante il lockdown non c'è stata una riconversione dell'azienda, ma l'aggiunta di un nuovo prodotto, prima nel flaconcino da 100 ml, di cui 2 mila pezzi sono stati donati alla Regione Piemonte nel momento di massima emergenza. E poi anche nel flacone da 500 ml, abbinato a colonnine ecocompatibili, adatte per essere disposte in esercizi aperti al pubblico. E che la crisi possa diventare un'opportunità, lo dimostra la Marco Polo Engineering, realtà internazionale di Borgo San Dalmazzo, attiva in campo internazionale sul fronte ambientale. Sono tre gli igienizzanti la cui produzione è stata avviata negli scorsi mesi, dalle superfici alle mani, improntati su una filosofia green, innocui sia per l'ambiente che per le persone: non una produzione destinata a esaurirsi con l'emergenza, ma un nuovo comparto, con l'obiettivo di restare nel tempo. ☺



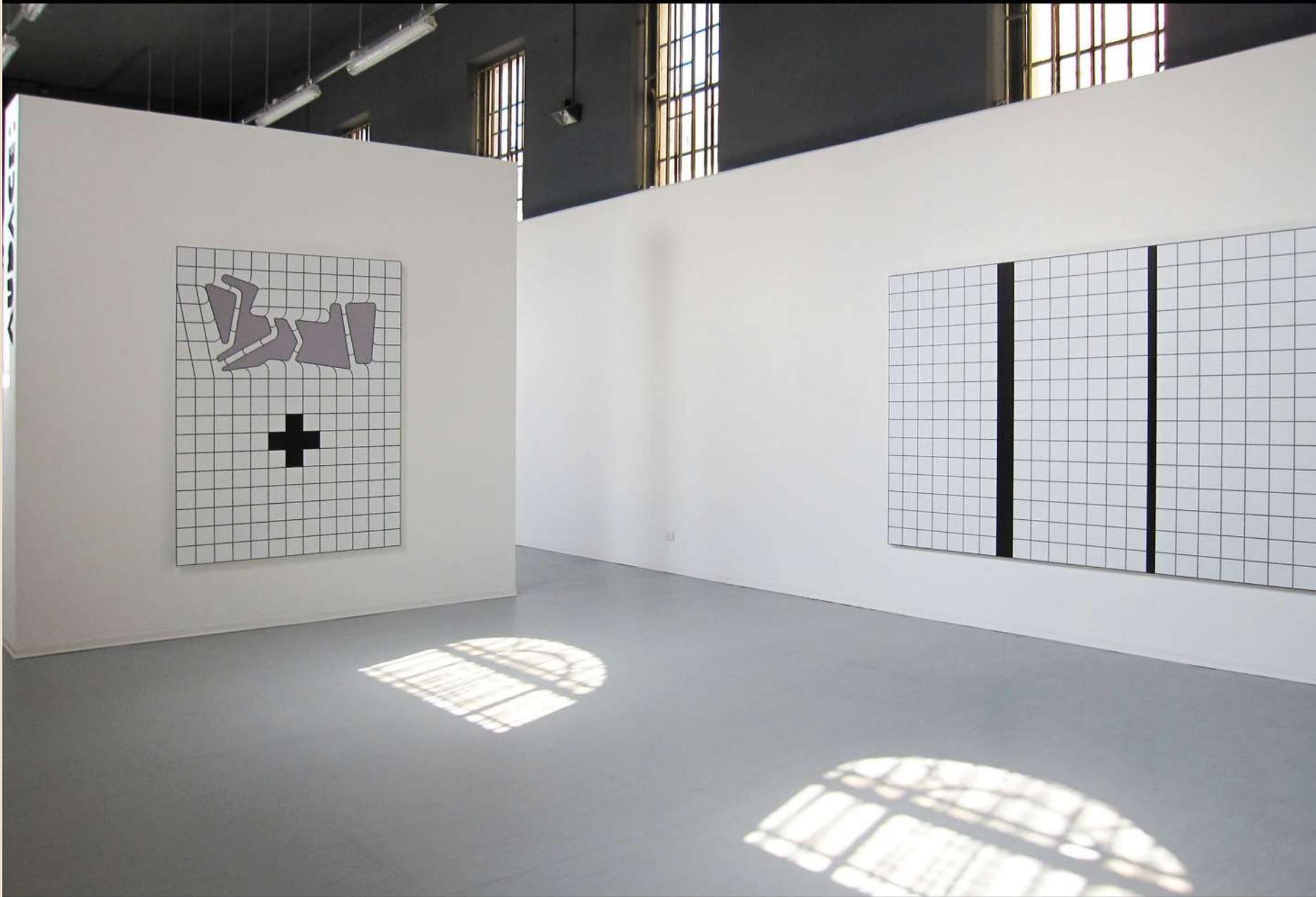
Un altro richiestissimo coadiutore dell'igiene personale è il gel sanificante il cui consumo in grandi quantità continua sia negli ambienti privati che il quelli frequentati dal pubblico. Anche in questo caso sono numerose le aziende della Granda che ne hanno avviato la produzione





AGANAHUEI

a r t e i n d u s t r i a l e



AUDACE



opere in stampa digitale su
pannelli compositi (Dibond)



digitaliy printed works
on omposite panels (Dibond)

www.aganahuei.com

QUANDO LA SOLIDARIETÀ È GRANDA

Viaggio alla scoperta delle donazioni, economiche e materiali, effettuate durante il lockdown da parte di numerose aziende cuneesi. Generosità anche verso i dipendenti



Grandi, medie e piccole, sono decine le imprese della nostra provincia che hanno preso parte alla spontanea gara di solidarietà scattata subito dopo lo scoppio dell'emergenza nei confronti della collettività, degli operatori della sanità e ovviamente dei propri dipendenti, con una infinità di donazioni in denaro oppure in prodotti



Alessandro Nidi

«La solidarietà del genere umano non è solo un segno bello e nobile, ma una necessità pressante, un “essere o non essere”, una questione di vita o di morte». Ad asserirlo fu il padre della Critica della ragion pura, Immanuel Kant, e le sue parole, oggi come non mai, paiono essere permeate da un rivolo d’attualità inestinguibile: colpa degli accadimenti degli ultimi mesi, colpa del Coronavirus. La pandemia, che ha messo in ginocchio anche le economie delle potenze mondiali più blasonate, ha favorito la rinascita di un sentimento solidale troppo spesso sopito. Improvvisamente, tutti ci siamo scoperti più fragili, più vulnerabili. Nessuno poteva (e può) dirsi veramente al sicuro di fronte a un nemico invisibile agli occhi, ma non al nostro corpo. Questa quasi inedita condizione d’uguaglianza sociale, che non ha operato distinzione alcuna in base al ceto d’appartenenza, ha reso fertile l’humus nel quale è germogliato il desiderio di aiutarsi vicendevolmente nella quotidianità, attraverso gesti talvolta anche semplici, ma sempre preziosi e mai troppo scontati. Il Piemonte è stata una delle regioni italiane più bersagliate dal virus e migliaia di casi si sono registrati anche in provincia di Cuneo, dove, come in molte altre zone del Belpaese, non si è fatta attendere la risposta generosa di aziende, industrie, associazioni



Nicole Fashion (gruppo Pronovias) ha promosso l’iniziativa “Heroes collection” che ha avuto un notevole impatto. La direttrice artistica è la stilista Alessandra Rinaudo. Sono stati confezionati abiti da sposa esclusivi per le “eroine della sanità”

e privati cittadini, che hanno messo a disposizione dei più bisognosi e della sanità pubblica le loro risorse, contribuendo a salvare vite e a migliorarne altre e scrivendo una meravigliosa pagina di storia della Granda, da raccontare alle nuove e future generazioni non appena il Covid-19 sarà soltanto un brutto ricordo. Su queste colonne vogliamo provare a illustrare ampi stralci di questa storia che registra e testimonia la vittoria della speranza, della ripartenza e, più genericamente, del domani su un presente buio e tanto considerato quanto inevitabile.

IL GRANDE CUORE DELLE AZIENDE

Sono stati tanti gli aiuti di natura economica nel e dal Cuneese. A tal proposito, non si possono non menzionare i 10 milioni di euro che la famiglia Ferrero, mediante Ferrero Italia, ha scelto di donare alla struttura commissariale nazionale di emergenza, presieduta da Domenico Arcuri. Una decisione alla quale non ha fatto seguito alcun commento da parte dei Ferrero, abituati a non rendere pubbliche le loro iniziative con finalità solidale. Un altro grande impegno finanziario è indubbiamente quello assunto dal Consorzio Granda Bus che, nell’ottica di supportare da vicino le strutture ospedaliere della provincia di Cuneo, ha destinato 50 mila euro all’Asl Cn1, importo erogato dalle seguenti aziende di trasporto pubblico locale: Bus Company (16.500 euro), Autolinee Nuova

EMERGENZA SANITARIA COVID-19

Gino

Il Gruppo Gino
dona 100.000€
a sostegno della Sanità Pubblica

#andràtuttobene

#IoRestoACasa #PerTuttiNoi #ForOurCustomers

Il Gruppo Gino ha deciso la donazione di 100.000 euro a sostegno della sanità pubblica nei giorni successivi ai primi picchi di contagio

Benese (7.500 euro), Autolinee Allasia (5mila euro), Gunetto Autolinee (5.000 euro), Riviera Trasporti Piemonte (5mila euro), Sac/Nuova Saar (5.000 euro), Sav Autolinee/Autolinee Valle Pesio (5.000 euro) e Actp (1.000 euro). Il presidente del Consorzio Granda Bus, Clemente Galleano, ha commentato: «Anche noi operatori siamo prima di tutto cittadini e vogliamo essere vicini ai concittadini. Nei difficili mesi passati abbiamo continuato a garantire il servizio di trasporto pubblico, cercando di tutelare al massimo il nostro personale viag-

giante e i passeggeri. Questo piccolo gesto vuole restituire almeno in parte ai nostri Comuni e alla nostra grande provincia la disponibilità e l'apertura che ci è stata dimostrata in questi anni». Encomiabile atto di generosità, poi, da parte del gruppo Acqua Sant'Anna Fonti di Vinadio, resosi protagonista di una donazione da 500 mila euro all'Azienda sanitaria ospedaliera San Luigi Gonzaga di Orbassano, all'ospedale Santa Croce di Cuneo e alla Valle Stura. «L'intero importo», hanno precisato dall'azienda, «è stato principalmente utilizzato per l'acquisto di nuovi macchinari e attrezzature specifiche, utili allo staff ospedaliero per garantire assistenza ai pazienti e massima sicurezza al personale sanitario». Il presidente di Acqua Sant'Anna, Alberto Bertone, ha aggiunto: «Sono molto legato al nostro territorio e mi impegno in prima persona affinché il gruppo Acqua mi-

nerale Sant'Anna sia in prima linea per fronteggiare i bisogni della comunità». 100 mila euro sono stati donati dalla Gino spa alla sanità pubblica piemontese, mentre l'azienda Mec di Montanera ha devoluto 50 mila euro alla Fondazione Ospedale Santa Croce e Carle di Cuneo. «Un piccolo gesto», ha commentato l'amministratore delegato, Claudio Formento, «di vicinanza a tutta la nostra comunità e alle istituzioni, in coerenza con la nostra vision aziendale di promotori e sostenitori di un intero territorio». Cifra importante anche quella elargita dalla Sedamyl, che ha sostenuto con gratitudine lo sforzo di quanti nella comunità saluzzese (medici, infermieri, operatori sanitari, forze dell'ordine, protezione civile e volontari) si sono prodigati senza sosta per fronteggiare l'emergenza sanitaria: stiamo parlando di un importo pari a 250 mila euro per l'acquisto diretto di macchinari, apparecchiature sanitarie e dispositivi di protezione individuale, essenziali per la protezione delle persone impegnate in prima linea, nonché per il sostegno concreto ad associazioni ed enti no profit. Duplice aiuto, ancora, da parte della Banca di Cherasco, che nei mesi precedenti alla pandemia aveva risposto presente all'appello della Fondazione Nuovo Ospedale Alba-Bra Onlus, supportando concretamente il progetto "Adotta uno specializzando" (130 mila euro). Ebbene, a soccorso del proprio territorio Banca di Cherasco ha deciso di donare un'ulteriore

La Vimin Box di Lagnasco, fornitore di articoli per la casa e per il floreale dedicato al mercato B2B, ha donato 2.500 mascherine alla comunità lagnaschese



#limpresacontinua

somma di 50 mila euro per la raccolta fondi della Fondazione, intenta a far decollare il progetto di accoglienza sanitaria di medici e infermieri, soprattutto in virtù dello status di Covid Hospital assunto provvisoriamente dal nuovo nosocomio di Verduno. Il presidente dell'istituto di credito, Giovanni Claudio Olivero, ha asserito: «In questo periodo, nel quale è opportuno seguire le raccomandazioni delle autorità nazionali e locali per il contenimento della diffusione del Covid-19, i nostri ospedali hanno rischiato e rischiano il collasso. Per questo motivo, il Consiglio di amministrazione e la Direzione generale di Banca di Cherasco hanno deciso di sostenere fortemente la sanità pubblica locale, prima con la

sottoscrizione di una borsa di studio che formi nuovi medici e, poi, con un contributo economico che risponda alle esigenze sempre più stringenti delle nostre strutture, che hanno accolto e accolgono malati da tutto il nostro territorio. Un sostegno di circa 180 mila euro per fare la nostra parte nell'emergenza che ha sconvolto tutta la nazione». Rimanendo nel settore, Banca Alpi Marittime si è resa protagonista di numerose donazioni: 5 mila euro sono andati a supporto della raccolta fondi "Terapie intensive-Contro il virus le Bcc e Cr ci sono", altri 8 mila al Consorzio Socioassistenziale del Cuneese, 1.500 alla Confraternita di Misericordia di Cuneo, 25 mila all'Asl Cn1 e 25 mila all'Aso Santa Croce e Carle,



La Bcc Banca di Cherasco non ha fatto mancare il proprio sostegno alla Fondazione Nuovo Ospedale di Alba-Bra Onlus, guidata dal presidente Bruno Ceretto e dal direttore generale Luciano Scalise. Il nosocomio di Verduno è stato provvisoriamente destinato a ospitare i malati di Covid-19 e a luglio ha aperto definitivamente i battenti, sostituendosi agli ospedali albese e braidese, rispettivamente il "San Lazzaro" e il "Santo Spirito"

VIBERTI
LUCIANO SAS

ANGELO PO
A Marmon/Berkshire Hathaway Company

CONCESSIONARI PER ALBA BRA e PAESI LIMITROFI

Celle e Impianti Frigoriferi - Attrezzature per Negozi Bar e Ristoranti
RODDI - Via Don Demetrio Castelli, 81/A - Telefono 0173/36.43.71 - 328/750.89.84

www.arredamentiviberti.com - info@vibertilucianosnc.it

creando altresì un plafond di 10 mila euro per eventuali ulteriori richieste di contributo da parte di altri enti assistenziali della provincia. Dal Banco Azzoaglio sono giunti 10 mila euro al Comune di Garessio per l'acquisto di dispositivi di protezione individuale per la cittadinanza, mentre Banca di Caraglio ha stanziato un plafond straordinario di 10 milioni di euro rivolto alle imprese piemontesi e liguri colpite dalla crisi. Inoltre la Cassa di Risparmio di Saluzzo ha messo a disposizione dell'Officina delle Idee per l'ospedale saluzzese 10 mila euro. Nell'ondata di solidarietà economica che ha caratterizzato la Granda occorre menzionare, rigorosamente in ordine alfabetico, anche le seguenti aziende: Allitude (30 mila euro all'Aso Santa Croce e Carle); Capetta (25 mila euro all'Asl Cn2 Alba-Bra); Caroni (10 mila euro all'Aso Santa Croce e Carle); Ferrero Mangimi (5 mila euro all'ASO Santa Croce e Carle); Floramo Corporation (5 mila euro all'Aso Santa Croce e Carle); Fornace Laterizi Garelli e Viglietti (finanziato l'acquisto di 5 pompe a siringa e sistemi di supporto per la terapia intensiva nei letti per pazienti Covid-19); Idroterm (importo non precisato e donato all'Aso Santa Croce e Carle); Monfer (10 mila euro all'Aso Santa Croce e Carle); Roboplast (10 mila euro all'Aso Santa Croce e Carle); Saisef (importo non precisato e donato all'ospedale di Mondovì); San Bernardo (importo non precisato e donato all'Aso Santa Croce e Carle), San Cassiano (50 mila euro all'Aso Santa Croce e Carle); Santero (importo ricavato dalle vendite di 2 mila mascherine, donato



Migliaia di litri di soluzione igienizzante sono stati donati dalla Huvepharma Italia a ospedali, Rsa, Comuni, enti e associazioni del territorio piemontese e ligure

alla Protezione civile di Santo Stefano Belbo); Tegea (5 mila euro all'Aso Santa Croce e Carle); Unifarma Distribuzione (10 mila euro all'Aso Santa Croce e Carle); Viglietti (10 mila euro all'Aso Santa Croce e Carle).

MASCHERINE MA NON SOLO

Un ausilio di straordinaria utilità però è stato offerto anche in termini di donazioni di materiale anti Covid-19, a cominciare dai Dpi: è il caso della Mauli, azienda di Revello leader nella

produzione di abbigliamento per bambini, resasi protagonista della distribuzione di 7.500 mascherine lavabili, 3.500 delle quali destinate all'Unione Montana dei Comuni del Monviso e 4 mila al Comune di Revello. Analogie individuali con le iniziative varate da Amambiente, che ha donato 1.400 mascherine alla comunità lagnaschese, aggiuntesi alle 2.500 della Vimin Box (che ne ha distribuite anche all'Asl Cn1 e agli ospedali del territorio), da Giuggia Costruzioni a Villanova Mondovì e dalla Saint-Gobain (tute e mascherine all'Aso Santa Croce e Carle). Anche l'Itt Italia, azienda specializzata nel settore automobilistico che si occupa della produzione di pastiglie per i freni, ha contribuito a sostenere il Comune di Barge con mille mascherine di tipo Ffp2 per forze dell'ordine, medici di base, volontari, personale delle case di cura e dipendenti municipali. Degna di menzione la decisione da parte della Diageo Plc, avente una sede produttiva a Cinzano di Santa Vittoria d'Alba e operante nel mercato delle bevande alcoliche, di donare una ge-

La Diageo, con sede a Cinzano di Santa Vittoria d'Alba, ha donato 100 mila litri di gel disinfettante alla Fondazione Nuovo Ospedale Alba-Bra Onlus e al Dipartimento della Protezione civile del Piemonte



nerosa quantità di alcol puro: si parla di 100 mila litri di gel disinfettante, dei quali hanno beneficiato la Fondazione Nuovo Ospedale di Alba-Bra Onlus e il dipartimento della Protezione civile del Piemonte. «Siamo lieti di poter portare il nostro contributo nel supportare il personale sanitario impegnato nella lotta al Covid-19», dichiarò a suo tempo Mauro Balestrini, amministratore delegato Diageo Operations Italy. La nostra donazione testimonia, ancora una volta, l'impegno della nostra azienda per le persone che vivono nel nostro territorio, la cui salute rappresenta la priorità assoluta. Le associazioni Fondazione Nuovo Ospedale di Alba-Bra Onlus e il Dipartimento della Protezione civile del Piemonte sono in prima linea per fronteggiare l'emergenza; è giusto che anche noi facciamo la nostra parte». Dello stesso avviso Penelope Kourkafa, Mediterranean cluster director di Diageo: «Rifornire le strutture sanitarie del Piemonte di gel disinfettante attingendo alle nostre riserve di alcol puro rappresenta da parte nostra il modo più rapido ed efficace per aiutare la Regione a superare questo difficile momento». Non è tutto: l'azienda ha anche optato per la donazione di un ingente carico di disinfettante alcolico in favore dei Comuni del circondario dell'Asl Cn2. In particolare, a Bra sono andati oltre 1.250 flaconi, mentre altri 1.900 sono stati distribuiti alle realtà comunali del territorio. Dall'alta Valle Tanaro è giunta un'ulteriore soluzione igieniz-

zante, tutta "made in Garessio" e realizzata seguendo le linee guida dettate dall'Organizzazione Mondiale della Sanità: ne sono stati donati all'incirca 20 mila litri a ospedali, Rsa, Comuni, enti e associazioni del territorio piemontese e ligure dallo stabilimento chimico-farmaceutico Huvepharma Italia. «Di fatto si è trattato di applicare la chimica, che noi maneggiamo quotidianamente, mettendola a disposizione delle persone», ha spiegato Sergio Morinelli, commercial operations director dell'azienda. «La produzione è avvenuta in emergenza, in estrema urgenza per la mancanza del materiale sul mercato». Huvepharma Garessio ha anche donato agli ospedali di Ceva, Mondovì e Saluzzo 650 tute integrali di tipo Tyvek, oltre a 1.500 guanti in nitrile monouso (ospedali di Ceva e Saluzzo), e ha organizzato una sottoscrizione volontaria interna da parte di tutti i dipendenti a favore del "Poveri Infermi" di Ceva, promossa dalla Rsu di stabilimento con contributo aziendale, per un totale di 12.746 euro. Inoltre Huvepharma Italia ha deciso di contrarre una copertura assicurativa per tutti i dipendenti che interviene in caso di ricovero da infezione Covid-19.

La distilleria Sacchetto di Lagnasco ha omaggiato l'Asl Cn1 di 60 litri di alcol e non sono mancate, inoltre, le manifestazioni di generosità in termini di apparecchiature sanitarie. Ad esempio, Artech ha donato un respiratore all'ospedale di Mondovì, mentre la Olimac di

Margarita ha finanziato l'acquisto di due videolarinoscopi (valore: 40 mila euro) in favore del nosocomio "Santa Croce e Carle" di Cuneo. L'ospedale di Saluzzo ha ricevuto due videolarinoscopi del medesimo valore, con monitor da 15 pollici, due cavi video core e quattro set di lame riutilizzabili in titanio: a regalarli è stata la ditta Astesana di Villafalletto. «Ci hanno donato il sistema migliore» ha raccontato Nicola Launaro, che dirige l'area di terapia intensiva Covid-19 a Saluzzo. «Non ne avevamo e ci sono stati molto utili».

Anche FerreroLegno, preminente realtà italiana nel settore della produzione di sistemi e soluzioni di apertura per interni ha contribuito al sostegno del territorio. L'azienda di Magliano Alpi ha concentrato i suoi interventi su donazioni alle organizzazioni sanitarie locali sia con contributi finanziari, sia in termini di dispositivi di protezione individuale. Per l'ospedale "Regina Montis Regalis" di Mondovì ha contribuito attraverso un sostegno economico per il sistema di trattamento respiratorio intensivo - in uso dal 9 aprile scorso - a cui si aggiungono le 300 mascherine FFP2 donate alla Croce Rossa della stessa città. «Come famiglia e come imprenditori», dichiara Ilaria Ferrero, direttore generale di FerreroLegno, «abbiamo cercato di fare la nostra

Per l'ospedale di Mondovì, FerreroLegno ha contribuito attraverso un sostegno economico per il sistema di trattamento respiratorio intensivo



parte per aiutare ad affrontare questa emergenza, supportando le figure che, giorno dopo giorno, stanno lavorando senza sosta per la salute della nostra comunità. Una comunità verso cui noi, oggi ancora di più, sentiamo il dovere di investire tutto il nostro impegno e dedizione per dare il nostro migliore sostegno lavorando a un futuro comune. Un futuro in cui si assisterà a un importante cambiamento di scenario che rappresenterà però una nuova opportunità per trovare, insieme, nuove modalità di gestione delle attività e dei progetti all'insegna del rilancio».

#GRAZIEEROI

Vi è, infine, un capitolo di questa storia, nel quale recitano un ruolo da protagonista le aziende della Granda che si sono distinte per le donazioni materiali durante il lockdown, a cominciare dalla Maina di Fossano che ha inviato oltre 200 mila colombe a tutti i medici e gli infermieri lombardi, al Comune di Milano e alle famiglie bisognose del nord Italia, grazie all'opera di distribuzione eseguita dalla Regione Lombardia, dal Comune di Milano, dalla Caritas e dal Banco Alimentare. «Non potevamo tirarci indietro dall'omaggiare una colomba, da un lato, a tutti coloro che per settimane, con competenza e spirito di sacrificio, hanno affrontato un'emergenza sanitaria gravissima e, dall'altro, alle tante famiglie che si sono trovate in condizioni di bisogno», ha dichiarato Marco Brandani, amministra-

tore delegato di Maina Panettoni. Parole alle quali hanno fatto eco quelle di Alberto Balocco, presidente e amministratore dell'omonima industria dolciaria fossanese, che ha spedito decine di migliaia di colombe e altri prodotti nelle strutture sanitarie piemontesi e italiane. «È stata una Pasqua diversa, che ci ha regalato una possibilità importante: quella di condividere a distanza», ha affermato. «È il nostro modo di dire grazie, anzi #grazieEroi, e fare loro speciali auguri perché, senza il loro impegno e il loro sacrificio, la situazione sarebbe diventata anco-

ra peggiore». Rimanendo nel settore alimentare, la Ferrero di Alba, sempre in occasione della Pasqua, ha regalato 180 quintali di uova Kinder Gran Sorpresa, destinate ai volontari della Protezione civile e al personale sanitario e parasanitario coinvolto nell'emergenza Covid-19 negli ospedali di tutto il Piemonte, estendendo l'iniziativa a tutte le altre regioni

Niente smart working? Gli incentivi per chi non si è fermato

La pandemia di Coronavirus ha inevitabilmente stravolto la quotidianità in ogni sua sfaccettatura, inclusi gli aspetti connessi al mondo del lavoro. Numerosi lavoratori hanno avuto modo di beneficiare dello smart working, altresì detto lavoro agile, continuando a fornire le proprie prestazioni dall'abitazione e servendosi unicamente di un computer e di una connessione internet. In determinati settori, tuttavia, ciò non è stato possibile e molte persone hanno mantenuto inalterata la propria routine, apportandovi soltanto alcune severe variazioni, utili a prevenire il contagio da Covid-19 (mascherine, guanti, distanziamento sociale...). Una fedeltà e un'abnegazione che non sono passate inosservate agli occhi dei vertici aziendali, i quali hanno deciso di gratificare i propri dipendenti attraverso alcuni bonus. È accaduto anche in provincia di Cuneo, territorio nel quale gli esempi di questa natura quasi non si contano. La Ferrero di Alba, per cominciare, da metà marzo ha creato una sorta di "banca del tempo": per i lavoratori messi in ferie, la metà dei giorni è pagata direttamente dalla multinazionale. Non solo: ai dipendenti della rete vendita e della logistica che non si sono fermati tra il 16 marzo e il 24 aprile l'azienda ha versato 750 euro lordi. Una decisione simile a quella adottata da Giovanni Rana, leader veneto della pasta fresca: nel suo stabilimento di Moretta è stata riconosciuta una maggiorazione dello stipendio del 25% per ciascun giorno lavorato durante il lockdown. Discorso analogo per Colussi di Fossano e Panna Elena di Savigliano, che hanno inserito 250 euro in più in busta paga. Incentivi salariali anche da parte di Acqua San Bernardo e del Gruppo Sant'Anna Fonti Vinadio, con quest'ultimo che ha predisposto un premio a tutti i dipendenti pari al 30% della retribuzione mensile riparametrata alle giornate di lavoro svolte. +10% sullo stipendio per i lavoratori della Sacchetto di Lagnasco, specializzata nella trasformazione di cereali e amidi; Campari (che detiene una fabbrica di proprietà a Valpone di Canale) ha invece decretato l'elargizione di un'aggiunta sul compenso mensile da parte dell'azienda, che si va a sommare al massimale Inps dello stipendio. E ancora: Biraghi ha scelto di incentivare le proprie maestranze attraverso dei buoni benzina, mentre il gruppo santostefanese Santero ha optato per lo stanziamento di un premio complessivo del valore di 100 mila euro come speciale riconoscimento per l'impegno profuso. Esempi di profonda riconoscenza ai propri dipendenti giungono ancora dalla Sedamyl di Saluzzo, attiva nella produzione di amido e derivati (ha stabilito un incremento del 30% del salario durante il periodo emergenziale e ha predisposto un'assicurazione sanitaria a favore di tutti i dipendenti in caso di ricovero ospedaliero per Covid-19), dalla Capetta di Santo Stefano Belbo (stipendio pieno per chi ha orario ridotto e aumentato del 25% per chi ha orario intero), dalla Gaudino di Alba, specializzata nella fabbricazione di impianti frigoriferi industriali (Cig integrata: con risorse aziendali è garantita la parte di stipendio non corrisposta attraverso l'accesso agli ammortizzatori sociali) e, non ultima, dalla Multitel di Manta, che opera nel settore delle piattaforme per il lavoro aereo (una settimana di lavoro con un quarto dello stipendio in regalo per i suoi quattrocento lavoratori).

#l'impresacontinua

più colpite dalla pandemia. La Venchi di Castelletto Stura ha donato anch'essa le uova di cioccolato ai bambini delle famiglie aventi diritto ai buoni spesa connessi al Coronavirus, mentre il ristorante "Il Nanetto" di Madonna dell'Olmo per due mesi, tutti i venerdì, ha consegnato gratuitamente all'ospedale "Santa Croce e Carle" di Cuneo 60 pasti pronti, con piatti di alta cucina, destinati a coloro che hanno lavorato senza sosta nei reparti. E ancora: le Fonti Alta Valle Po hanno distribuito acqua ai nosocomi e all'Unità di Crisi, l'app tabUi (ZetaBi di Alba) ha offerto alle aziende che effettuano la consegna a domicilio la possibilità di essere inserite a titolo gratuito nell'apposita

sezione dell'applicazione e Tec Arti Grafiche ha permesso la stampa a costo zero delle dispense e del materiale didattico agli studenti di Fossano. Encomiabile anche la generosità di Michelin ed Euromaster (catena leader in Europa per quanto riguarda pneumatici e manutenzione auto), che hanno regalato per tutto il mese di aprile pneumatici alle ambulanze della Croce rossa e delle Asl di tutto lo Stivale. Infine Nicole Fashion (gruppo Pronovias) ha promosso l'iniziativa "Heroes collection", in buona sostanza, sono stati confezionati abiti da sposa esclusivi per le "eroine della sanità", con l'obiettivo finale di donarli a tutte le dottoresse, infermiere e lavoratrici degli ospedali (Oss,



Il ristorante "Il Nanetto" di Madonna dell'Olmo per due mesi, tutti i venerdì, ha consegnato gratuitamente all'Aso "Santa Croce e Carle" di Cuneo 60 pasti pronti

addette alle pulizie, alla ristorazione, alla portineria e ai rapporti con il pubblico) che avrebbero dovuto pronunciare il loro "sì" durante il lockdown. La stilista cuneese Alessandra Rinaudo, direttrice artistica di Pronovias, ha commentato: «Sono paladine inarrestabili nella loro battaglia per la cura dei malati e per me è un onore accrescere la consapevolezza nei confronti di queste donne». ©



VISITA DI CONTROLLO



ORTODONZIA TRADIZIONALE & INVISIBILE



IMPLANTOLOGIA



IGIENE & PREVENZIONE



ESTETICA DEL SORRISO

APERTURA ESTIVA

L'igiene orale non va in vacanza!

Tutto il mese di agosto saremo aperti per prenderci cura di te!



Prenota la tua visita

Chiama 0171 944286
Via Umberto I, 126 - Busca
studiogallomarco.it

DA UN SORRISO NASCE UN ALTRO SORRISO!


Dr. Marco Gallo
Studio Dentistico

Con la grande manifestazione che si svolgerà dal 25 al 27 settembre (www.helixworld.it), prenderà il largo il movimento che, partendo dalla chiocciola e dall'elicicoltura, abbraccerà il pianeta intero allargandosi a settori ben più ampi

Lorenzo Vallese

Bastano due parole per definire quello che sta accadendo nel mondo dell'elicicoltura: Helix 2020. È una rivoluzione? No, non è una rivoluzione, ma un continuo guardare avanti, cercare strade nuove, al passo con i tempi e che possano coniugare la filosofia

che l'Istituto Internazionale di Elicicoltura e il suo presidente, Simone Sampò, portano avanti da alcuni anni.

Helix 2020 sarà il titolo della grande manifestazione che si svolgerà dal 25 al 27 settembre, ma è anche il nome della filosofia che, partendo dalla chiocciola, vuole abbracciare settori ben più ampi.

Alla base della filosofia ci sono tre termini: Uomo, Digi-

Helix 2020: Uomo, Digitale, Terra



La limitazione imposta alle attività produttive e commerciali, ma soprattutto agli spostamenti delle persone, finalizzata a ridurre le possibilità di contagio, ha costretto Simone Sampò e i suoi collaboratori a rimodulare la tradizionale giornata informativa nella "città delle paci". Da qui è nata una nuova, grande opportunità

#limpresacontinua

tale, Terra. L'elicicoltura è un settore agricolo che parte dalla terra, che la rispetta, la valorizza.

L'uomo è l'elemento centrale, quello che alleva, ma anche quello capace di interagire con la terra, di coglierne tutta la bellezza e ha la responsabilità di non distruggerla. C'è poi un terzo elemento, il digitale. Proprio perché l'elicicoltura vuole andare al passo con i tempi, senza mai snaturare il suo originario significato, deve coniugarsi con le nuove tecnologie che sono opportunità straordinarie affinché il settore possa essere davvero parte significativa dell'economia.

Con il digitale l'elicicoltura fa un balzo in avanti, di qualità, di redditività, di conoscenza, di divulgazione. La manifestazione Helix 2020, durante la quale verrà anche presentato il nuovo movimento sta prendendo forma anche in colla-

borazione con Confindustria Cuneo e sarà del tutto diversa dai Festival della chiocciola che si sono svolti fino al 2019. La prima grande novità sarà appunto l'uso del digitale coniugato con il reale.

Grazie a una piattaforma interattiva chiunque, da qualunque parte del mondo, potrà entrare nel mondo Helix. L'ambientazione sarà varia e affascinante.

Con un click si andrà alla scoperta del mondo che ruota intorno alla filosofia elicoidale, si entrerà negli impianti Chiocciola Metodo Cherasco che sono sempre di più realtà poliedriche e si dedicano alla produzione, al mondo del food, alla sfera del beauty.

Il "navigatore" delle isole digitali dell'Helix 2020 potrà anche visitare le antiche sale di palazzo "Salmatoris", una delle sedi più prestigiose della "città delle paci", quella che vide la firma dell'armistizio



L'appuntamento è con un evento altamente innovativo a livello globale, con una parte virtuale che consentirà l'accesso in tempo reale da ogni continente e una in persona, ospitata dalla città di Cherasco, sede dell'Istituto Internazionale di Elicicoltura

napoleonico. Ma si potrà accedere anche alle cucine, dove ai fornelli i cuochi saranno alle prese non solo con le chiocciole, perché protagoniste di Helix 2020 saranno anche altre eccellenze gastronomiche del Piemonte. Si potranno scoprire i segreti del tartufo, del peperone di Carmagnola, del porro di Cervere e tanto altro ancora. Il tutto con un semplice click.

Entrando nella piattaforma chiunque, da qua-



HELIX 2020
UOMO DIGITALE TERRA

Simone Sampò, presidente dell'Istituto Internazionale di Elicicoltura-Chiocciola Metodo Cherasco, spiega così il suo approccio al post Covid-19: «È come se ci si stesse predisponendo a un cambiamento perché l'attuale realtà dei fatti ci sta dicendo che dovremo cambiare. E in base alla nostra esperienza è come se stessi assistendo a una nuova presa di coscienza, a una nuova ridefinizione della sensibilità lavorativa di ognuno, a una rinascita imprenditoriale». La nascita del concetto di economia elicoidale può davvero lasciare un segno duraturo nel domani di tutti!



► In qualunque luogo, potrà accedere a un mondo di eccellenze, di saperi, di curiosità e scegliere cosa guardare, secondo i propri gusti e i propri interessi. Il digitale è anche questo: rendere liberi di ascoltare, guardare, interagire senza forzature. Il digitale in Helix 2020 sposa il reale. La manifestazione infatti sarà “doppia”: sul web, ma anche nelle antiche strade e piazze della città di Cherasco.

Qui il visitatore potrà entrare fisicamente nel mondo delle eccellenze, guidato dalla chiocciola.

Ci saranno padiglioni dedicati al gourmet, altri più tecnici con esperti del settore, schermi giganti che renderanno il centro storico un unico grande stand senza però snaturarne la bellezza. Il movimento Helix 2020 che prenderà il via proprio dall'appuntamento settembrino è questo: il reale che sposa il digitale per avere quelle opportunità in più di rendere l'economia elicoidale, portata avanti dall'Istituto applicabile a tanti settori economici. L'economia elicoidale, che coniuga l'economia con l'ambiente e con il rispetto dell'uomo e del lavoro, che permette di azzerare gli sprechi (in elicicoltura nulla si butta, tutto si trasforma), è un modello applicabile a ogni settore che lo potrà declinare secondo le proprie peculiarità. La piattaforma di Helix 2020 (www.helixworld.tv) ospita le “sale” virtuali e il programma completo della manifestazione. ©



Simone Sampò, con tutti i suoi collaboratori dell'Istituto Internazionale di Elicicoltura-Chiocciola metodo Cherasco, nelle settimane del lockdown e nel periodo successivo, come continua a fare, si è messo a completa disposizione degli elicicoltori attuali e futuri nella certezza che ora più che mai sia importante restare uniti

Verso l'economia elicoidale in un mondo che cambia

L'Istituto Internazionale di Elicicoltura-Chiocciola metodo Cherasco è il cuore del movimento Helix 2020 che, a sua volta promuove, lo sviluppo dell'economia elicoidale, un'intuizione che può portare lontano.

In vista dell'evento virtuale/reale di settembre di cui parliamo nell'altro articolo, presso la sede di Confindustria Cuneo si è svolto il convegno-seminario, in parte in persona e in parte in teleconferenza, sul tema “Strumenti di ricerca per uno sviluppo digitale dell'economia elicoidale”, durante il quale è stata presentata anche la manifestazione che vivrà la propria parte “in persona” nella “città delle paci”, da qualche decennio capitale riconosciuta dell'elicicoltura. L'evento è stato un autentico, positivo banco di prova, superato in scioltezza, perché all'improvviso, per motivi ineludibili, si è dovuta cambiare la sede di svolgimen-

to, in origine prevista a Roreto. Malgrado le poche ore a disposizione, gli organizzatori sono riusciti a coordinare il trasferimento e il confronto si è svolto così come era stato previsto. L'attività dell'Istituto Internazionale di Elicicoltura, oltre che del miglioramento delle attività di gestione dell'impianto, dell'aumento della quantità di prodotto per recinto e della caratterizzazione del sapore attraverso la somministrazione di specifiche varietà di vegetali, si occupa di guardare al futuro, facendosi promotore di una cultura di filiera capace di valorizzare tutte le potenzialità dell'animale (food, bava, benessere, formazione, didattica e sostegno alle fragilità). L'intento dichiarato è diventare riferimento assoluto in ambito scientifico con il supporto degli esperti più autorevoli. La nuova prospettiva intende rafforzare il concetto di economia elicoidale, ovvero di una filiera ampia, diversificata, sostenibile, innovativa e ricca di valore. Il convegno aveva l'obiettivo di anticipare i contenuti del progetto Helix 2020 e di illustrare la scelta di campo del settore, nonché il desiderio di costruire sinergie forti ed ampie con tutti coloro i quali hanno il medesimo orizzonte di valori.

Il confronto è stato l'occasione per anticipare la nuova sfida e il nuovo orizzonte a cui si lavora, ovvero l'adozione di un approccio digitale per l'acquisizione di dati e informazioni utili alla produzio-

#l'impresacontinua

stituto Internazionale di Elicicoltura di Cherasco, poiché l'assistenza ci viene oggi chiesta con rinnovata urgenza. Sono pronto, siamo pronti a raccogliere questa sfida con grinta e ottimismo il "Futuro è chiocciola". Lasciatelo dire anche a me, voglio credere che uniti ce la faremo!». Al convegno, moderato da Donato Mangino, vicepresidente dell'Istituto Internazionale di Elicicoltura-Chiocciola Metodo Cherasco, sono intervenuti i senatori Mino Taricco e Giorgio Maria Bergesio, Giuliana Cirio, direttore di Confindustria Cuneo, Marco Protopapa, assessore regionale all'agricoltura, Carlo Davico, sindaco di Cherasco, Giovanni Claudio Olivero, presidente della Bcc Banca di Cherasco, Simone Sampò, Angelo Ferrari, direttore sanitario dell'Istituto Zooprofilattico Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta, Bartolomeo Biolatti, professore ordinario di Anatomia Patologica al Dipartimento di Scienze Veterinarie dell'Università di Torino, Silvio Barbero, vicepresidente dell'Università di scienze gastronomiche di Pollenzo, Giovanni Ercole, veterinario dell'Asl Cn2, Sergio Capaldo, veterinario, ad de "La Granda" (relatore sul disciplinare in merito all'agricoltura simbiotica), e Milena Viassone, coordinatore del Campus di Management ed Economia-Università di Torino, sede di Cuneo. ©

ne di qualità, al miglioramento della quantità, al monitoraggio dei parametri di interesse per la tutela del consumatore. A proposito dell'emergenza sanitaria, Simone Sampò, presidente dell'Istituto, commenta: «Basandoci sulla nostra esperienza, è come se stessi assistendo a una nuova presa di coscienza,

a una nuova ridefinizione della sensibilità lavorativa di ognuno, a una rinascita imprenditoriale. Assistere a questo movimento ci rende interlocutori privilegiati. Sento ancora più forte l'importanza di mettere la mia esperienza e professionalità al servizio di tutte queste persone e quella che è sempre stata la mission dell'I-

**CENTRO ACUSTICO
PIEMONTESE**
AZIENDA CERTIFICATA ISO 9001
PROTESI ACUSTICHE DELLE MIGLIORI MARCHE

Da 40 anni presenti in tutta la Provincia di Cuneo
per farti tornare a sentire

- Esame gratuito dell'udito anche a domicilio
- Pagamenti ratealizzati personalizzati senza costi aggiuntivi
- Assistenza gratuita a vita
- Prova gratuita dell'apparecchio acustico fino a 40 giorni

**SCONTO 25%
A TUTTI I LETTORI**

**Vieni a ritirare uno
SPLENDIDO OMAGGIO**

CUNEO, via Negrelli 1 - Tel. 0171/603072 • Tutti i giorni dal lunedì al venerdì
dalle 8:30 alle 12 e dalle 14:30 alle 18:30 compreso sabato mattina

Siamo presenti anche a: **Boves, Bra, Carrù, Ceva, Fossano, Mondovì, Saluzzo e Savigliano**

Convenzioni ASL-INAIL per la fornitura gratuita agli aventi diritto



A portrait of Silvio Saffirio, a middle-aged man with grey hair and a beard, wearing a dark suit and a blue tie. He is looking slightly to the right of the camera with a thoughtful expression. The background is a bright window with white curtains and green foliage outside.

*Silvio
Saffirio*

in

**La “strategia
della notorietà”
scelta obbligata**

“

Silvio Saffirio, uomo della comunicazione e della promozione: «Dopo il Covid-19, è arrivato il momento di cambiare e bisogna curare la “patologia” del non apparire, senza esagerare, come la cuneosità impone»

”

Mario Rosa

Il colloquio con uno dei “maghi” della pubblicità italiana (vi dice nulla, ad esempio, lo spot del Fiat Doblò con la nazionale giamaicana di bob?) è sempre un’emozione fonte di utili spunti di riflessione.

Il Covid-19 ha cambiato tutto, probabilmente per sempre, dall’economia agli animi umani. Anche la pubblicità è cambiata. Un esperto come te come considera questo particolare aspetto del “mondo nuovo”?

«Il Covid-19 ha sorpreso un mondo impreparato e ha messo in crisi la nostra presunzione antropocentrica di figure superiori, quasi “ulteriori” alla natura, della quale invece siamo parte. Ci siamo rifugiati in casa e ancora faticiamo a uscirne. La pubblicità, un tempo era lo specchio, anticipatore talvolta, delle tendenze. La pubblicità, quella intelligente, sfidante, che voleva costruire un mondo di consumi, però migliore, non è più. Oggi la pubblicità è soprattutto la sequenza senza fine di intromissioni nel nostro smartphone; informatissime sui nostri usi e costumi, sospette come mani viscido che si infilano sotto gli abiti. Il linguaggio è quello di Vanna Marchi, la lingua italiana è approssimativa, l’inglese spesso fuori luogo, le narrazioni spunti buttati lì. Alcune aziende hanno provato ad adeguare il messaggio televisivo, secondo i tempi e il loro sentire, e abbiamo assistito a una serie notevole di cadute di stile, di tricolori banali, di messaggi scontati, di applausi insulsi, di mascherine esibite, di “Andrà tutto bene”. Vorrei segnalare due spot che hanno fatto eccezione: Bmw con il povero Alex Zanardi, e, inaspettatamente, “Poltrone e sofà”. Devo delle spiegazioni: la marca tedesca di automobili (ma qui c’è una gestione italiana del messaggio) ha, attraverso l’eloquio suggestivo e coinvolgente di Alex, suggerito agli automobilisti di prendersi una pausa. Toni rassicuranti, intelligenti, inaspettati dal grintoso marchio bavarese, ma proprio per questo sorprendenti e suadenti. “Poltrone e sofà” ci ha stupito per il distacco: una marca che si fonda sulla continua promozione e, invece, ci

#limpresacontinua

dice di prendercela con calma. Due episodi di qualità del pensiero creativo, e, credetemi, non è facile essere precisi e puntuali in circostanze così inaspettate. Per il resto si sono visti ancora per giorni, se non settimane, con angoscia crescente, parecchi spot anacronistici».

La Granda, che tu conosci bene, ha sempre avuto come tratto distintivo la riservatezza anche in campo imprenditoriale. È capitato spesso che nulla si sapesse di aziende che, pur piccole, sono state capaci di ricavarci uno spazio significativo sui mercati internazionali. È giunto il momento di cambiare, e come?

«Il momento di cambiare è arrivato. Ma prima di passare alle “ricette” vorrei permettermi una lode a questa riservatezza. L’Impresa in provincia di Cuneo è un affare di famiglia. Si pen-

sa a noi e a chi ci succederà. Che se ne parli è cosa che può far piacere, ma preoccupa al tempo stesso, perché ci pone sotto i riflettori. Approvo. Esiste però anche una vera patologia del non apparire, e questa, a meno che si producano apparati per la Cia o per le Forze armate, mi appare insensata. Un’Impresa è sulla piazza, dalla sua notorietà trae contatti e nuove opportunità. Rimanere anonimi, confinati in un universo circoscritto non mi pare coerente con un destino che dovrebbe, invece, aspirare alla reputazione internazionale. Esiste un modo corretto di fare le cose e una “strategia della notorietà” s’impone. Con chi metterla in piedi, atteso che il miglior regista è l’Imprenditore stesso, quando ne possiede l’inclinazione, è altra cosa. Non è facile individuare persone fattive che, nel medesimo tempo, possie-



Nelle foto: momenti del premio “Ancalau” di Bosia, concorso che mette a confronto i giovani progettisti di start-up innovative finanziandone la fase di avvio. Fra le iniziative dell’associazione culturale omonima presieduta da Silvio Saffirio vi è la realizzazione ogni anno di un murale, realizzato dall’artista Silver Veglia, che ritrae un grande personaggio di Langa (nell’immagine: Cesare Pavese). I ritratti finora realizzati sono sette e stanno trasformando il dinamico paese guidato dal sindaco Ettore Secco in una pinacoteca a cielo aperto



▀ danno orizzonti culturali e sociologici. Un altro suggerimento che mi sento di dare è di mettere a bilancio un valore percentuale del fatturato da investire in comunicazione in base a un piano che dovrebbe essere immaginato su basi pluriennali. Così si faceva quando eravamo “moderni”, allora pianificavamo. Adesso che siamo “post-moderni”, invece improvvisiamo».

Il territorio, negli ultimi lustri, ha dimostrato un’ottima capacità comunicativa e i risultati in campo turistico ne sono la cartina al tornasole. Quali possono essere i nuovi (o vecchi) canoni comunicativi utili a confermare l’appeal della Granda ora che si tratta di ricostruire uno dei comparti più disastriati?

«Il fascino della Granda è grande come lei. Non lo arresterà neppure il Covid-19. Sono i risultati, la ricchezza rara e sorprendente di capacità, di produzioni in fondo tanto diverse, dalla enologia alla tecnologia. A questo

si collega la magnificenza dei paesaggi, l’ampiezza “americana” della pianura, la bellezza della montagna, e le Langhe, paradiso enogastronomico ambizioso, spregiudicato e insieme perennemente teso alla ricerca. La Granda (è bello chiamarla così) ha tutto: ricchezze culturali, paesaggistiche e monumentali, alle quali vorrei aggiungere la ricchezza dell’intraprendenza. Hanno e avranno presto un grande fascino anche queste doti fin qui non considerate attrazioni turistiche. Al turismo, ben dosati, devono giungere tutti questi messaggi e anche qui vale la regola di poc’anzi: varare strategie pluriennali, investire con metodo e verificare i risultati con le cadenze dei tagliandi automobilistici. Trovo che le Atl lavorino con impegno. Dimenticavo: scovare i collaboratori strategici e creativi. Non è impossibile. La Granda oggi offre anche questa risorsa. Va cercata, un po’ come i tartufi. Che ci sono».

Considerando anche la tua esperienza professionale, piccolo è davvero bello, considerando gli effetti già visibili e quelli intuibili sull’economia dell’emergenza sanitaria?

«Piccolo è bellissimo. Per cominciare. E per ritenere di quella cultura che ha dato luogo al decollo di un’Impresa quei “Comandamenti” (non più di 10) che costituiranno in futuro le sue leggi fondamentali. Occorre avere dei principi; meglio se li distilliamo da quelli che ci hanno portati al successo. Ma il destino di ogni Impresa è di perseguire la propria crescita.

A volte si investe semplicemente per non perdere terreno. Ma bisogna farli crescere “cum juicio”, ma crescere. Altrimenti qualcun altro si affaccerà sul nostro mercato e prima o poi lo prenderà. Crescere è un destino. Scomodo talvolta, ma ineluttabile. Quanto all’emergenza sanitaria i guasti erano immaginabili e iniziano a essere percepibili. Rappresenterà, mi duole dirlo, un salasso e una ruvida selezione».

Che opinione hai del tessuto economico di una provincia come la nostra che, accanto ad alcuni colossi internazionali, dispone di una rete di Pmi che ha pochi eguali nella penisola non solo come numeri assoluti, ma anche come inventiva e diversificazione?

«Rimango incantato (e fiero) ogni volta che da Torino vengo nel cuneese. E mi domando se quella distanza un tempo incolmabile non sia stata... invece

Un “nome” della pubblicità innamorato della Granda

Silvio Saffirio è uno dei “nomi” della pubblicità italiana.

La sua è stata un’infanzia vagante al seguito dei genitori, pubblici funzionari, tutta in provincia di Cuneo: Moretta, Alba, Cherasco, Cortemilia, Bosa, il luogo delle memorie familiari.

L’Agenzia che fondò nel lontano 1968 e che assunse poi il nome di “BGS-Barbella Gagliardi Saffirio”, divenne una delle maggiori del mercato italiano, con una riconosciuta reputazione di eccellenza creativa anche in campo internazionale.

Presidente e amministratore di società del mondo della comunicazione, è stato docente al Master di marketing e pubblicità della Facoltà di economia di Torino e ha collaborato per più anni come consigliere di comunicazione delle Nazioni Unite.

È autore di saggi, tra i quali “Gli anni ruggenti della pubblicità” (Instar libri), testimonianza viva di una generazione di pubblicitari colti; della raccolta di poesie “Galaverna” e di “Graffi” (Yume edizioni). È presidente dell’associazione culturale “Ancalau” che organizza ogni anno a Bosa, in alta langa, con crescente successo, il premio “Ancalau”, evento imperniato sul “Torneo delle idee”, emozionante sfida tra giovani creatori di start-up.



che un limite, un fattore di successo. Vedo campagne rigogliose e stabilimenti che fanno chissà cosa (non sempre reso chiaro dalle insegne). Belli, lindi, verniciati di fresco, dove si intuisce l'orgoglio dell'Imprenditore. E penso ogni volta che si tratti di gente speciale. Gente che escogita soluzioni e le produce. Penso il meglio anche delle grandi Imprese e quelle esistenti lo sono comunque "alla cuneese". Che significa efficienza e rispetto, del cliente e del lavoratore; in fondo i due veri soci di una partita, insieme all'Imprenditore. Il tessuto delle Pmi è la forza di un'area. Altra cosa è coalizzare i distretti; lì la piemontesità scettica non è sempre di aiuto».

In tema di nuove generazioni: è evidente che si abbia il dovere di confidare in esse, perché altrimenti l'umanità non avrebbe futuro. Ciò non toglie che, come accade da centinaia di generazioni, molti adulti non credano affatto nelle qualità dei giovani.

«Provo due atteggiamenti perfettamente contraddittori nei confronti dei giovani attuali: da un lato li trovo belli, alti, simpatici, anglofoni come si deve oggi, informatizzati, ossequienti in misura gradevole. Dall'altro mi domando quale esperienza formativa abbiano avuto che sia paragonabile a noi che vedemmo il dopoguerra, le sue miserie, le nostre speranze e anche i sogni. Non sono mancati a molti di loro i traumi come le separazioni familiari che a molti di noi vennero invece risparmiati, ma sento che la morbidezza li ha forgiati meno grintosi e che la consistenza che si forma in certi periodi della vita e non in altri mancherà loro. Spero di essere cattivo profeta e di scatenare la reazione di qualcuno di essi che mi dimostri il contrario».

I social: secondo te è quella la destinazione dell'umanità, nel senso che soppianteranno ogni altra fonte di informazione e anche di colloquio interpersonale? E anche il mondo del-

la pubblicità sarà inglobato?

«Le più fosche previsioni di futuro (da rileggere attentamente) sono i testi fondamentali di Aldous Leonard Huxley e di George Orwell. Titoli: "Il Mondo nuovo" e "Ritorno al Mondo nuovo" di Huxley e "1984" e "La fattoria degli animali" di Orwell. Due talenti socio-scientifici che immaginarono il futuro più lucidamente di quanto si presenti oggi a noi. Quanto ai social, gli odierni saranno soppiantati da altri, ma la musica cambierà poco e non credo in meglio».

Pensi che l'epidemia ci abbia cambiato in meglio?

«No, questa è una profezia facile. E perché poi dovrebbe farlo? Cosa abbiamo capito? Che siamo sotto il cielo? Che la nostra scienza ha i suoi limiti? Che i nostri scienziati sono fragili ed esibizionisti, esattamente come noi? Che chi ha perso il reddito non aveva mai pensato a fare scorta di fieno? Abbiamo osservato, avevamo niente da fare, ma i fondamentali sono persi, è un mondo smarrito e senza pilota. Troppo pessimistico? È quello che non vorrei anch'io, ma, se qualcuno arrivasse fin qui a leggere questa intervista, penso che purtroppo condividerebbe. La grande lezione al "Paese precario" può partire da qui, da gente fattiva, poco propensa alle esaltazioni, ma grintosissima, acuta e all'occorrenza maliziosa. In Italia conosco poco che sia meglio o pari alla gente della mia provincia. Proclamarlo mi fa un enorme piacere e non provo nessun timore di sbagliare». ☺



UNA SERIE DI VITI o delle VITI MOLTO SERIE?



GRUPPO ANNIBALE • 12035 RACCONIGI (CN) ITALY • Via Casalgrasso, 42
tel. +39 0172 82.11 (15 linee r.a) • fax centralino +39 0172 821.250
www.annibalegruppo.com

Pietro Giovannini

È chiaro che durante un evento, speriamo eccezionale e una tantum, come la pandemia da Coronavirus, essere "tenuti prigionieri" in città è stato profondamente diverso dall'esserlo in campagna

Troppo spesso e troppo a lungo sui quotidiani si sono lette frasi tipo «Aveva appena trovato un posto in fabbrica e lasciato finalmente il lavoro in campagna», «L'agricoltura non rende e non dà redditi stabili», «La qualità della vita in città è ovviamente superiore», ecc.

Ecco, se mai è esistito un momento in cui la campagna si è presa l'agognata rivincita sulla città e i villani hanno potuto guardare per una volta gli urbani con quel sorrisetto di sufficienza in genere a loro riservato, beh sono stati senza dubbio questi infiniti 80 giorni di quarantena (che "lockdown" fa pure schifo anche come parola, un po' come fake news e tutta una serie di inutili anglicismi usati di solito per rendere più appetibili, anzi "cool", concetti fastidiosi che in italiano suonerebbero semplici, banali e più spesso ridicoli come peraltro al 90% lo sono davvero). Immaginiamo una famiglia benestante che abiti in centro in un attico di 200 metri quadrati (che è costato come una manovra finanziaria) in una grande città, e dall'altra parte un semplice langhetto di un qualunque paesino di collina (ma va bene anche la montagna o la pianura, eh?) con la sua cascinitta senza né velleità, né spesso mercato

(lui non venderà mai, così come non l'ha comprata)...

Ecco, secondo voi, chi ha vissuto la prigionia in maniera più tollerabile? Il manager che ha fatto tapis roulant in salotto o il villico che andava nei campi all'aria aperta col suo trattore? La donna in carriera che faceva aerobica (o come chiamano oggi la stupida ginnastica del momento) davanti alla televisione o la contadina che ha curato le verdure dell'orto (che, con la primavera che ha fatto, c'erano carciofi, asparagi e zucchine buonissime)?

I poveri ragazzini abbandonati 24 ore davanti al computer (lezioni on-line e compiti a casa, e poi Netflix, social e videogiochi) o i loro coetanei che scorrazzavano nell'aia e tra i prati magari perfino assieme ai loro animali domestici, tutti davvero liberi?

La rivincita dei vinti

Le immagini di queste pagine sono di Giulio Morra e ben illustrano il messaggio "filosofico" che Pietro Giovannini propone ai lettori di "Made In Cuneo". Innamorato del territorio piemontese, in particolare dell'area albese, Giovannini è un giornalista autore di numerosi libri e di guide a esso dedicati. Fra i suoi ultimi progetti di promozione spicca "Turrìs" che riunisce i paesi di Langhe, Roero e Monferrato che conservano storiche torri civiche

#l'impresa continua

Ecco, anche senza forzare la mano è chiaro che durante un evento, speriamo eccezionale e una tantum, come la pandemia da Coronavirus, essere "tenuti prigionieri" in città è stato profondamente diverso dall'esserlo in campagna. Nei paesini la spesa si è fatta nell'omnibus della piazza, senza code, magari telefonando prima e pagando anche la prossima volta (eh sì, nei paesi spesso si può pagare dopo, tanto ci si conosce tutti), tutti avevano uno spazio aperto grande, pulito e verde, se lavorano in campagna (ovvero la stragrande maggioranza degli abitanti di un qualunque paesino italiano, che sono però "la minoranza del Paese") non hanno mai smesso di lavorare; ma anche gli altri hanno di solito tutti un pezzo di terra a cui badare (come i mitici operai della "Ferrero" che hanno tenuto in piedi la Langa quando nessuno avrebbe scommesso un copeco sulla sopravvivenza di quei remoti borghi di collina).

E mentre a Milano o Torino si riscopriva la bontà di un'aria finalmente poco inquinata, di notti silenziose e anche più buie, di rapporti umani tra vicini di casa, dell'importanza di poter uscire dieci minuti con il proprio cane... nelle campagne di tutta Italia non si percepiva

praticamente la differenza: aria buona, silenzio e notti buie sono la norma, i rapporti cordiali coi vicini un'abitudine quasi ancestrale, i cani beh di solito sono liberi di girare senza guinzaglio e ti stanno sempre intorno! Insomma durante questi 80 giorni anomali che resteranno nella storia del mondo e pure nelle nostre piccole biografie, per molti italiani si è in qualche modo ridefinita anche la scala dei valori e delle priorità e si sono riviste quelle scelte di fondo che ci rendono la vita potenzialmente migliore. Un "cambio di classifica" in cui i "50 centri commerciali" sono già precipitati ben al di sotto della voce "orto e frutteto" e "fine settimana in collina" è diventato di colpo il possibile sogno quotidiano, intanto che tantissimi intuivano come "stadio, teatro e cinema" potessero ben essere quelli la mèta della gita domenicale, e non il contrario. Sul breve termine questo significa che abbiamo già e avremo di più a breve un picco di turismo di prossimità (anche se questo effetto purtroppo sarà attutito dalla

Mentre a Milano o a Torino si riscopriva la bontà di un'aria finalmente poco inquinata, di notti silenziose e anche più buie, di rapporti umani tra vicini di casa, dell'importanza di poter uscire dieci minuti con il proprio cane... nelle campagne di tutta Italia non si percepiva praticamente la differenza

continua, ostinata e stolido compressione della ricchezza individuale degli italiani da parte di uno Stato insaziabile), una riscoperta e una rivalutazione di quella vituperata "domanda interna" che sono poi sempre 60 milioni di persone benestanti che parlano la nostra stessa lingua. Senza nulla togliere ovviamente a chi da mezza Europa continuerà a venire qui per iniziare a "sognare in italiano" e pure a chi arriverà per una volta sola da più lontano, portandosi poi per sempre nel cuore un po' di nostalgia, da rispolverare davanti a un souvenir e un "Ah, l'Italia!" mormorato tra sé e sé. Ma accanto a questo click mentale, scattato nella testa di moltissimi nel momento che quel loro carissimo attico è diventato una prigionia, c'è poi un altro fatto evidente: la campagna, o se preferite l'eterna "provincia" italiana, è oggi non solo più appetibile, ma anche ben più fruibile.





Le moderne tecnologie, se da un lato hanno forse distanziato i rapporti personali (almeno stando a un certo giornalismo del lamento), dall'altro hanno indiscutibilmente avvicinato borghi e paesi lontani e isolati a servizi e iterazioni un tempo impensabili

■ Difatti le moderne tecnologie, se da un lato hanno forse distanziato i rapporti personali (almeno stando a un certo giornalismo del lamento), dall'altro hanno indiscutibilmente avvicinato borghi e paesi lontani e isolati a servizi e iterazioni un tempo impensabili. Insomma oggi un Murazzano o un Santo Stefano Belbo sono molto più connessi di anche solo trent'anni fa e, se un tempo la radio e poi la tv avevano avvicinato davvero tutta l'Italia (e gli italiani), oggi il web ci ha messo il mondo a portata di mano, in un flusso di informazioni, immagini, contatti, consegne e anche esperienze impensabili nel millennio scorso. Vivere quindi sulla Langa (come pure in Garfagnana o nella Tuscia) è oggi molto più facile, semplice e pratico.

Geograficamente sono ancora luoghi lontani, digitalmente invece sono diventati già parte del villaggio globale (che in genere resta una brutta definizione).

Nei prossimi lustri credo che tutto ciò inciderà ben più a fondo nel tessuto sociale del Paese: assisteremo a un cambio di equilibrio tra città e campagna, a uno spostamento lento, ma continuo, silenzioso e costante, di chi potrà farlo, a favore della provincia. La cosa straordinaria però è che, a seguito della rivoluzione digitale, un Murazzano o un Santo Stefano non abbiano perso quasi nulla del loro fascino antico, di come cioè (per semplificare) li guardavano e descrivevano Beppe Fenoglio e Cesare Pavese: la loro magia è ancora tutta lì a portata di mano, la poesia vibra ancora intatta tra quelle colline.

E, poco a poco, i nipoti torneranno alle case dei nonni, le cascine sbrecciate avranno tetti nuovi, i gerbidi saranno ancora giardini e nelle borgate oggi spente si sentiranno di nuovo ridere i bambini.

E sempre più italiani si riempiranno i sensi del loro Bel Paese o, nel nostro caso, di queste bellissime magiche infinite colline: la terra riarsa della vigna con la frutta per terra, i boschi umidi di rittani e di fughi, le foschie mattutine, i latrati lontani di cani invisibili, i campi coperti di erba medica, le pecore al pascolo, il biondo delle spighe e il giallo assurdo dei girasoli a luglio, il fango di sentieri battuti e le pietre di semplici "ciabòt" dove vorremmo tutti oggi vivere per sempre.

Anche solo per svegliarsi ogni giorno con l'aria dell'inverno che ti taglia il fiato e il profilo del Monviso che, anche dopo cent'anni, quel fiato te lo mozza ogni volta.

Non lo sappiamo ancora, ma siamo davanti all'ennesima rivoluzione: in questo XXI secolo già oggi così impre-

#limpresacontinua

vedibile, il baricentro del mondo si sposterà inesorabilmente dalle città ai paesi, dal cemento ai prati, dal verticale dei grattacieli e degli orribili condomini all'orizzontale di fattorie e casali: un futuro con sempre più "lavoro da casa", ma soprattutto con più filiere corte di prodotti di qualità.

Ci sarà una risposta silenziosa, ma ostinata al consumismo sfrenato di questi anni, a un'economia che brucia se stessa senza scopo, né utilità: la terra tornerà ad essere al centro, e l'usa e getta sempre più lontano.

E finalmente le fragole d'inverno rimarranno una storiella da raccontare ai bambini, proprio come gli animali in gabbia del circo.

Non è necessario ammantare tutto ciò con venti parole inglesi inutili, né con analisi pensose di corrucati sociologi, né tanto meno con programmi politici che da cinquant'anni sono sempre in ritardo sui tempi. Basterà che le persone si chiedano tra di loro, semplicemente e sinceramente: «Continuerai a farti scegliere o finalmente sceglierai».

Che poi è il finale di "Verranno a chiederti del nostro amore" di Fabrizio De André, una canzone che già riscriveva la scala delle nostre priorità, l'importanza delle proprie scelte.

Il dado è già tratto, la rivoluzione è già in marcia, l'amore è già nato. Per una volta sarà tutto meraviglioso.®



Non è necessario ammantare tutto ciò con parole inglesi inutili, né con analisi pensose di corrucati sociologi, né tanto meno con programmi politici che da cinquant'anni sono sempre in ritardo sui tempi. Basterà che le persone si chiedano tra di loro, semplicemente e sinceramente: «Continuerai a farti scegliere o finalmente sceglierai» (De André)



100% LATTE ITALIANO - SENZA CONSERVANTI

BIRAGHINI

Lo spicchio comodo.



FACILI DA GRATTUGIARE - con la loro Biraghina



SENZA CROSTA - non sprechi niente



COMODI DA CONSERVARE - con la confezione salvafreschezza



formaggi_biraghi

www.biraghi.it



Formaggi Biraghi

93



Enrico Crippa

Claudio Puppione

IL Covid-19 non ci fermerà

Dici Enrico Crippa e pensi alla cucina d'autore, a un autentico artista che, a dispetto dall'ancor giovane età, da lustri sta scrivendo la storia dell'enogastronomia. Pensi ad Alba, di cui lo chef tristellato è diventato un'attrazione nota in tutto il mondo con il suo ristorante "Piazza Duomo". Pensi a un territorio che, grazie a eccellenze come questa, incastonate in un secolare patrimonio naturale e umano riconosciuto dall'Unesco, ha conquistato un meritato, ma inusitato benché travolgente successo turistico oggi ferito dal Covid-19, ma che certo saprà rialzarsi in fretta. Pensi a una famiglia, verrebbe da dire a una casata, i Ceretto, i quali da oltre trent'anni agiscono da autentici mecenati, facendo il proprio business in campo vitivinicolo e agroalimentare, come è giusto che sia, ma offrendo alla capitale delle Langhe e alle colline che la circondano ricadute positive di valore incalcolabile.

Crippa e "Piazza Duomo", con l'annessa "Piola", sono la punta di diamante di queste "ricadute" che si affiancano a un fiorilegio di iniziative e di eventi artistici: uno chef e un ristorante di alta fascia che annoverano una clientela costituita da Vip di fama planetaria, capaci di partire dagli antipodi apposta per gustare una cena indimenticabile nel cuore di Alba, ma anche un punto di riferimento per i visitatori di qualità che possono limitarsi all'"osteria" al piano terra per poi andare alla scoperta delle altre inimitabili specialità (e bravure umane) di questo angolo di paradiso.

#l'impresacontinua

Crippa, come ha vissuto le terribili settimane della quarantena un cuoco che vanta le tre stelle Michelin?

«Non posso negare di essere stato un privilegiato, benché ovviamente ciò non mi abbia esentato dal vivere quei giorni con vera angoscia. Ho la fortuna di vivere in una zona di Alba ai margini della città, con un po' di verde fuori casa, e quindi il senso di "prigionia" è stato meno pesante. Inoltre, anche con il ristorante chiuso al pubblico, ho mai smesso di lavorare perché occorreva accudire l'orto da cui ricaviamo la maggior parte degli ingredienti vegetali dei miei piatti. A marzo c'erano anche le semine da fare e con potevo sospenderle. Ahimé non abbiamo potuto sfruttare in cucina ciò che raccoglievamo e in un primo momento abbiamo distribuito parte delle verdure ai nostri dipendenti e agli amici: gliele portavo sotto casa, citofonavo e lasciavo le ceste, nel massimo rispetto delle regole per il distanziamento».

Però avete ripreso abbastanza in fretta l'attività...

«Appena è stato possibile ci siamo strutturati per il servizio di delivery. La consegna a domicilio, ovviamente sulla base di un menù più informale, è stata accolta bene e ci ha dato soddisfazioni. Come è normale che sia, man mano che altri colleghi hanno cominciato a proporsi, ne abbiamo risentito dal punto di vista della domanda, perché Alba, con i suoi 30.000 abitanti, è un bacino d'utenza piuttosto ridotto, sebbene sempre molto attento alle novità. Comunque in generale nei fine settimana si lavorava bene e, facendo qualcosa di completamente nuovo rispetto al nostro consueto impegno, posso dire che abbiamo imparato, abbiamo potuto mantenerci occupati e in alcuni momenti ci siamo addirittura divertiti».

Come è stato tornare ad accogliere i clienti nelle sale del suo ristorante?

«Da un lato la voglia di ripartire era fortissima, perché significava rientrare nell'alveo della normalità e cominciare a scrollarsi di dosso le paure accumulate, d'altro canto c'erano



Lo chef tristellato del ristorante "Piazza Duomo" racconta qual è stato l'approccio con il lockdown e la ripresa dell'attività: «Non posso pensare alla mia professione senza la presenza fisica dei clienti in sala»



Enrico Crippa, tre stelle Michelin, coltiva personalmente le verdure che utilizza per le proprie creazioni, proposte ai clienti del "Piazza Duomo" alla cui conduzione è stato scelto dalla famiglia Ceretto. Il contatto fra di loro è stato favorito da Carlo Cracco. Le sale del ristorante sono state affrescate da Francesco Clemente

i timori legati al rispetto dei protocolli anticontagio e al fatto che l'epidemia non è ancora stata completamente debellata. L'impatto emozionale è stato fortissimo, sia da parte nostra che per i clienti. Questi ultimi erano a loro volta presi tra la voglia di tornare a uscire e a godere i piaceri della vita e le giuste precauzioni da adottare per non "incontrare" il virus che ha cambiato le nostre esistenze. Dopo un primo momento di forte richiesta, le prenotazioni si sono assestate, confermandosi elevate nei week-end e meno assidue durante la settimana. Per un locale come il nostro, va da sé che l'assenza di ospiti stranieri si sia fatta sentire in modo particolare e che il loro ritorno stia avvenendo a ritmi lenti, connessi alla graduale riapertura delle frontiere e, soprattutto, alla riacquisizione del senso di sicurezza e, quindi, del piacere del viaggiare». **Ma "Piazza Duomo" è "Piazza Duomo" e pertanto è indubbio che, man mano che l'orizzonte della normalità si avvicinerà, i clienti di tutto il mondo torneranno per apprezzarne creazioni. L'effetto nefasto del Covid-19 sulla sua attività ce lo ha descritto: secondo lei l'esperienza dirompente di questa epidemia, tralasciando il fondamentale, tragico discorso sulle vite umane perdute, può lasciare qualcosa di buono a livello sociale?**



«Questo è un argomento assai complesso, perché, sotto qualunque angolazione lo si guardi, si possono trovare i pro e i contro. Ad esempio, e lo constato per quanto riguarda il nostro staff, ne siamo usciti più uniti, solidali e così penso sia per l'intera collettività, però... d'altro canto c'è la paura del contagio, per cui molti cercano di evitare il contatto diretto con "gli altri", a volte si spostano sul marciapiede opposto pur di non incrociare un estraneo. E ancora: nel periodo dei lockdown, dotato della regolare certificazione che mi consentiva di recarmi ogni giorno nell'orto, ho verificato come la natura possa fare in fretta a riacquistare i suoi spazi, con gli animali selvatici e non solo. Trovo che questa sia una bella cosa che, in parte e ragionando in astratto, sarebbe

Un progetto "folle" avviato nel 2005: 15 anni di successo globale ininterrotto

Enrico Crippa è nato a Carate Brianza nel 1971 e si è diplomato presso l'Istituto alberghiero di Monte Olimpino, a Como. La prima esperienza nel campo della ristorazione l'ha fatta a 16 anni, da apprendista nello storico ristorante milanese di Gualtiero Marchesi in via Bonvesin de la Riva. Da lì ha iniziato una folgorante carriera che gli ha dato modo di collaborare con alcuni tra i migliori chef europei: Christian Willer alla "Palme d'Or" di Cannes, Gislaine Arabian al "Ledoyen" di Parigi, Antoine Westermann al "Buerehiesel" di Strasburgo, Michel Bras a Laguiole, Ferran Adria a "El Bulli" di Roses. Nel 1990, 19enne, a Sologne, ha ricevuto il primo premio del Concorso Artistico di Cucina, facendo il bis nel 1992. Nel 1996 a Kobe ha avviato il ristorante di Gualtiero Marchesi ed è rimasto in Giappone, al "Rhiga Royal Hotel" di Osaka, fino al 1999. L'esperienza di questi tre anni è stata fondamentale. Rientrato in Italia, ha cominciato a cercare un luogo adatto alla realizzazione del proprio ristorante. È datato 2003, favorito da Carlo Cracco, l'incontro con la famiglia Ceretto con la quale è partito, nel 2005, il progetto del ristorante "Piazza Duomo", in Alba, allestito nelle sale affrescate da Francesco Clemente. Nel 2006, come quasi immediata conferma del suo talento, è stato insignito della prima stella Michelin; nel 2009 gli è stata conferita la seconda stella Michelin e il 14 novembre 2012 Enrico Crippa ha ottenuto la terza stella Michelin. Lo stesso anno è stato scelto come presidente della giuria del concorso mondiale "Bocuse d'Or". Dal 2013 la cucina di Enrico Crippa ha portato "Piazza Duomo" tra i 50 migliori ristoranti del mondo, raggiungendo nel 2017 la quindicesima posizione. Sempre nel 2017 è stato nominato presidente dell'Accademia Italiana del "Bocuse d'Or" e l'Académie Internationale de la Gastronomie gli ha riconosciuto il Grand Prix de l'Art de la Cuisine.



da mantenere, però mi rendo conto di come sia difficile, se non impossibile, bilanciarla con le esigenze, non solo economiche, della vita quotidiana della collettività. Comunque è ben vero che un più marcato rispetto dell'ambiente, almeno quello, dovrebbe diventare prassi comune».

E se limitiamo lo sguardo alla sua professione? Il Coronavirus è stato fonte di qualche ispirazione?

«L'emergenza sanitaria è stata tale, nella sua negatività, per cui è davvero difficile anche solo provare a immaginare che possa essere, sebbene in parte infinitesimale, fonte di stimoli alla creatività. Forzando un po' il senso della domanda posso ribadire che mi è stato utile impegnarmi per alcune settimane nel servizio di delivery, affrontando qualcosa di mai fatto e pertanto trovando spunti progettuali in momenti nei quali altrimenti, a parte la cura dell'orto, non avrei potuto mettermi alla prova. Tuttavia ribadisco che un

conto è proporre le consegne a domicilio in grandi città con milioni di abitanti e un altro farlo per una popolazione di circa 30.000 persone. A scanso di equivoci sottolineo che io sono felice di vivere e lavorare qui, dico questo in funzione della modalità operativa a cui ci ha provvisoriamente costretto il Covid-19. D'altra parte sono nato e cresciuto nei ristoranti e mi piace pensare che il cliente entri nelle nostre sale, sia coccolato e informato su quanto gli si propone in tavola, come cibo e come vino, che veda il nostro ambiente di lavoro, che tocchi le posate e i bicchieri. Ho alle spalle tanti anni di gavetta e, pur nel doveroso rispetto dei protocolli anticontagio, perché non si deve mettere a rischio la possibilità di un graduale ritorno alla "vera" normalità, non riesco a immaginare una modalità di svolgimento della mia professione che non preveda la presenza fisica dei commensali e la possibilità di scambiare di persone opinioni, suggerimenti e pure critiche».

Dal punto di vista pratico, cos'è cambiato per chi viene a "Piazza Duomo" e cosa è rimasto com'è stato sino a gennaio?

«Prima del Covid-19 avevamo già abbandonato il menù alla carta e proponevamo tre tipologie di menù. Attualmente invece abbiamo un solo menù, all'interno del quale il cliente sceglie se vuole tutti i piatti o solo alcuni. La lista delle proposte cambia di settimana in settimana e, al suo interno, anche da un giorno all'altro. Resta un punto di forza e d'orgoglio il

nostro essere concentrati sui prodotti locali e stagionali, da quelli del nostro orto alla carne fassona. Di sicuro non è cambiato nulla del mio stile: ci ho messo anni per metterlo a fuoco e, pur ambendo a un continuo miglioramento, non intendo cambiarlo».

Uno stile che è ben descritto nel sito del ristorante di Enrico Crippa: «Prima di tutto questi piatti sono belli. Poi, sono annunciati dal loro profumo: il palato è solo una conferma. E quando il piatto è finito dovrebbe sempre restare il desiderio di mangiarne un altro po'. Credo che lo struggimento sia indispensabile per un vero piacere, rimane sempre una piccola distanza che non si può colmare, come nell'amore. I nostri menù iniziano sempre con un vegetale crudo o marinato. Temperature, tecniche di cottura e consistenze si alternano segnando il ritmo del percorso. Spesso amo inserire nel menù qualcosa che, di primo acchito, potrebbe apparire fuori posto, come

un piatto estivo nel menù invernale: ad esempio due cucchiaini di brodo di rape freddo che ricordano un'acqua di pomodoro. Vorrei suscitare un'eco nell'ospite, riportarlo con la mente all'estate trascorsa, ma anche generare in lui una tensione, un desiderio della prossima stagione calda». Come si vede, la definizione di artista non è affatto una forzatura.

Crippa, lei è una delle anime del "Bocuse d'Or", poiché presiede l'Accademia Italiana con sede ad Alba che prepara i concorrenti nostri connazionali al campionato mondiale di cucina nominato così in onore del grande Paul Bocuse. Quali prospettive ci sono per il concorso, alla luce dell'epidemia?

«Se la manifestazione riprendesse sarebbe un bel segnale per quanto riguarda l'agognato ritorno alla normalità. La finale europea dovrebbe tenersi in Estonia a inizio autunno e io ritengo che non avrebbe molto senso se non

potesse svolgersi con la partecipazione dei sostenitori degli chef impegnati nella sfida, come purtroppo è stato per la ripresa del campionato di calcio. Mancherebbe l'"anima" del confronto. Inoltre vi sono da affrontare problemi di budget, visto che la pandemia ha avuto conseguenze su molti sponsor, e quindi occorrerà fare ragionamenti innovativi per far sì che un evento così importante e coinvolgente torni alla ribalta».

Tornerà alla ribalta anche il turismo nelle Langhe e nella Granda?

«Guardi, sono ben conscio del disastro provocato dal Covid-19 e di quelli che potenzialmente può ancora provocare l'onda lunga dell'epidemia. Ma sono altresì convinto che sia nella natura umana, una volta riacquistata la certezza di essere in vera sicurezza, cercare i luoghi dove si sta bene, e qui siamo nel cuore di uno di essi che potrà presto tornare a ospitare i visitatori di tutto il mondo. Se mi permette, allargo il ragionamento a tutto il Paese: noi

“

La cura dell'orto durante la quarantena, il servizio di consegna a domicilio e poi la riapertura con tutte le precauzioni anticontagio, qualche timore per il futuro, ma la certezza che il territorio e il turismo torneranno a svolgere il loro ruolo trainante

”

italiani sappiamo sempre stati capaci di tirar fuori il meglio di noi stessi nelle situazioni più difficili. Sono del parere che sapremo rifarlo».

Chiudiamo con un pensiero alla famiglia Ceretto?

«Credo basti dire che è la mia seconda famiglia, ne ho una in Lombardia e una qui ad Alba. Abbiamo un rapporto direi simbiotico che va ben oltre quello d'affari. Hanno avuto e hanno intuizioni straordinarie, utili a tutto il territorio, e sono sempre stati vicini a me e al ristorante, nei momenti belli come quelli meno felici, come il periodo del lockdown. Verso di loro posso solo coltivare un sentimento di grandissima gratitudine e di immenso affetto». ☺

CUBAR
AUTOMAZIONE INDUSTRIALE

Soluzioni in linea con le vostre esigenze professionali

In un mercato vario, competitivo e in evoluzione continua, il nostro obiettivo è quello di perseguire la soddisfazione dei nostri clienti, affrontando ogni sfida con soluzioni sicure, affidabili ed innovative.

Apertura mentale, flessibilità e creatività

Non limitarsi a soluzioni precostituite per cercarne sempre di nuove.

È su questi concetti che Cubar basa il suo metodo di lavoro, dimostrando il suo valore tecnologico anche nel mercato globale.



Cubar S.r.l. - Fossano (Cn) - ITALIA - Tel. +39 0172 693335 - www.cubar.it

CUBAR USA INC

AEDCUBAR

EXACTO

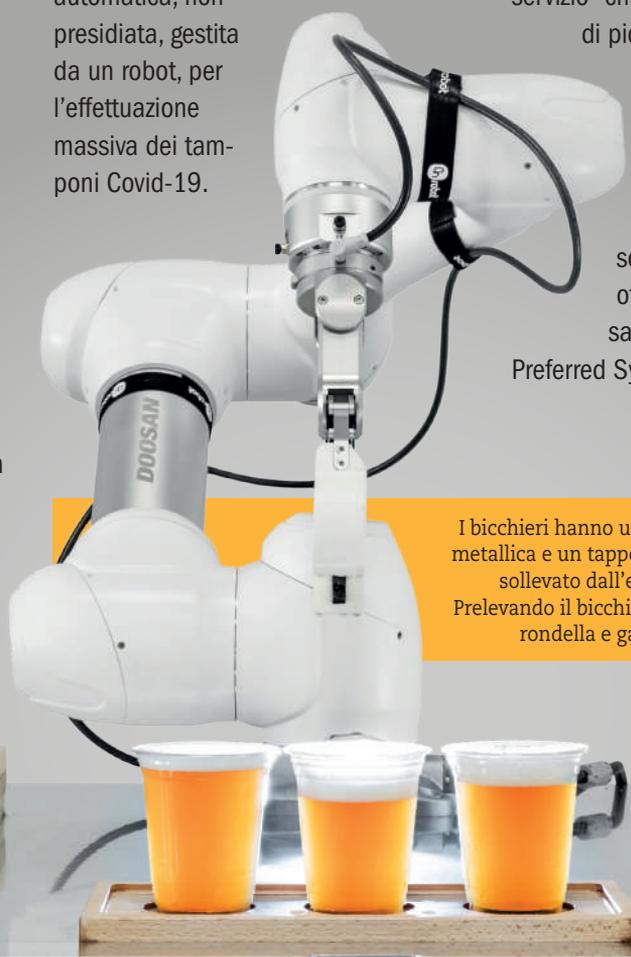
I cobot di SDK per i piaceri della vita

L'azienda di Roneto di Cherasco specializzata nella robotica collaborativa ha presentato una birreria automatizzata che consente di rispettare il distanziamento sociale e, nello stesso tempo, di gustare la fresca bevanda

Uno degli strascichi più impattanti dal punto di vista sociale dell'emergenza sanitaria è il distanziamento sociale, una necessità che, da un lato, contribuisce a salvaguardare la salute di ciascuno di noi, ma che d'altro canto ha cambiato (in peggio) i rapporti interpersonali. In questa condizione non ottimale, tuttavia, l'invenzione di un'azienda "made in Granda" consente di continuare ad apprezzare qualche piacere della vita e di porre la basi di una modalità di servizio che potrebbe restare utile anche quando il Covid-19 avrà smesso di farci paura. La SDK di Roneto di Cherasco, infatti, ha messo a punto una birreria robotizzata, inseribile in una casetta in legno o applicabile al bancone di un locale pubblico, nella quale un robot regola l'erogazione della bevanda fresca, essendo il macchinario dotato di un impianto di refrigerazione. Tramite un pc con lettore di tessera sanitaria come quello dei distributori dei tabaccai o una app, si seleziona il tipo di birra e il formato desiderati, con pagamento effettuato tramite carta elettronica. Il robot preleva dal dispenser il bicchiere della taglia giusta e lo deposita in una delle tre postazioni previste. L'erogatore riempie dal basso il bicchiere, poi prelevato dal

braccio del robot e depositato sulla mensola di uscita. Il sistema di riempimento dal basso, acquistato negli Stati Uniti dalla SDK, colma alla perfezione i bicchieri, senza produrre schiuma. La procedura è tanto semplice quanto geniale: i bicchieri hanno un foro sul fondo con una rondella metallica, all'interno è posizionato un tappo-calamita personalizzabile sollevato dall'erogatore durante il riempimento. Quando il contenitore viene prelevato, il magnete si attacca alla rondella e il bicchiere ritorna stagno. Sempre prendendo spunto dall'epidemia, la SDK ha realizzato una postazione mobile automatica, non presidiata, gestita da un robot, per l'effettuazione massiva dei tamponi Covid-19.

La SDK srl è stata fondata nel 1994 da Claudio Berchiolla Claudio e Paolo Bertello. Grazie al costante impegno nel raggiungere i propri obiettivi e alla fiducia e collaborazione ricevute dai clienti, l'azienda ha consolidato un know-how tecnologico tale da permetterle di operare nei diversi settori dell'automazione industriale e del controllo di processo, spaziando dalla fonderia al farmaceutico. Inserendo nell'organico personale tecnico giovane e altamente motivato, la SDK ha costituito un gruppo di lavoro dinamico e flessibile capace di individuare e realizzare le soluzioni tecnologiche più moderne e idonee per ogni cliente. Dal 2000 investe il 10% degli utili aziendali annuali in formazione e ricerca, allo scopo di garantire ai clienti prodotti e servizi innovativi e al contempo "user friendly". Cinque anni fa, in collaborazione con alcuni partner specializzati nelle costruzioni meccaniche, ha iniziato a fornire un servizio "chiavi in mano" nell'ambito di applicazioni dedicate di piccole dimensioni quali isole robotizzate, pannellatrici orizzontali per falegnameria, macchine di dosaggio polveri nel settore cosmetico e banchi di collaudo guarnizioni cuscinetti. Dal 2016 la SDK opera nella robotica collaborativa (di qui il neologismo "cobot" che sta sostituendo il termine "robot"). Nell'aprile 2017 ha ottenuto il Certified System Integrator dalla Universal Robot e nel mese di giugno 2020 la qualifica di Preferred System Integrator dalla Doosan Robotics. ©



I bicchieri hanno un foro sul fondo con una rondella metallica e un tappo-calamita personalizzabile viene sollevato dall'erogatore durante il riempimento. Prelevando il bicchiere, il magnete si attacca alla rondella e garantisce una tenuta stagna

in



made in Cuneo

La conoscenza è sempre alla base del successo.

Consulenza e formazione Nord Ovest: il know how di 40 anni a vostra disposizione.

Ego NewCom

Nord Ovest
Consulting
Partnering Solutions

Sharing knowledge from experience
Nord Ovest
Academy

Dal 1975, studiamo, risolviamo e superiamo sul campo problematiche logistiche, fiscali e doganali di crescente complessità. Un patrimonio straordinario di competenze uniche; la base dei nostri servizi di consulenza dedicati alle aziende impegnate in attività di importazione o esportazione di merci e prodotti.

Organizziamo corsi su misura, webinar e workshop su tutte le tematiche specifiche dell'import/export, con docenti provenienti direttamente dal team manageriale di Nord Ovest: si tratta di professionisti con un altissimo livello di preparazione tecnica, che non ha praticamente riscontri in altre realtà formative.

Nord Ovest: la risposta più giusta, per ogni vostra esigenza.



www.nord-ovest.it



in

Aldo A. Mola

L'Amministrazione provinciale di Cuneo e gli "eventi straordinari" di un secolo fa

Quale fu la condotta politico-amministrativa dinanzi alla diffusione della febbre detta "spagnola", divampata anche in Italia e nella Granada dall'ottobre 1918 alla fine del 1919? La risposta è molto difficile per la penuria di studi, a sua volta dipendente dalla mancanza di un quadro statistico affidabile

La pandemia da Covid-19 tuttora in corso sta determinando novità significative nel mondo del lavoro, dalle ripercussioni ancora da valutare, anche perché l'unica certezza odierna è la mancanza di previsioni affidabili sullo scenario da qui a sei o dodici mesi. Malgrado fantasiosi algoritmi, si procede a tentoni, anche per la fluidità del sistema decisionale di vertice (Governo centrale, Ministeri, Regioni e via discendendo per li rami), preoccupantemente lontano dalle urgenze cogenti di quello produttivo.

Perciò, con significativo ritardo, vengono tentati raffronti fra l'azione odierna dei poteri politico-amministrativi e quelli messi in campo nel 1957 a fronte dell'"asiatica". Al momento (luglio 2020) si constata che i morti per milione di abitanti fatti registrare da quella severa epidemia a

livello nazionale sono pressoché pari a quelli contati dall'inizio della pandemia in corso.

La differenza cospicua sta nel fatto che 63 anni orsono le scuole furono chiuse per alcuni giorni, mentre gli uffici pubblici rimasero aperti e le "fabbriche" continuarono a produrre, malgrado le assenze per malattia. Lo sguardo inizia a volgersi più all'indietro: quale fu la condotta politico-amministrativa dinanzi alla diffusione della febbre detta "spagnola" (H1N1), divampata anche in Italia dall'ottobre 1918 alla fine del 1919?

Malgrado le importanti opere di

Riccardo Chiaberge (2016), e i recenti saggi di Francesco Cutolo, la risposta è molto difficile per la penuria di studi, a sua volta dipendente dalla mancanza di un quadro statistico affidabile. Ma vale anche per le maggiori opere, come quella meritoria di Laura Spinney ("L'epidemia che cambiò il mondo", trad. Marsilio, 2018) e la brillante "Storia delle epidemie" di Stefan Cunha Ujvari (ed. Odoja).

Anche in provincia di Cuneo la "spagnola" mieté vittime. Essa venne fronteggiata dalle Amministrazioni comunali, raggiunte dalle direttive impartite

dalla Direzione generale della salute, incardinata nel Ministero dell'interno e quindi tramite i prefetti, i cui bollettini sono di difficile reperimento. A conferma della difficoltà di tracciare il quadro d'insieme valga l'assenza di un capitolo su igiene e sanità tra gli "Studi sull'ottavo secolo della città" raccolti da Michele Calandri e Mario Cordero in "Novecento a Cuneo" (ed. 2000).

Per quanto possa sorprendere, mancò del tutto l'intervento del principale "governo locale", l'Amministrazione provinciale.

Se ne fosse stata incaricata, molto probabilmente la Provincia avrebbe svolto un ruolo di coordinamento e di impulso, anche perché era politicamente e culturalmente attrezzata per cogliere le urgenze della popolazione di spicco e per individuare gli strumenti per intervenire. All'epoca (1918-1919) il Consiglio provinciale di Cuneo era composto di 60 membri, quindici per ogni circondario (Cuneo, Alba, Mondovì e Saluzzo).

Vi sedevano personalità di spicco a livello nazionale. Il Consiglio era presieduto da Giovanni Giolitti, già quattro volte presidente del Consiglio dei ministri, espertissimo di questioni sanitarie, affiancato da Eugenio Rebaudengo, senatore, e dal marchese Marco di Saluzzo, senatore, colonnello di Stato maggiore e dalla Deputazione provinciale, guidata dal cavaliere del lavoro Sebastiano Lissone (1852-1924, consigliere dal 1882), chimico illustre e promotore di studi scientifici.

Il Consiglio contava altri senatori, deputati, aristocratici e medici dal comprovato impegno filantropico.

Tra le Commissioni direttamente o indirettamente destinate a occuparsi di questioni sanitarie l'Amministrazione provinciale contava quella del Manicomio provinciale sito in Racconigi (presieduta da Donato Colombo, affiancato dai conti Incisa di Santo Stefano e Galateri di Genola e, tra altri, dal giovane Giovanni Battista Imberti, futuro deputato e sindaco di Cuneo) e della sua succursale in Cuneo, nonché quelle di Sorveglianza per l'ospizio provinciale dei trovatelli; di Beneficenza e assistenza pubblica; dei Ricoveri di mendicizia e contro

i danni dell'alcolismo.

Le corpose relazioni annuali del direttore del Manicomio di Racconigi (all'epoca Cesare Rossi) e del medico delle succursali cuneesi ("Angeli" e "Cottolengo", scritte dal famoso Serafino Arnaud, il "medico dei poveri"), complete di informazioni analitiche sul personale, documentano la preparazione e la dedizione degli amministratori e del personale dipendente. Però l'assenza di temi direttamente afferenti a igiene, sanità e ospedali del cuneese nei verbali del Consiglio provinciale (ogni anno oltre 400 fittissime pagine a stampa su due colonne e una miriade di tabelle) indica che l'Amministrazione si attenne alle sfere di propria competenza, sia perché nessuno l'autorizzò a oltrepassarle, sia perché già faticava a tenere i conti in ordine, ferma nel principio invalicabile del rigoroso pareggio di assumere bilancio.

Per quanto possa sorprendere, mancò l'intervento del principale "governo locale", l'Amministrazione provinciale. Se ne fosse stata incaricata, la Provincia avrebbe potuto svolgere un ruolo di coordinamento e di impulso, anche perché era politicamente e culturalmente attrezzata per cogliere le urgenze della popolazione di spicco e per individuare gli strumenti per intervenire

L'INFLUENZA

Comincia con mal di capo, brividi di freddo e febbre.

Quando non vi siano altre complicazioni, non è malattia grave e la febbre cessa in due o tre giorni.

Se la febbre seguita o ritorna, forse significa che è grave POLMONITE.

Appena il paziente si sente male deve essere messo a letto in una camera separata, e non deve assolutamente alzarsi per qualsiasi motivo.

Si chiami subito un Dottore.

Noi urgentemente suggeriamo ai MALATI di andare all'ospedale appena si sentono male.



Negli anni della "spagnola" (1918-1919) il Consiglio provinciale di Cuneo era composto da sessanta membri, quindici per ogni circondario (Cuneo, Alba, Mondovì e Saluzzo). Vi sedevano personalità di spicco a livello nazionale. Il Consiglio era presieduto da Giovanni Giolitti [foto], già quattro volte presidente del Consiglio dei ministri, espertissimo di questioni sanitarie. Nelle altre immagini di queste pagine: foto d'epoca e ritagli di giornale relativi alla pandemia mondiale di un secolo fa

Nel 1918 il Consesso cuneese, con l'epidemia in corso, venne a sollecitato a costituire una Commissione di studio per «uscire dalla ristretta cerchia in cui si dibatte da anni» e per «entrare in un campo di azione più moderno e più coraggioso».

Questo però non vuole affatto dire che il Consiglio provinciale mancasse di attenzione dinnanzi a “eventi” che si ripercuotevano sulla popolazione, né di capacità programmatiche per fronteggiarle. Lo si vide proprio nel 1918 quando il Consesso cuneese venne a sollecitato a costituire una Commissione di studio per «uscire dalla ristretta cerchia in cui si dibatte da anni» e per «entrare in un campo di azione più moderno e più coraggioso». L'impulso venne da Giuseppe Ghio, dal 1910 rappresentante del mandamento di Carrù in successione al notaio G.B. Reyneri. Capofila della sulfurea associazione “Giordano Bruno”, che contava sezioni ad Acceglio, Bra (ove era console delegato Carlo Rava, protagonista di «fierissime battaglie contro i clericali») e Mondovì ed esponente del Libero Pensiero sin dal suo ingresso, Ghio aveva sollecitato il Consiglio a riunirsi con maggior frequenza, data la mole delle sue competenze. In risposta alla sua “mozione” del 12 dicembre 1918, l'indomani Giolitti in persona nominò i componenti di una Commissione “per gli studi del dopoguerra” proposta da Ghio: Marcello Soleri, Uberto Govone, G.B. Imberti, Lorenzo Craveri e Ghio stesso, affiancati da componenti della Deputazione provinciale (Paolo Enrico, Galateri, Lissone, Guido Viale), nonché da rappresentanti degli

interessi industriali, agricoli e commerciali: il presidente della Camera di commercio, on. Marco Cassin, il cav. Carlo Remondino (agrari), il cav. Bongiovanni (officine e fonderie), Luigi Burgo (cartiera e industria idroelettrica), Roberto Lepetit, titolare dell'omonima impresa chimica di Garessio, l'ing. Elvio Soleri, fratello di Marcello e membro del Comitato piemontese per lo sviluppo dell'industria idroelettrica delle elettriche, il teologo Gianbattista Cavallotti e il segretario generale dell'Amministrazione provinciale, avvocato Emidio Siccardi.

Otto mesi dopo, l'11 agosto 1919, la Commissione generale presentò le conclusioni sue, cui seguirono quelle delle tre sottocommissioni costituite al suo interno e irrobustite con la nomina di membri aggregati: per i lavori pubblici, l'agricoltura e, particolarmente proiettata verso il futuro, «per lo studio del problema industriale del dopoguerra e per l'impiego dell'energia elettrica spettante alla Provincia sugli impianti della Majra».

Questa in premessa si dichiarò ispirata ai concetti di socializzazione e di statalizzazione «spinti innanzi dalla guerra» e che «altrimenti non sarebbero usciti

dallo stato embrionale e teorico» e, come auspicato anche da Giolitti, sollecitò a riconoscere le Province quali enti regionali «con particolari attitudini a esercitare un'azione non possibile a Governo e a Comuni, a favore del progresso industriale ed agricolo delle regioni, a cui competono ordinariamente caratteri etnici (sic) ed indu-

striali alquanto uniformi» con la possibilità di «soluzioni comuni per particolari questioni».

Convenne però che, a differenza dei Comuni, forti di una lunga tradizione di gestione diretta di aziende municipalizzate, le Province non erano attrezzate per la conduzione di imprese industriali. L'assenza dai suoi lavori di Burgo e di Lepetit (uno per impegni, l'altro per motivi di salute) non confortò le speranze di Ghio.

La sottocommissione si concentrò sull'ipotesi di concorrere all'esercizio della vastissima rete tramviaria, all'epoca gestita dalle Compagnie Piemontese, Astese-Monferrato, dalla ditta Vigna-Taglianti e dal Consorzio Mondovì-Santuario-San Michele e prospettò la contrazione di mutui ovvero prestiti a obbligazione per ampliare e potenziare i servizi, indispensabili per il suo vastissimo territorio. Parimenti interessanti risultano le proposte di impiego dell'energia elettrica del Maira, anche a beneficio dell'agricoltura, grazie ai moderni sistemi di sollevamento meccanico delle acque a

La Commissione presentò le conclusioni nell'agosto del '19, cui seguirono quelle delle tre sottocommissioni per i lavori pubblici, l'agricoltura e, particolarmente proiettata verso il futuro: «per lo studio del problema industriale del dopoguerra e per l'impiego dell'energia elettrica spettante alla Provincia sugli impianti della Majra»

Il professor Aldo A. Mola di recente ha aggiunto alla sua vasta produzione di saggi storici il volume “Giolitti-Il senso dello Stato” (“Rusconi libri”). In questa importante e attesa biografia, frutto di quarant'anni di studi, l'autore si sottrae alla tentazione di risolvere Giovanni Giolitti (Mondovì, 1842-Cavour, 1928) nell'età cui dette il nome per consegnarci il ritratto vivo e complesso di una personalità nuova e diversa da quella che tanti credono di conoscere



uso irrigazione. Ghio tentò di imprimere un'accelerazione passando dai propositi all'azione, ma il Consesso era alla vigilia del rinnovo generale e del mutamento profondo del suo assetto con l'ingresso di rappresentanti di partiti quali il socialista e il popolare (cattolico), anche in subordine alle possibili ripercussioni dell'introduzione del riparto proporzionale dei seggi sulla base dei voti riportati dalle liste (15 agosto 1919), in forza del quale anche consiglieri da tempo eletti (era il caso del monregalese Giambattista Bertone e di Galateri, espressione del Partito popolare) assunsero valenza diversa dal passato.

Gli esiti più significativi del rinnovo del Consesso si ebbero nel 1921, quando Giolitti assunse la guida dell'elaborazione dello Statuto dell'istituendo Consorzio provinciale contro la tubercolosi illustrato da Lissone. Organizzato sulla base di dispensari antitubercolotici, sanatori e ospedali di isolamento per tubercolotici più gravi o di reparti di isolamento negli ospedali comuni, esso prevede una vasta «lotta contro le cause predisponenti alla tubercolosi con propaganda nelle scuole, nelle officine, nei pubblici impieghi».

Altrettanto importante fu l'istituzione dell'Ufficio provinciale del lavoro con circoscrizione regionale

intercomunale e comunale teso a «studiare le diverse manifestazioni della vita economica agricola, industriale e operaia della provincia, allo scopo di agevolare la soluzione di tutti i problemi che vi si riferiscono, raccogliendo dati statistici, contratti di lavoro e consuetudini locali». In soli venti articoli, lo Statuto ebbe il sostegno dei liberali (Cassin, Bassignano), dei popolari e del socialista Domenico Chiaramello che raccomandò l'incorporazione nel nuovo Ufficio di quello già attivato dal Comune di Cuneo, per evitare dispersione di energie. A conclusione si può osservare che neppure dopo la devastante esperienza della «spagnola» la normativa conferì all'ente Provincia i poteri per fronteggiare epidemie influenzali dalle conseguenze letali di massa, mentre tutto lascia ritenere che

Nel 1921 Giovanni Giolitti assunse la guida dell'elaborazione dello Statuto dell'istituendo Consorzio provinciale contro la tubercolosi organizzato sulla base di dispensari antitubercolotici, sanatori e ospedali di isolamento per malati più gravi o di reparti di isolamento negli ospedali comuni

l'Amministrazione provinciale (non solo di Cuneo, ma sicuramente proprio quella cuneese) avesse una dirigenza pienamente capace di farsene carico, se ne avesse avuto il potere e i mezzi finanziari all'altezza del compito. ☺

BIOS
MANAGEMENT



**Bios Management vi
augura buone vacanze**

**Performance Management,
Business Analytics e
Corporate Finance**

Il giusto supporto per una
ripartenza e definire le nuove
priorità del business

Bios Management
TAKE CARE OF YOUR BUSINESS

BIOS MANAGEMENT SRL

Sede Legale:
Corso Piave, 174 - 12051 Alba (CN)
Partita Iva e Codice Fiscale 03029760042



Alba



Milano



Torino



Roma



Parigi



Londra



Barcellona



Lugano

www.biosmanagement.com



UNITO E POLITECNICO COSTRUISCONO IL FUTURO

Matteo Borgetto

Una storia iniziata 25 anni fa, quando i più grandi e prestigiosi atenei italiani iniziarono ad aprire le prime sedi decentrate, anche in provincia di Cuneo. Nel tempo le relazioni sono diventate sempre più strette tra Università di Torino e Confindustria Cuneo, e soprattutto oggi si traducono in progetti concreti, opportunità di occupazione e di business, storie di partnership di successo tra i mondi della ricerca, dell'innovazione e dell'impresa, leve fondamentali per creare sviluppo sostenibile e condiviso, e che dovranno diventare prio-

ritarie per il rilancio del Paese. In tal senso riveste una grande importanza l'annuncio che a settembre sarà rinnovato l'accordo tra UniTo ed enti locali della Granda per i corsi decentrati. L'intesa vale 900 mila euro all'anno per 21 anni, quasi 20 milioni di euro in tutto, di cui la metà (490 mila euro l'anno) dal Comune di Cuneo, con il sostegno economico dei Comuni di Savigliano e di Alba, delle Fondazioni Cassa di Risparmio di Cuneo e Cassa di

Risparmio di Savigliano, oltre a un maggiore impegno da parte dell'Università. Alla nuova convenzione hanno aderito la Provincia, la Camera di Commercio e l'azienda ospedaliera "Santa Croce e Carle" per i tre corsi del Dipartimento di Medicina nel capoluogo. È prevista anche la creazione di tre poli di ricerca a Cuneo (agroalimentare), Savigliano (formazione) e Alba (enologia). Nel capoluogo della Granda in autunno sarà inaugurato un corso



Sotto: la presentazione, condotta da Giuliana Cirio nella sala "Michele Ferrero" della sede di Confindustria, del corso di laurea in Diritto agroalimentare attestato a Cuneo. Dopo il saluto in teleconferenza del rettore, Stefano Geuna, sono intervenuti Federico Borgna, sindaco del capoluogo, Mauro Gola, presidente della Camera di Commercio e di Confindustria Cuneo, Roberto Cavallo Perin, delegato del Rettore per gli insediamenti universitari extrametropolitani dell'Università di Torino, Alessandro Ciatti, presidente del nuovo corso, e Marco Gervasio, responsabile dell'Ufficio legale di Ferrero Italia.



on-line, il primo in Italia, di laurea triennale in Diritto agroalimentare (Dipartimento di Giurisprudenza di Torino) e che sta già ricevendo interessamenti e iscrizioni, dal Piemonte alle Marche, alla Sicilia. Tra Diritto agrario e quello dei mercati agroalimentari, poi le discipline giuridiche in ambito ambientale fino al Diritto europeo, a Cuneo si formeranno professionisti in un settore strategico per la Granda. Nasceranno specialisti e figure professionali molto richie-

ste, difficili da reperire da parte delle imprese, anche quelle più strutturate, che spesso si affidano a consulenti esterni.

D'ora in poi, tramite i tirocini che potranno completare il percorso di studi, alla cui definizione parteciperà Confindustria Cuneo coinvolgendo le aziende associate, le imprese avranno la possibilità di inserire nei propri organici giovani esperti che potranno essere valutati per l'eventuale assunzione, con ottime prospettive di carriera per gli studenti.

L'associazione presieduta da Mauro Gola ha collaborato alla partenza di questo progetto, originale e innovativo, come ha fatto anche per il master universitario di secondo livello in Diritto dei mercati agroalimentari, promosso dal Dipartimento di Giurisprudenza dell'UniTo, avviato a fine maggio e che si concluderà ad aprile 2021. Per il master, a cui partecipano sia professionisti che neolaureati, Confindustria ha garantito la disponibilità ad agevolare le imprese della Granda in percorsi di selezione-abbinamento studente-azienda e a contribuire anche all'attivazione di convenzioni e di progetti di tirocini extracurricolari.

Le lezioni si tengono al campus "Luigi Einaudi", nella città della Mole, e il programma didattico è articolato in quattro moduli: Diritto agrario, Mercati alimentari interni e internazionali, Sicurezza alimentare e singole filiere alimentari (vitivinicola, olivicola, lattiero-casearia, carne e riso).

Aperto a laureati in Giurisprudenza, Economia, Scienze politiche, Medicina, Farmacia, Biologia, Veterinaria, Agraria e Ingegneria, il master ha l'obiettivo di formare esperti giuridici e operatori professionali con idonea e specifica preparazione, in modo da rispondere

#limpresacontinua

alla richiesta di imprese e associazioni di categoria, società di servizi, pubblica Amministrazione, aziende sanitarie e studi professionali e legali.

Particolare attenzione è dedicata alla tutela del "Made in Italy", all'e-commerce, alla disciplina della concorrenza, alla supply chain, esportazioni e diritto doganale.

Il direttore del master è il professore Roberto Cavallo Perin, delegato dal rettore Stefano Geuna per completare il progetto di regolamentazione dei corsi universitari dislocati sul territorio piemontese, e delegato permanente nell'incarico di presidente del Centro per l'insediamento universitario nella Granda.

«Con Confindustria Cuneo i rapporti, già buoni da tempo grazie al Campus di Management ed Economia, sono diventati eccezionali da un paio d'an-



A ottobre a Cuneo partirà il corso di laurea on-line in Diritto agroalimentare, il primo in Italia, i cui studenti potranno partecipare a tirocini presso le aziende aderenti all'Unione industriale

ni», spiega. «Il problema, in precedenza, è stato far accettare a Torino che Cuneo è un “pezzo nostro”, la nostra sede più prestigiosa dopo quella del capoluogo regionale. Oltre ai corsi di Alba dedicati alla filiera vitivinicola, c’è la parte dedicata al cibo e concentrata a Cuneo. Su questo, l’associazione degli industriali cuneesi ci sta dando una grande mano per trasformare corsi di laurea tradizionali in un rapporto sempre più intenso con le imprese. È una sfida nuova, all’avanguardia, che coniuga il sapere teorico con il saper fare».

E che porterà gli stessi imprenditori a diventare professori universitari.

«Chi ha qualcosa da insegnare, si faccia avanti, ci



Sul fronte delle start-up innovative Confindustria Cuneo ha siglato un accordo di collaborazione con l'incubatore I3P dalle prospettive davvero molto interessanti



contatti, noi lo ospiteremo volentieri», continua Cavallo Perin. «Attraverso l’insegnamento on-line, siamo in grado di registrare qualsiasi tipo di lezione e conservarla nel tempo, in una videoteca, vetrina dei contributi del mondo imprenditoriale. Le candidature sono aperte».

E annuncia una nuova opportunità: «Oggi esistono due modi per laurearsi, quello tradizionale con corsi, esami e la tesi, e la laurea “honoris causa”. A ottobre ne lanceremo un terzo e sarà la Certificazione delle competenze, equiparabile a una laurea triennale e magistrale. Un’invenzione dell’Unione europea per riconoscere il sapere di chi non ha studiato all’Università, ma ha imparato da solo, lavorando nel mondo».

Saranno realizzati dei cataloghi, consultabili on-line, su diverse discipline teoriche, dal Diritto amministrativo al Management, Scienze dell’amministrazione. «Chi ritiene di essere all’altezza e conoscere gli argomenti dei cataloghi, potrà partecipare a un test e ottenere la Certificazione. Un patrimonio di conoscenza “invisibile” diventerà visibile», conclude Roberto Cavallo Perin.

Del Comitato scientifico farà parte

anche il direttore di Confindustria Cuneo, Giuliana Cirio, la quale insieme al presidente, Mauro Gola, continua a promuovere l’integrazione con il Campus di Management ed Economia di Cuneo e, dopo l’accordo di collaborazione per attività congiunte legate alla formazione e al trasferimento tecnologico sottoscritto nei mesi scorsi con la sede di Mondovì del Politecnico di Torino, ha da poco ufficializzato una stretta collaborazione con l’incubatore di start-up innovative I3P dello stesso Politecnico che metterà le proprie competenze a disposizione delle aziende aderenti all’associazione degli industriali della Granda. «L’iniziativa consentirà una più forte interazione tra due realtà che collaborano da tempo», commenta il professore Giuseppe Scellato, presidente di I3P, «volta a far crescere le eccellenze di un territorio che da sempre possiede una straordinaria capacità imprenditoriale, spesso associata a progetti innovativi. L’obiettivo è che le idee innovative alla base delle start-up incubate in I3P possano trasformarsi in modelli di business solidi e vincenti, con un impatto sulle filiere tecnologiche di riferimento. Per questo è fondamentale attivare iniziative di open innovation



In queste pagine: momenti della sottoscrizione in videoconferenza dell'accordo fra l'incubatore di imprese innovative del Politecnico di Torino I3P e Confindustria Cuneo. A firmare l'atto ufficiale sono stati Giuseppe Scellato, presidente di I3P, e Giuliana Cirio, direttore dell'Unione industriale

che vedano la partecipazione di start-up, imprese e centri di ricerca».

Al momento sono trenta le realtà aderenti al programma lanciato da Confindustria Cuneo, circa un terzo di quelle iscritte al Registro imprese della Camera di Commercio cuneese. Fondato nel 1999, l'incubatore I3P, in una cerimonia

a Doha, in Qatar, è stato incoronato "Miglior incubatore pubblico al mondo" per il 2019-2020 secondo l'Ubi Global World Rankings of Business Incubators and Accelerators, la più importante graduatoria sui programmi di incubazione e accelerazione affiliati a istituzioni, prendendo in considerazione 364 programmi a livello mondiale.

In oltre vent'anni d'attività I3P ha incubato 267 start-up, di cui 174 in attività e 29 acquisite da grandi gruppi industriali. Scopo dell'alleanza con Confindustria Cuneo è proprio accelerare il dialogo tra aziende e start-up, attraverso un collegamento permanente, un osservatorio privilegiato, anche con incontri, workshop, convegni, consulenze, che daranno la possibilità alle aziende di trovare prodotti, tecnologie, competenze idonee alla creazione di valore, nuove opportunità e modelli di business. ©

UN SERVIZIO DI QUALITÀ AL SERVIZIO DELL'AMBIENTE

IRONIKA



SISEA
Logistica e Ambiente
ENERGIE DEL TERRITORIO

**RACCOLTA, TRASPORTO E
SMALTIMENTO RIFIUTI**

RECUPERO RIFIUTI DI IMBALLAGGIO

AMIANTO

BONIFICA SITI CONTAMINATI

SERVIZI RETAIL PV CARBURANTI

MANUTENZIONE SERBATOI

SPURGH

NOLEGGIO ATTREZZATURE

INTERMEDIAZIONE RIFIUTI

CONSULENZE AMBIENTALI

www.siseasrl.com

LA SCUOLA IN PRESENZA È UNA NECESSITÀ

Marina Danna, appassionata maestra della scuola primaria di Scarnafigi, spiega come ha vissuto le lezioni on-line e l'impatto di questa modalità di insegnamento sui bambini. Il bilancio non è negativo, però nulla può sostituire il rapporto diretto fra docente e alunni, soprattutto quelli più piccoli



momento che in gruppo mi sembrava molto più difficile porre domande o rispondere. Non per tutti i bambini la connessione funzionava allo stesso modo e ciò creava delle differenze anche all'interno della classe. Va considerato che i miei alunni avevano al massimo 10 anni quindi, a differenza di ragazzi più grandi meglio in grado di gestirsi da soli, un familiare doveva sempre essere vicino a loro: concordavo perciò gli orari di lezione con i genitori anche sulla base degli orari di lavoro. Altri bambini hanno lavorato per settimane soltanto attraverso il cellulare della mamma, non avendo a disposizione un computer. Per fortuna poi la scuola ci ha fornito alcuni tablet che abbiamo distribuito. Non dobbiamo dimenticare, inoltre, che anche i bambini a casa affrontavano situazioni a dir poco complesse:

Maria Giacosa

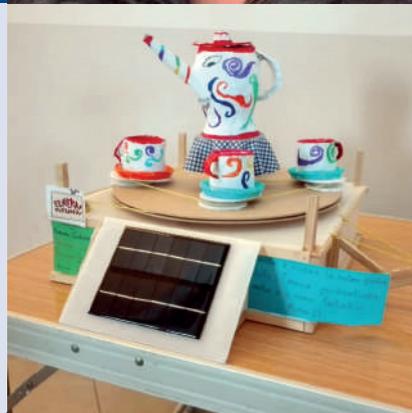
La maestra Marina Danna insegna alla scuola primaria di Scarnafigi, in una delle tre classi che hanno portato a termine l'edizione 2020 del progetto "Eureka! Funziona!" indetto dalla Sezione meccanica di Confindustria Cuneo.

Come migliaia di altri insegnanti in Italia, si è ritrovata a fare i conti con le difficoltà che la chiusura delle scuole per l'emergenza Covid-19 ha comportato.

Fare il bilancio di un anno scolastico complesso e surreale, specie per i bambini più piccoli, è altrettanto difficile: forte è la speranza che a settembre finalmente gli studenti possano riprendere a frequentare le lezioni recuperando spensieratezza e relazioni sociali. È quanto emerge dalle sue parole che raccontano, con coinvolgimento, i mesi di didattica a distanza.

Signora, lei ha vissuto in prima persona questa difficile situazione: quali sono state le problematiche principali e quali le modalità di lavoro che si è data?

«La chiusura delle scuole ha determinato non pochi disagi. Per quanto i ragazzi si impegnassero, l'insegnamento a distanza non è paragonabile a quello in presenza. Insegnavo in due classi e in una di esse tenevo i corsi di materie principali quindi, laddove ho potuto, ho optato per lezioni individuali invece che a gruppi, dal



Sotto al titolo: la maestra Marina Danna, insegnante presso la scuola primaria di Scarnafigi, che ringrazia la dirigente Laura Marchisio per la distribuzione dei tablet. Qui accanto: alcuni dei lavori realizzati dagli allievi degli istituti della Granda che hanno preso parte al progetto "Eureka! Funziona!". Nella pagina a fianco: Marco Costamagna, presidente della Sezione meccanica di Confindustria Cuneo, promotrice della versione provinciale del Banco della meccanica

“Eureka! Funziona!”, ovvero piccoli geni all’opera

L'emergenza sanitaria ha rappresentato un'impasse complessa soprattutto per la scuola e gli studenti. Ne ha risentito anche il progetto “Banco della meccanica-Eureka! Funziona!”, promosso da sei anni dalla Sezione meccanica di Confindustria Cuneo, presieduta da Marco Costamagna, fra le classi quinte di tutte le scuole primarie della provincia. Il regolamento prevede che, attraverso un kit di materiale fornito dalla Sezione meccanica di Confindustria (motorini, fili in metallo, tondini di legno, rotelline, elastici un pannellino solare), i ragazzi, a gruppi di quattro-cinque, costruiscano un oggetto che abbia la caratteristica di contenere delle parti in movimento.

Durante il lavoro di gruppo i bambini devono documentare le fasi di lavorazione su un diario di bordo e, se lo desiderano, predisporre i messaggi per la promozione del frutto del loro progetto.

Il tema scelto per l'ultimo anno scolastico era il magnetismo. Il kit consegnato alle classi conteneva un pannellino solare che gli allievi delle classi quinte dovevano collegare per dare movimento al proprio manufatto. All'edizione 2019-2020 di “Banco della meccanica-Eureka! Funziona!” in provincia di Cuneo hanno aderito quindici scuole primarie, con oltre 340 bambini coinvolti. L'emergenza Covid-19 purtroppo non ha consentito a tutti i bambini di portare a termine i lavori, a eccezione di alcuni gruppi di tre scuole che, da casa, hanno concluso i progetti. Si tratta degli istituti di Vicoforte (35 bambini), Branzola di Villanova Mondovì (17 bambini) e di Scarnafigi (25 bambini). Alcuni di questi intraprendenti allievi hanno almeno avuto la soddisfazione di illustrare in videoconferenza i propri lavori. Lo hanno fatto con notevole spigliatezza, dimostrando un'inventiva che ha suscitato il commento più che positivo del presidente Costamagna, il quale li ha elogiati, complimentandosi per la grande buona volontà, la genialità delle soluzioni adottate e dicendosi molto dispiaciuto di non poterli incontrare di persona, insieme a tutti gli altri giovanissimi “inventori”. Le scuole primarie della Granda aderenti al progetto sono state: “Gianni Comino” di Vicoforte, “Andrea Willy Burgo” di Verzuolo, “Carla Maria Capello” di Scarnafigi, “Bartolomeo Muzzone” di Racconigi, Alba International School, “Nuto Revelli” di Piano Quinto di Roccasparvera, “Edoardo Vercelletti” di Valdieri, “Vittorio Bersesio” di San Lorenzo di Peveragno, “Giovanni Basso” di Branzola di Villanova Mondovì, “Don Bongiovanni” di Madonna del Pasco di Villanova Mondovì, “Papa Giovanni XXIII” di Savigliano e le scuole di Monastero Vasco, Frabosa Sottana, Ormea e Niella Tanaro. L'appuntamento, con importanti novità, è già fissato per l'anno prossimo affinché, anche attraverso questo progetto, si torni a respirare un clima di normalità all'interno delle classi.



genitori che avevano perso il lavoro o impegnati in prima linea sul fronte Covid-19 come infermieri. In molti casi, poi, i bambini erano abituati a trascorrere molto tempo con i nonni e non poterli vedere ha rappresentato per loro un grande dispiacere. Per questo motivo la scuola è diventata molto importante in quei giorni, offrendo un'idea di normalità: personalmente li lascio liberi di chiamarmi, per qualsiasi motivo».

Ha individuato un aspetto positivo in questo periodo di didattica on-line?

«Sinceramente non mi aspettavo un ritorno così grande da parte dei ragazzi: non pensavo mi fossero

così affezionati. Nel corso delle lezioni emergevano dubbi e paure dei bambini e ho notato che si appoggiavano molto alle insegnanti. Quello che si è potuto constatare mediante la didattica a distanza è che la scuola per loro era molto importante: durante il lockdown programmano la giornata in funzione della scuola. È emersa la voglia di fare, di conoscere dei ragazzi, e ciò mi ha fatto molto piacere. Certamente a fine anno scolastico era forte il desiderio di incontrarsi, ma ci siamo dati tutti appuntamento a settembre con la speranza che l'autunno segni l'inizio di un anno scolastico diverso, “normale”».

Che cosa si aspetta a partire da settembre?

«Mi aspetto assolutamente un ritorno alla didattica in presenza, pur con le precauzioni del caso. Inizierò a seguire una classe prima di 20 bambini e una seconda di 25: sarebbe pressoché impossibile insegnare a un bambino a scrivere bene attraverso la didattica a distanza. Non ritengo ottimale l'eccessivo distanziamento all'interno dell'aula sebbene questa la garantisca: una

soluzione potrebbe essere quella di gestire in modo diverso gli orari in modo da lavorare in piccoli gruppi».

La chiusura delle scuole non ha impedito alle vostre classi di prendere parte al progetto “Eureka! Funziona!”, il concorso per le scuole primarie promosso dalla Sezione meccanica di Confindustria Cuneo.

«Sì, ci eravamo portati avanti con il lavoro. La scadenza per partecipare era stabilita il 24 marzo quindi, a partire da gennaio, ho spesso sollevato la questione con i ragazzi spronandoli a proseguire. La classe era suddivisa in piccoli gruppi di quattro persone e i lavoretti emersi sono stati molto soddisfacenti». ©

SHOCK ESTERNI RISPOSTE LOCALI

Lorenzo Boratto

Tre start-up "made in Langa", ognuna a moto proprio impegnata nel campo del turismo, hanno modificato obiettivi e traguardi nel periodo della pandemia e ora raccolgono i risultati

La radici ben piantate nell'Albese, la conoscenza delle potenzialità delle nuove tecnologie, la voglia di innovare in un momento in cui risposte e soluzioni del passato si sarebbero rivelate fallimentari: così tre start-up "made in Langa" hanno modificato obiettivi e traguardi durante la pandemia di Covid-19 e ora stanno raccogliendo i risultati.

Oltre alla provenienza geografica comune (oggi le start-up sono lo specchio del territorio dove nascono) queste aziende innovative erano nate per puntare sul turismo, ma con un approccio diverso dal passato: ciò ha consentito di dimostrare resilienza e capacità di adattamento agli shock esterni. Un esempio è AgeendaWiFi fondata nel 2016 da Ullas Gallarato, albese Doc e origini indiane (è sta-

to adottato), classe 1981 e tre figli: l'impresa non si è fermata davanti alle difficoltà della pandemia.

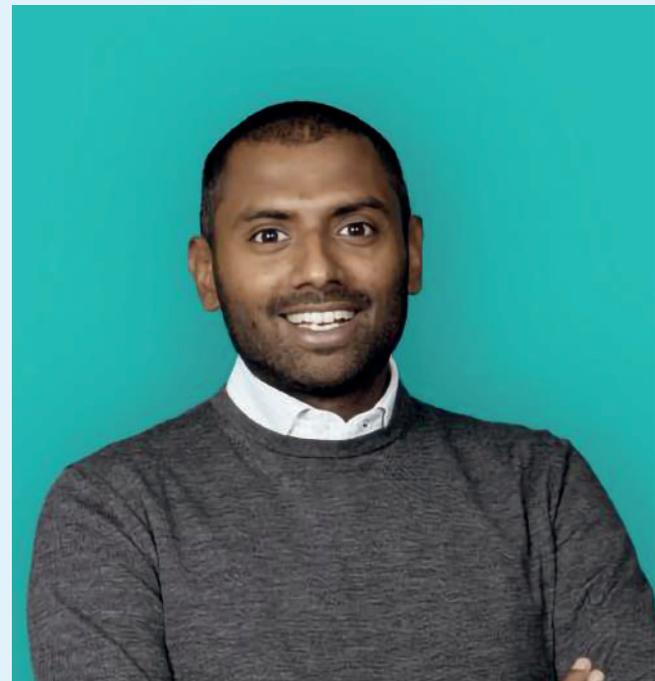
Gallarato spiega: «Abbiamo iniziato installando reti WiFi: bar, ristoranti, hotel, centri commerciali e pubbliche amministrazioni, poi siamo passati ai castelli, quindi sui bus turistici. Finché qualcuno mi ha detto: "Fai qualcosa per le guide". Così nel 2019 abbiamo iniziato lo sviluppo di GimmeGuide, la piattaforma di booking per mettere in contatto diretto i visitatori di luoghi d'arte e cultura con guide e accompagnatori abilitati. Un anno e mezzo di studio e duro lavoro. A novembre, in Senato, a Roma, ho presentato il portale con i vertici nazionali delle associazioni di categoria delle guide e delle agenzie di viaggio. Il progetto prevedeva che dal 21 febbraio, Giornata mondiale delle guide turistiche, si potesse iscrivere solo chi è regolarmente abilitato: mille nei primi quattro giorni, il numero che ci eravamo prefissati di raggiungere in tre anni. Ma la pandemia ha cambiato tutto». Perché la rete è anche tumultuosa: se un'idea piace esplosione, diventa "virale", aggettivo abusato ben prima del Covid-19.

Ancora Gallarato: «Malgrado il lockdown le guide iscritte sono cresciute e hanno caricato le proprie esperienze in oltre 1.500

da tutta Italia: il portale è il contenitore e da agosto siamo pienamente operativi per le prenotazioni».

Come si finanzia la piccola start-up albese?

«Abbiamo trovato il supporto di due imprenditori illuminati come Giuseppe Miroglio ed Enrico Galleano, i quali hanno rinnovato il loro impegno a fine 2019», spiega il nostro interlocutore. «Ma attenzione: noi guadagniamo trattenendo una piccola commissione su ogni prenotazione e ci scontriamo con colossi internazionali e portali che, operando in paradisi fiscali, eludono il sistema delle tasse in Italia con commissioni doppie o triple rispetto a noi. Non basta: ti muovi spesso senza aiuti istituzionali e il problema è far



Ageenda WiFi di Ullas Gallarato si è dedicata alle guide turistiche, ha elaborato un innovativo progetto per sostituire le audioguide tradizionali e ha lanciato il sito di successo www.ordinaredacasa.it

capire, ad esempio, a una banca che una start-up innovativa non può avere bilanci come un'azienda consolidata».

Sull'evoluzione del portale nel post-Covid Gallarato riferisce: «Parlando con una guida ho accelerato un progetto che avevamo pianificato per la fine del 2021: sostituire le radioguide, ormai difficili da usare per costi, logistica e problemi sanitari, con il proprio smartphone. Così è nata GimmeVoice, con 600 utenti nella prima settimana: la guida parla, il gruppo ascolta, ognuno con il suo cellulare, in pieno rispetto delle normative anti Covid-19 senza problemi di sanificazione e costi di noleggio. Ma non amo stare fermo (con la testa) neanche quando si è costretti: quando è partita la pandemia ho iniziato a leggere che quasi tutti i Comuni avevano indicato un elenco di attività sul

proprio sito o sulla pagina Facebook che garantivano spesa a domicilio e delivery dei pasti. Ho pensato di trasformare il portale turistico, ormai pronto, ma non utilizzabile in un portale a disposizione della attività, delle persone, delle pubbliche amministrazioni e degli utenti, quindi per tutta la comunità. Abbiamo sviluppato ordinaredacasa.it che sostiene l'economia locale e abbatte lo spreco alimentare. A oggi novemila attività in Italia si sono registrate, ma soprattutto è diventato, per centri come Boves e Diano d'Alba, il portale per l'erogazione dei buoni spesa per chi è in difficoltà economiche, da spendere nel negozio vicino a casa usando un semplice sms. È un vero esempio di economia circolare con il terzo settore e la pubblica amministrazione, che aiuta le aziende del territorio. Ho voluto che fosse un normale sito,



Giorgio Proglia, con la sua app tabbli, ha allargato la proposta ad altre regioni, ad aprile ha raggiunto il secondo posto dell'app store di Apple, inserendosi tra Google Maps e Google Earth, e il servizio per il delivery ha 70.000 utenti

UNIFY
atos collaboration solutions



UNIFY
Partner

Professional OpenScope Business
Authorized OpenScope Cloud

SCOPRI LA NOSTRA SOLUZIONE CLOUD

- Sistemi telefonici ibridi/VoIP
- Soluzioni Cloud
- Cordless DECT/IP
- Reti dati-fonia
- Wireless
- Videoconferenza



E2 ELETTRONICA
TELECOMUNICAZIONI di Enrici O. & C. s.a.s.

Via degli Artigiani, 6 - 12100 Cuneo

☎ tel. 0171 634.870 - fax 0172 696.488

✉ info@e2elettronica.it - PEC: e2elettronica@allpec.it

🌐 www.e2elettronica.it

senza app, per renderlo più facile e accessibile per tutti».

Altro esempio di start-up di successo è sempre ad Alba, guidata da Giorgio Proglia, 45 anni, che da Zeta Bi (web agency di comunicazione digitale iscritta da due decenni a Confindustria) ha scelto di innovare creando l'ormai celebre tabUi, app nata a maggio 2019, il cui nome ricorda, in dialetto piemontese, i celebri cani da tartufo di Langa.

Dice Proglia, che è amministratore di azienda e start-up: «L'idea di base di tabUi è semplice: ogni volta che arrivi in un posto da turista scarichi l'app per noleggiare la bici o il monopattino, quelle per musei o castelli, quella per ristoranti e ospitalità. Ogni posto ha le sue, devi sperare che siano aggiornate. Noi ne abbiamo lanciata una sola, all'inizio per Langhe, Roero e Monferrato: insomma una piattaforma come Wikipedia che offre tutto comodamente sullo smartphone e con il vantaggio della geolocalizzazione. Poi abbiamo introdotto la realtà aumentata: inquadri con la videocamera del cellulare e scopri cosa stai vedendo, dal paesaggio all'opera d'arte. Il lancio è stato la scorsa estate: un successo. Sono seguiti servizi su televisioni e varie testate nazionali, siamo stati scelti da Slow Food per Cheese 2019. Oggi operiamo in

tutta Italia: ultima regione in cui siamo sbarcati è il Trentino Alto Adige. Poi Telecom ci ha scelto per la ripartenza post-Covid, mettendo la nostra app sul proprio portale e veicolando il prodotto con la propria rete commerciale. Ad aprile siamo finiti al secondo posto dell'app store di Apple: tra i colossi Google Maps e Google Earth».

Sul periodo della pandemia Proglia aggiunge: «Era il nostro anno e l'emergenza sanitaria ha fermato tutto. Ci siamo detti: "Adesso che facciamo?". Abbiamo pensato a una rivincita digitale delle botteghe di quartiere. Così, in fretta, abbiamo organizzato un'iniziativa per fare entrare gratis in tabUi i negozianti che consegnano a casa con il Covid, caricare i prodotti, venderli con pagamenti smart. Una sola condizione: che fosse un servizio a costo zero per il cliente

e territoriale. Così dall'albese ci siamo estesi in tutta Italia promuovendo il delivery a km zero». Come dire: da app turistica a strumento utile al commercio sotto casa.

L'idea è talmente piaciuta, così come la pandemia ha modificato tante abitudini, che il servizio, che doveva chiudere a fine emergenza, invece è rimasto: oggi lo usano 70 mila utenti.

È recentissimo l'ultimo accordo raggiunto da Giorgio Proglia: la catena Decathlon veicolerà tabUi App direttamente dai propri punti vendita. Sarà un consiglio d'uso ai clienti: «Scarica tabUi App e percorri i sentieri con la tua nuova bici», e anche «Con tabUi App scopri le montagne con l'attrezzatura Decathlon».

C'è poi l'idea di Paolo Taricco, 47 anni, albese pure lui, la cui start-up Yookye («Gestita con i soci

**IL RIFIUTO
UN'OPPORTUNITÀ DA
VENDERE**



**RACCOLTA
VALORIZZAZIONE
SMALTIMENTO**

*I vostri rifiuti
hanno valore,
e noi li acquistiamo!*

Con noi il rifiuto diventa risorsa!

ACQUISTIAMO

PC - CELLULARI - APPARECCHIATURE ELETTRICHE ED ELETTRONICHE - METALLI FERROSI E NON - CAVI - BATTERIE AL PIOMBO

Potrai avere informazioni senza alcun impegno contattando i nostri uffici!
Via Marconi 110 - 12030 Marene (CN) - Tel. 0172 742329 - info@raeemicrometal.com

www.raeemicrometal.com



Davide, Pietro e Fabrizio», spiega) è nata a giugno 2018 per offrire ai turisti servizi “su misura”, o, come dice lui, “tailor-made”, che calzano come un guanto.

Spiega Taricco: «Pur con provenienze ed estrazioni diverse, ci accomuna la passione per la tecnologia applicata al turismo. L'idea che ci ha spinto è stata quella di creare una piattaforma con esperti locali che confezionano proposte per i viaggiatori in base a esigenze personalizzate. Una rivoluzione nel turismo, per tanti aspetti».

Sul sito, al momento una webapp, bastano pochi passaggi per formulare una richiesta: in un form interattivo si indicano le preferenze, dove si vuole alloggiare (dalla barca alla casa sull'albero) e cosa si cerca da una vacanza (esperienze, transfert, servizi).

L'obiettivo di questa start-up è accumulare dati ed esperienze per profilare meglio gli utenti e offrire pacchetti sempre più precisi, con l'ausilio dell'intelligenza artificiale.

Taricco prosegue: «Il fulcro è l'esperto locale che fornisce alla piattaforma un'offerta di turismo esperienziale sempre più richiesta. Una volta compilato il form, il cliente viene contattato telefonicamente per capire le sue reali intenzioni, dopodiché viene inviata un'e-mail con tre proposte su misura (partendo sempre da accommodation extralberghiere e inserendo esperienze da realizzare sul territorio scelto). Si ha un massimo di 48 ore per acquistare una delle tre proposte o un mix, qualora l'utente accedesse all'opzione pacchetto dinamico. Segue un diario di viaggio che accompagnerà il viaggiatore durante la vacanza».

In più c'è la blockchain (un database decentralizzato), inserita per rendere immutabili e immodificabili le recensioni rendendo la piattaforma sicura, certificata e probante. Solo chi avrà effettuato la prenotazione potrà inserire un commento.

Oggi la webapp è presente in undici regioni italiane e le richieste sono continue.

Taricco conclude: «Per fine anno puntiamo a coprire tutta la penisola, in linea con il business plan pre-Covid. Certo, ora il mercato è disallineato e i turisti sono italiani; il boom dall'estero arriverà solo più avanti».

E su questi mesi sconvolgenti, da marzo, dice: «Sembrava che il tempo si fosse fermato, ma no, abbiamo rivoluzionato molti aspetti che potevano riscontrare criticità. Il 4 marzo abbiamo iniziato, da remoto, un percorso di

accelerazione a Londra, il più grande cluster europeo dell'innovazione, con Techitalia, e ci siamo confrontati con numerosi professionisti. Nel momento di lockdown abbiamo lavorato sull'user experience della piattaforma, modificato il front end del sito, sempre in costante confronto con i nostri mentor. Il tempo è volato, sempre attaccato al mio Mac a parlare con Inghilterra, Australia, Usa. Il 4 giugno, quando ha riaperto la mobilità tra regioni, è iniziata la campagna vendite con un numero di richieste inaspettato. I turisti consapevoli cercano il nostro servizio e il Covid-19 ha modificato molte percezioni».

L'azienda, per continuare a crescere nonostante le incertezze di una pandemia che ha cambiato il mondo, lavora a un aumento di capitale per crescere ancora: il primo passaggio si concluderà il 30 settembre, gli altri entro l'anno. ☺

Paolo Taricco e i suoi soci con Yookye offre ai viaggiatori servizi "su misura", anche se lui dice "tailor-made", che calzano come un guanto oggi più che mai, ha acquisito molti nuovi clienti e sta procedendo con un aumento di capitale





Valerio Berruti, classe 1977, vive e lavora a Verduno, in una chiesa sconsacrata del XVII secolo che ha acquistato e restaurato nel 1995. La sua opera, anche multimediale, "La giostra di Nina" continua a raccogliere apprezzamenti nel mondo, ma è anche l'autore, ad esempio, del grande complesso monumentale "Frammenti" di Monticello d'Alba, ideato per ricoprire il muro di contenimento sottostante il castello con circa cento bassorilievi in cemento armato e smalto alti 2 metri, nell'ambito del bando "Distruzione" della Fondazione Crc

L'ABBRACCIO PIU' FORTE DI VALERIO BERRUTI

Maria Giacosa

Scorrendo la biografia di Valerio Berruti, straordinario artista langarolo, si è colpiti dal numero impressionante e dalla varietà delle opere compiute. Disegni, sculture, progetti video con un aspetto caratterizzante: soggetti, tematiche e nomi che arrivano al cuore di chi li incontra. Berruti è reduce da due anni di lavoro molto intensi, segnati da alcuni progetti che toccano da vicino il territorio. Tra tutti ricordiamo, nel 2019, l'uscita dell'album di inediti "Prezioso" del compianto amico Gianma-

ria Testa con in copertina un'opera originale di Berruti raffigurante una bambina che guarda indietro, come se cercasse Gianmaria in lontananza.

Ad aprile dello stesso anno è stato inaugurato il grande complesso monumentale "Frammenti" a Monticello d'Alba. A giugno è stato acceso per la prima volta il grande bassorilievo luminoso, alto 6 metri composto da un assemblaggio di policarbonato e forex,

L'artista sta raccogliendo consensi internazionali con il progetto "La giostra di Nina", è stato nominato ambasciatore di Alba nella rete della città creative Unesco. non si è tirato indietro quando è scoppiata l'epidemia e in autunno...

"L'abbraccio", sulla facciata della residenza per anziani "Ottolenghi" di Alba.

Sono anche altri, però, gli eventi più significativi degli ultimi mesi dell'artista. Ne parliamo con lui.

Valerio Berruti, "Una sola moltitudine". Affreschi, disegni, installazioni, land art, sculture e videoanimazioni: sono tutte espressioni della sua personalità o c'è un filone che la rappresenta in modo particolare e a cui è più legato?

«Ciascuna di queste espressioni artistiche mi rappresenta totalmente. Spesso un progetto è composto da molteplici tecniche, come "La giostra di Nina": una scultura, ma anche una serie di disegni che compongono una videoanimazione, diventati inoltre un libro pop-up».

Che cosa ispira la sua arte?

«I miei bambini sono soggetti eterni, protagonisti di un tempo in cui tutto può avvenire. Per rappresentarli ritorno alla mia infanzia e la ritrovo negli occhi dei miei figli».

È sempre soddisfatto di ciò che realizza?

«Se è un progetto finito, sì. Se non sono del tutto soddisfatto, mai nessuno lo vedrà».

Il suo video di animazione “La giostra di Nina” è stato premiato al Continental Film Festival di Toronto, ricevendo l’Outstanding Achievement Award: come è nato questo progetto e che emozioni ha provato nel realizzarlo e nel vedersi attribuito un riconoscimento così importante?

«Il corto “La giostra di Nina” sta facendo un bel giro nei festival internazionali dopo la prima assoluta alla Festa del cinema avvenuta insieme alla mostra al Maxxi, a Roma. Sto progettando di riportare la giostra (la grande scultura con la musica di Ludovico Einaudi) in uno spazio meraviglioso quest’autunno. È un progetto molto complesso nato anni fa su stimolo di Sky Arte che ha coprodotto il cortometraggio. Sono felice della risposta che sta ottenendo in ogni sua sfaccettatura».

Grazie al suo impegno e ai suoi disegni sono stati raccolti 250 mila euro per il “Covid Hospital” di Verduno in un momento particolarmente difficile: come è nato questo progetto, perché e che significato ha avuto per lei?

«Ero a casa (come tutti) e ho partecipato ad alcune operazioni di beneficenza, ma ho pensato che esponendomi in prima linea avrei potuto fare di più. Così ho proposto di regalare una mia opera a chiunque facesse una donazione di almeno 300 euro per la Fondazione Nuovo Ospedale Alba-Bra Onlus. Sono arrivate donazioni non solo dall’Italia, ma anche da Spagna, Germania, Regno Unito, Svizzera,

Stati Uniti e Australia e sono stati raccolti oltre 250 mila euro usati per fronteggiare l’emergenza sanitaria. I 768 disegni, che mi hanno tenuto impegnato per l’intera durata del lockdown, realizzati per il progetto “L’abbraccio più forte”, sono stati pubblicati in un flipbook, in libreria per Gallucci editore, con la prefazione poetica di Piero Negri Scaglione».

È stato nominato ambasciatore di Alba nella rete creativa Unesco con la motivazione che «da sempre la sua arte rappresenta in modo eccellente il territorio albeso e non solo»: che cosa ha significato questo riconoscimento e Alba cosa rappresenta per lei?
«Sono orgoglioso di questa nomina perché da sempre

sono un “ambasciatore” entusiasta delle nostre ricchezze. Alba è la mia terra, a cui sono legato visceralmente e che mi porto dentro in ogni viaggio. Quando lavoravo a New York, in Giappone o in Sudafrica, appendevo sempre un adesivo nel mio studio con la scritta: “Non dimenticare mai da dove vieni”. In questa frase c’è tutto».

Qual è l’opera che sogna di realizzare?

«Quella a cui sto lavorando ora». ©



Un successo mondiale che dà spazio alla solidarietà

Valerio Berruti è nato ad Alba nel 1977, laureato in critica d’arte al Dams di Torino, vive e lavora a Verduno in una chiesa sconsacrata del XVII secolo. Nel 2004 vince il premio “Celeste” e il premio “Pagine Bianche d’autore” della Regione Piemonte. Nel 2005 viene selezionato dall’International Studio and Curatorial Program di New York. Nel 2006 realizza l’installazione “Se ci fosse la Luna” per palazzo “Bricherasio” di Torino, l’anno successivo riproposta sulla facciata di palazzo “Re Enzo” a Bologna. Dal 2007 ha esposto all’Herzliya Museum of Contemporary Art in Israele, al 48’ October Salon di Belgrado, alla Dena Foundation for Contemporary Art di Parigi, al Museo di Arte Contemporanea di Belgrado, alla Keumsan Gallery di Seoul, al Centre Pompidou di Parigi, alla Galleria Civica di Modena, alla Fondazione Stelline di Milano e al Pola Museum di Tokyo. Nel 2012 ha proposto la personale “Udaka” alla Nirox Foundation di Johannesburg e nel 2013 ha esposto, allo Spazio NonostanteMarras di Milano, l’installazione “Il momento in cui i nostri occhi si incontrano” e, nelle Langhe, la personale “Dove il cielo s’attacca alla collina” con testo di Angela Vettese. A ottobre 2013 è stato allo spazio Helutrans di Singapore, l’anno dopo ha partecipato alla Biennale Italia-Cina a Pechino. Nel 2015 la sua opera “Udaka” è stata esposta nella mostra Holy Mystery, organizzata nella chiesa del Santo Volto di Torino, in occasione dell’ostensione della Sindone. Berruti è stato protagonista su Sky Arte dello speciale “Tra cielo e terra” della serie “Ritratti” a cura di Francesca Priori. Nei mesi di ottobre e di novembre 2018 ha presentato, durante la Fiera internazionale del tartufo bianco d’Alba, “La storia di Nina” a cura di Arturo Galansino nella chiesa di San Domenico. Ha all’attivo il grande complesso monumentale “Frammenti” a Monticello d’Alba che ricopre il muro di contenimento del castello con circa cento bassorilievi in cemento armato e smalto alti 2 metri. A Roma lo scorso mese di ottobre il cortometraggio “La giostra di Nina” è stato presentato in anteprima al Maxxi-Museo nazionale delle arti del XXI secolo, in occasione della Festa del cinema. A marzo l’artista ha lanciato un’iniziativa a sostegno dell’emergenza Coronavirus promettendo di realizzare un disegno (36x21 centimetri, pastelli a olio e smalto su cartoncino) a chiunque offrisse una donazione di almeno 300 euro alla Fondazione Nuovo Ospedale Alba-Bra Onlus.

La Polizia Postale e delle Comunicazioni e la sicurezza informatica

Lorenzo Vallese

La sicurezza informatica è un tema sempre più attuale, portato ancor più alla ribalta dai mesi di quarantena che hanno potenziato il ricorso ai contatti e al lavoro on-line. Abbiamo sottoposto alcune domande al riguardo al dott. ing. Giuseppe Zuffanti, direttore tecnico capo della Polizia di Stato (Compartimento di Piemonte e Valle d'Aosta della Polizia Postale e delle Comunicazioni)

Come opera e qual è la struttura Polizia Postale e delle Comunicazioni?

«La Polizia Postale e delle Comunicazioni, specialità della Polizia di Stato nata a tutela della corrispondenza e dei servizi postali, ha rac-

colto le sfide lanciate dalla sorprendente evoluzione delle comunicazioni, divenendo un polo specializzato per il contrasto al cybercrime in tutte le sue cangianti declinazioni. Il Servizio, istituito nel 1998, ha sede a Roma ed è l'organo di coordinamento dell'attività dei Compartimenti regionali. Contrasto alla pedopornografia on-line e alla devianza minorile su internet, protezione informatica delle infrastrutture critiche e financial cybercrime sono i principali ambiti di intervento della Specialità. La lotta contro la propaganda terroristica, in particolare di matrice islamica, è l'ultimo anello di intervento che la Polizia Postale ha raccolto e per il quale sta moltiplicando gli sforzi. Grazie all'alta professionalità dello staff e

Il Coronavirus ha accelerato la crescita dei servizi e del lavoro on-line, con il parallelo aumento dei rischi legati al cybercrime. Giuseppe Zuffanti, direttore tecnico capo della Polizia di Stato, spiega l'azione di contrasto e di prevenzione e offre alcuni consigli concreti

dei suoi centri di eccellenza (Centro Nazionale Anticrimine Informatico per la Protezione delle Infrastrutture Critiche/Cnaipic, Centro Nazionale per il Contrasto della Pedopornografia on-line/Cncpo, Commissariato di P.S. on-line, www.commissariatodips.it), il Servizio assicura un'efficace azione di raccordo operativo con gli Uffici territoriali nelle attività di competenza della Specialità e, in particolare, nelle cinque macroaree criminali di interesse prioritario per la Polizia Postale: pedopornografia on-line, hacking, protezione delle infrastrutture critiche, financial cybercrime e cyberterrorismo. Alle dipendenze gerarchiche del Servizio Polizia Postale vi sono 20 Compartimenti e 80 Sezioni, la cui struttura a tendere replicherà quella del Servizio Centrale. Dal 2006 il portale del Commissariato di P.S. on-line offre una risposta puntuale e completa alle richieste dei cittadini che, ormai, ricorrono alla tecnologia per compiere la maggior parte delle attività quotidiane, dalle transazioni finanziarie alle prenotazioni di ristoranti, ma spesso senza considerare il rischio a cui possono essere esposti i dati e le informazioni coinvolti. Il portale www.commissariatodips.it è il punto di riferimento specializzato per coloro i quali hanno la necessità di recuperare informa-



zioni, formulare quesiti, richiedere consigli o suggerimenti di carattere generale in materia informatica e, non da ultimo, presentare denunce on-line». **Dal vostro punto di vista operativo, cosa è accaduto durante l'emergenza sanitaria da Covid-19?** «Al fine di contrastare i reati di tipo cybercrime riconducibili all'emergenza sanitaria la Polizia Postale ha svolto attività specializzate orientate verso tre principali direttive di contrasto: fake news e campagne di disobbedienza, frodi on-line, allarme sociale, attacchi informatici e diffusione di malware. Si è proceduto inoltre alla trattazione di segnalazioni provenienti da utenti privati e da enti istituzionali qualificati. Sul tema del contrasto alle frodi si sono monitorate le piattaforme web di raccolta fondi a favore degli ospedali impegnati nelle attività sanitarie di contrasto all'epidemia. Si sono inoltre effettuate ricerche sulle più note piattaforme di vendita on-line di quegli annunci che abbiano a oggetto materiale sanitario e in particolare la vendita di dispositivi di protezione individuale (Dpi), con lo scopo di prevenire tanto le campagne di natura fraudolenta, quanto quelle di sciacallaggio economico speculative sulla crisi sanitaria. Sul tema della tutela informatica delle infrastrutture critiche, d'intesa con il Cnaipic, si è provveduto a contattare le Asl territoriali al fine di istituire una cooperazione diretta volta a prevenire o contrastare eventuali attacchi informatici "customizzati" verso le strutture ospedaliere. Inoltre è stata svolta la trattazione quotidiana di alert relativi a malware

tipizzati con riferimenti al tema dell'epidemia».

Per la tutela delle infrastrutture informatiche critiche e/o sensibili la Polizia Postale sottoscrive protocolli d'intesa come quello perfezionato con Confindustria Cuneo...

«La cybersecurity ha ormai un ruolo centrale in ogni contesto aziendale, perché il crescente livello della minaccia cyber non lascia spazio all'improvvisazione. Le aziende devono possedere una forte resilienza, la capacità di resistere a un incidente/attacco informatico, garantendosi l'operatività seppur ridotta. Ecco alcuni esempi: paralisi dell'attività lavorativa, attacchi cyber a scopi dimostrativi, furto del know-how aziendale, attacchi mirati al danneggiamento dei sistemi bersaglio o attacchi mirati per estorcere denaro, spionaggio industriale o di altra natura, furto di identità, ecc. La consapevolezza dell'utilizzo di un device da parte dell'utente è fondamentale, poiché il fattore umano spesso rappresenta l'anello debole della catena sicurezza informatica. La sicurezza non è un prodotto, ma un processo».

Soffermiamoci sui fenomeni criminosi di maggiore rilevanza inerenti al financial cybercrime e cominciamo dal "man in the middle", cioè un attacco informatico in cui qualcuno segretamente ritrasmette o altera la comunicazione tra due parti che credono di comunicare direttamente tra di loro. Come ci si può proteggere?

«La dinamica di questa tipologia di frode consiste nell'interposizione del truffatore tra due società con consolidati rapporti finanziari. Insinuandosi nella corrispondenza telematica, un

estraneo alle società riesce a carpire e a modificare i contenuti delle comunicazioni societarie. A monte c'è uno studio approfondito dell'organigramma dell'azienda attraverso il cosiddetto social engineering che consente al criminale di individuare la figura titolare del potere di spesa per conto dell'azienda. Tale soggetto diviene bersaglio del cosiddetto spear phishing, una forma di phishing mirato che consente l'accesso a dati societari chiave quali ad esempio moduli di fatture, marchi, grafiche aziendali. Il furto avviene grazie a una casella di posta falsa creata ad hoc in modo del tutto simile a quella ufficiale dell'interlocutore abituale. La società truffata procederà così a inviare le proprie informazioni sulla casella contraffatta; dalla stessa inoltre il truffatore chiederà di effettuare i versamenti su un nuovo Iban, diverso da quello utilizzato abitualmente nelle transazioni. Per proteggersi occorre: mantenere canali di comunicazione alternativi a quello telematico; prima di procedere a bonifici, verificare l'esattezza dell'Iban destinatario, diffidare della prospettazione di una pretesa urgenza dell'affare che richiederebbe l'invio immediato del denaro».

E cosa sono il "phishing" e il "phishing estorsivo"? «È una peculiare forma di truffa che si concretizza attraverso messaggi di posta elettronica/sms (smishing)/vocali(vishing) ingannevoli in quanto, solo in apparenza, riconducibili a mittenti autorevoli. In molti casi i mittenti paiono essere istituti finanziari, società assicurative, enti pubblici, gruppi fornitori di servizi essenziali quali, ad esempio, energia e acqua ecc. Le e-mail contengono link di rimando a siti web, del tutto similari nella veste grafica agli originali, ma in realtà allestiti ad hoc per le finalità criminali; la pagina di presentazione del sito invita a effettuare l'acces-

La cybersecurity assume un ruolo centrale in ogni contesto aziendale, perché il crescente livello della minaccia non lascia spazio all'improvvisazione. Le aziende devono possedere una forte resilienza e la capacità di resistere a un incidente/attacco informatico

so previo inserimento dei propri dati personali (Id e password). Qualora l'utente inserisca i propri dati riservati, questi passeranno nella disponibilità del truffatore che potrà utilizzarli per commettere altri illeciti. Molti esempi sono riportati sul sito www.commissariatodips.it. I consigli per proteggersi: prima di aprire un'e-mail verificare il mittente; non cliccare su link sospetti; analizzare la veste grafica del sito web, perché in genere emergono dettagli che rivelano la contraffazione grossolana».

Vi è un altro tipo di attacco estorsivo, vero?

«Sì, un'ulteriore attività di spamming a scopo estorsivo è quella perpetrata mediante l'invio di e-mail in cui gli utenti vengono informati dell'avvenuto hackeraggio del sistema operativo e dell'account di posta elettronica. Attenzione, nulla di tutto ciò è reale: è una trappola dell'autore del reato, elaborata al solo scopo di gettare nel panico e di indurre a pagare la somma illecita richiesta per non far divulgare i dati sensibili che sarebbero stati carpiri. È tecnicamente impossibile che chiunque, pur se entrato abusivamente nella nostra casella di posta elettronica, abbia potuto, per ciò solo, installare un virus in grado di assumere il controllo del nostro dispositivo, attivando la webcam o rubando i nostri dati. Ecco alcuni consigli su come comportarsi. Mantenere la calma: il criminale non dispone, in realtà, di alcun filmato che ci ritrae in atteggiamenti intimi, né, con tutta probabilità, delle password dei profili social da cui ricavare la lista di nostri amici o paren-

ti; non pagare assolutamente alcun riscatto: l'esperienza maturata con riguardo a precedenti fattispecie criminose (come #sextortion e #ransomware) dimostra che, persino quando il criminale dispone effettivamente di nostri dati informatici, pagare il riscatto determina quale unico effetto un accanimento nelle richieste estorsive; proteggere adeguatamente la nostra e-mail (e in generale i nostri account virtuali); cambiare la password, impostandone una complessa; non utilizzare la stessa password per più profili; abilitare, ove possibile, meccanismi di autenticazione "forte" ai nostri spazi virtuali che associno all'inserimento della password, l'immissione di un codice di sicurezza ricevuto sul cellulare».

Le aziende possono essere l'obiettivo di virus estorsori detti cryptolocker. Parliamone.

«È un malware che consente di cifrare e rendere inutilizzabile la maggior parte dei file presen-



Il dott. ing. Giuseppe Zuffanti, direttore tecnico capo della Polizia di Stato (Compartimento di Piemonte e Valle d'Aosta della Polizia Postale e delle Comunicazioni)

ti nelle unità di memoria collegate al pc infettato, ivi comprese eventuali condivisioni di rete. Il virus si diffonde attraverso messaggi di posta elettronica che fanno riferimento a pacchi postali in spedizione, bollette da pagare, fatture fiscali, ecc. Il link al file infetto in genere è presente in tali e-mail sotto forma, ad esempio, di archivio ".zip". In esso è presente di solito un file con un'icona molto simile a quella di un documento pdf, ma che in realtà ha una estensione di tipo ".exe", cioè di un file eseguibile a tutti gli effetti che, una volta aperto, determina l'infezione. Il tipo di cifratura utilizzata dal virus in genere non consente il ripristino del contenuto originario dei file se non attraverso la chiave di decodifica in possesso degli hacker. Lo stesso virus, mediante file di testo rilasciati sul pc infettato, indica alle vittime le modalità di ripristino, subordinato al pagamento di una somma variabile secondo procedure diverse e non tracciabili. Poiché dietro la diffusione del cryptolocker si nascondono vere e proprie organizzazioni di cybercriminali, anche un'eventuale resa al tentativo di estorsione non garantisce il ripristino dei dati "danneggiati". Nell'ambito delle strategie europee le Forze dell'ordine e partner dell'industria sulla sicurezza informatica di 14 Paesi dell'Unione europea hanno risposto lanciando la campagna di prevenzione e informazione "No More Ransom". La Polizia Postale e delle Comunicazioni ha aderito al progetto per fornire agli utenti, attraverso il portale www.nomoreransom.org, informazioni su cosa sono i ransomware, su come proteggersi e sui tool gratuiti in grado di consentire a una molteplicità di utenti di decriptare con successo i propri dispositivi».

L'evoluzione del cryptolocker comporta una strategia di attacco potenziata...

«In questo caso le vittime sono aziende di grandi dimensioni e viene chiesto un riscatto più alto, anche oltre i 2,5-3 milioni di euro in bitcoin. Oltre alla cifratura dei dati vi è la minaccia di diffusione dei dati esfiltrati. Ad esempio Ransomware Maze sfrutta una vulnerabilità del programma Flash Player, installando un software malevolo che cifra con password segreta i dati della vittima. Tra i file cifrati è presente un file di testo in cui l'hacker spiega come ottenere le informazioni di riscatto da un sito nel deepweb e procedere con il pagamento del riscatto. Per aumentare la fiducia nella vittima l'hacker mette a disposizione una interfaccia software che permette di decifrare

#l'impresacontinua

tre dei file criptati e ottenere ulteriori informazioni su come acquistare bitcoin per pagare il riscatto. Il riscatto potrebbe raddoppiare in automatico se le vittime non pagassero entro un certo termine. Gli hacker mettono anche a disposizione sistemi di chat di supporto per chiedere informazioni».

Come proteggersi da queste gravissime minacce?

«Intanto occorre provvedere al back-up sistematico dei dati, conservandone copia su unità di memoria non collegate alla rete, al fine di evitare perdite irreversibili. Bisogna inoltre mai fidarsi di e-mail inaspettate, anche se arrivano da contatti noti e, soprattutto, non dare credito a eventuali link ivi contenuti prima di aver accertato la genuinità dei messaggi. Infine è necessario dotarsi di

antivirus e tenerli costantemente aggiornati: la maggior parte degli antivirus disponibili in rete, sia a pagamento che gratuiti, se opportunamente utilizzati e aggiornati, è in grado di segnalare e impedire l'infezione da cryptolocker».

Ragioni di spazio ci impediscono di affrontare l'esame di altre truffe purtroppo molto diffuse, come quella della ricarica tramite sportello Atm, quella con manomissione dei terminali Pos e Atm (skimming), quella perpetrata tramite il trading on-line, quella della finta polizza assicurativa, quella della casa vacanza, quella cosiddetta "romantica"... Anche in questo caso la Polizia Postale è in prima linea, vero?

«Il lavoro quotidiano di pattugliamento del web della Polizia Postale, la gestione dei casi penalmente rilevanti e l'impe-



La firma, in Questura a Cuneo, del protocollo d'intesa tra Confindustria Cuneo e il Compartimento della Polizia Postale e delle Comunicazioni.

Erano presenti il presidente e il direttore dell'associazione, Mauro Gola e Giuliana Cirio, e il questore di Cuneo, Emanuele Ricifari. A sottoscrivere sono stati Fabiola Silvestri, dirigente del Compartimento della Polizia Postale e delle Comunicazioni per Piemonte e Valle d'Aosta, e Mauro Gola

VAUDAGNA
Concessionario esclusivo CUNEO e PROVINCIA

STILL

**VENDITA NUOVO ED USATO
ASSISTENZA, RICAMBI, NOLEGGIO**

Per info
www.vaudagnacarrelli.com



Metti alla prova i tuoi RX 60 secondi
Nuovi standard di prestazioni senza precedenti

Borgo San Dalmazzo • Via Cuneo, 106 • Tel. 0171 261312
www.vaudagnacarrelli.com • info@vaudagnacarrelli.com

gnocapillare nelle campagne di sensibilizzazione, anche con iniziative come “Vita da Social” (<https://it-it.facebook.com/unavitasocial>) e “Cuoriconnessi”, hanno consentito la costruzione di un know-how pratico utile non solo nell’attività di repressione, ma anche per la protezione e la prevenzione nei confronti delle potenziali vittime. Nel tempo queste iniziative hanno dato grande risultato anche nella prevenzione dei

reati come: il furto di identità digitale su social network, i casi di diffamazione on-line, le ingiurie/minacce/molestie, la detenzione e diffusione di materiale pedopornografico, la sextortion».

Veniamo alle truffe a cui si può andare incontro con gli acquisti on-line.

«Anche in questo caso i rischi e le tipologie di sotterfugio sono molto variegati. Prima di tutto occorre utilizzare software e

Mai fidarsi di e-mail inaspettate, anche se arrivano da contatti noti e, soprattutto, non dare credito a eventuali link ivi contenuti prima di aver accertato la genuinità dei messaggi. Infine è necessario dotarsi di antivirus e tenerli costantemente aggiornati

Un servizio quanto mai utile e necessario

Confindustria Cuneo e il Compartimento Piemonte e Valle d’Aosta della Polizia Postale e delle Comunicazioni hanno sottoscritto un protocollo di collaborazione per dare vita allo Sportello sicurezza informatica, un servizio quanto mai al passo con i tempi, tanto più oggi, visto l’effetto dell’emergenza sanitaria sull’incremento geometrico del ricorso alle comunicazioni telematiche e alle opportunità offerte dal web.

Proprio questa impennata repentina rende attualissima l’attività di prevenzione in un campo molto esposto alle incursioni dei malintenzionati, all’insegna di un aggiornamento tecnologico che impone la massima attenzione per sventare rischi sempre più gravi. Lo Sportello offre a tutte le aziende associate a Confindustria Cuneo intenzionate a tutelare la propria sicurezza informatica la segnalazione e la condivisione di informazioni utili a prevenire e a contrastare gli attacchi alle infrastrutture informatiche delle imprese.

Fra i servizi vi è la proposta di un contatto diretto, in caso di criticità, con i funzionari del Compartimento Piemonte e Valle d’Aosta della Polizia Postale e delle Comunicazioni. Saranno poi realizzate newsletter periodiche informative sulle minacce più recenti e sulle vulnerabilità connesse alla rete riscontrate in tutto il mondo. La collaborazione instaurata prevede che, dopo gli appuntamenti già svolti, si organizzino workshop tecnici finalizzati ad accrescere la conoscenza sui temi della sicurezza informatica, sulla prevenzione degli attacchi e sulla cybersecurity. Lo Sportello inoltre sta dando vita a una community per migliorare la prevenzione condividendo, in forma del tutto anonima, segnalazioni ed esperienze.

Maggiori informazioni e aggiornamenti sulle attività messe in pratica sono reperibili su www.uicuneo.it oppure scrivendo all’indirizzo di posta elettronica innovazione@uicuneo.it.

browser completi e aggiornati. Potrà sembrare banale, ma il primo passo per acquistare in sicurezza è avere sempre un buon antivirus aggiornato all’ultima versione sul proprio dispositivo informatico. Occorre poi dare la preferenza a siti certificati o ufficiali. In rete è possibile trovare ottime occasioni, ma, quando un’offerta si presenta troppo conveniente rispetto all’effettivo prezzo di mercato del prodotto che si intende acquistare, allora è meglio verificare su altri siti. Si tenga presente che un sito deve avere gli stessi riferimenti di un negozio reale. Prima di completare l’acquisto, quindi, è bene verificare che il sito sia fornito di riferimenti quali un numero di partita Iva, un numero di telefono fisso, un indirizzo fisico e ulteriori dati per contattare l’azienda. È fondamentale anche leggere sempre i commenti e i feedback di precedenti acquirenti così come, su smartphone o tablet, utilizzare le app ufficiali dei negozi on-line».

E per i pagamenti?

«Prima di tutto vanno utilizzate carte ricaricabili. Per completare una transazione d’acquisto sono indispensabili pochi dati come numero di carta, data di scadenza della carta e indirizzo per la spedizione della merce. Se un venditore chiede ulteriori dati forse vuole assumere informazioni personali (numero del conto, Pin o password) che vanno custodite gelosamente e non divulgate. Al momento di concludere l’acquisto, la presenza del lucchetto chiuso in fondo alla pagina o di “https” nella barra degli indirizzi sono ulteriori conferme sulla riservatezza dei dati inseriti nel sito e della presenza di un protocollo di tutela dell’utente, ovvero i dati sono criptati e non condivisi». ©

RIPARTIAMO INSIEME



MERLO TECNOLOGIA CERTIFICATA 4.0

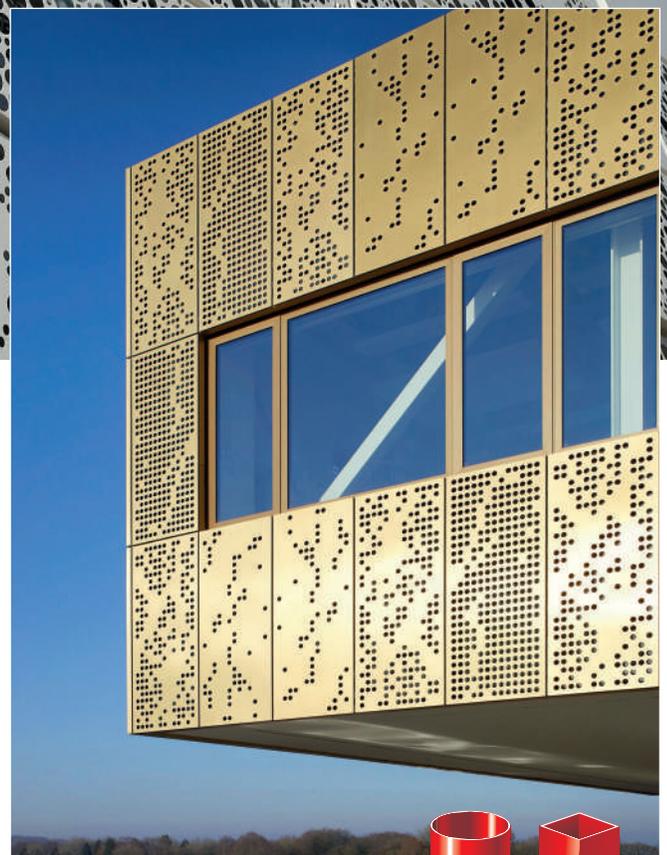
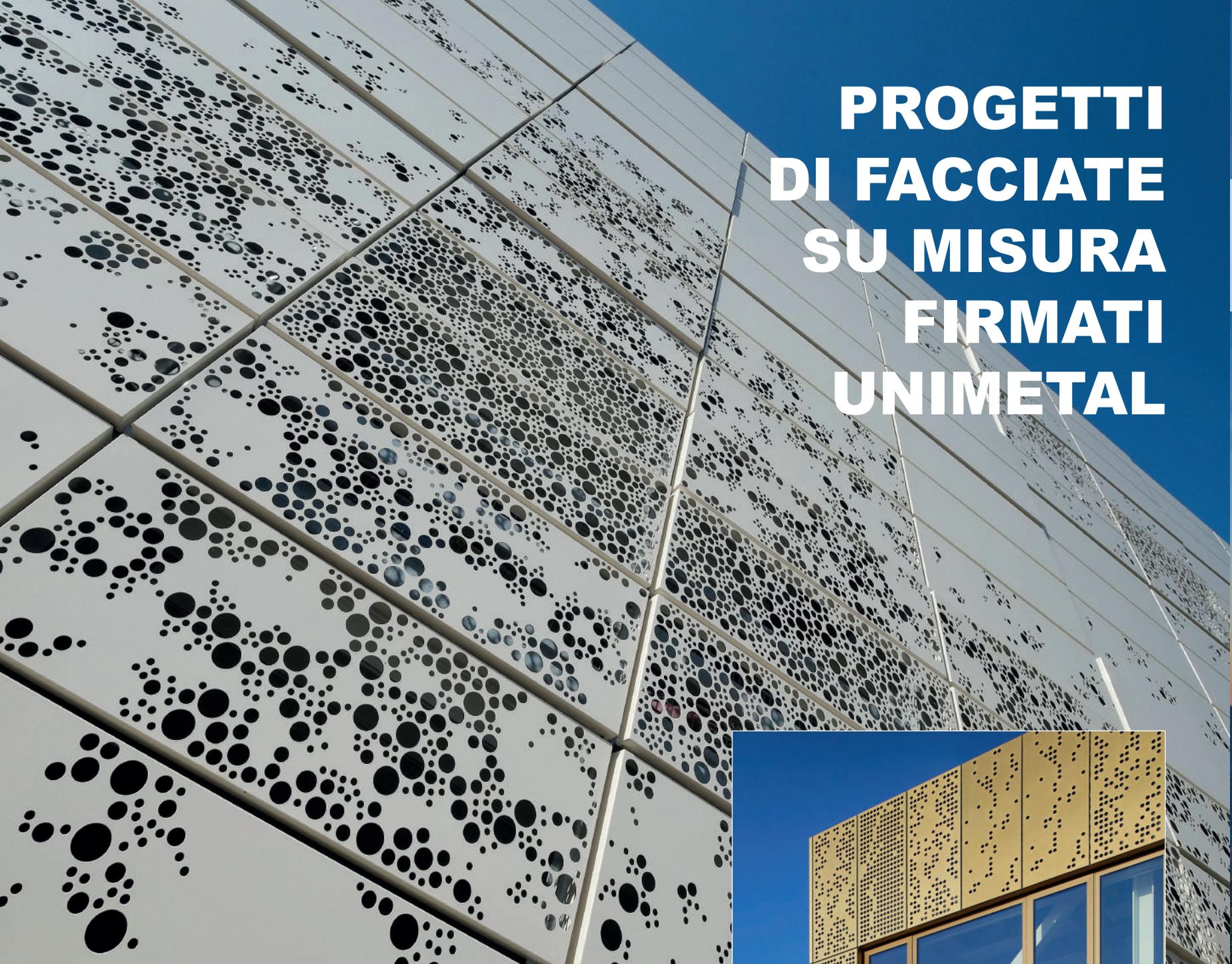
Per il Gruppo Merlo l'attenzione al personale interno, ai collaboratori e ai clienti è di prioritaria importanza. Grazie all'adozione di nuove misure di sicurezza il Gruppo è pronto a ripartire offrendo prodotti certificati secondo i requisiti della tecnologia "Industria 4.0". Con la gamma di sollevatori telescopici della serie Turbofarmer, Multifarmer e Panoramic potrai accedere al piano di CREDITO D'IMPOSTA 4.0*, previsto dalla Legge di Bilancio 2020 "INDUSTRIA 4.0", che ti permette di usufruire di Credito di Imposta fino al 40% del costo dei beni strumentali nuovi.

*Consultare le note informative della Legge di Bilancio 2020 Industria 4.0 "Legge n. 160 del 27/12/2019".

www.merlo.com



PROGETTI DI FACCIATE SU MISURA FIRMATI UNIMETAL



Valorizza il tuo immobile!

Realizzare una facciata personalizzata offre l'opportunità di creare un'opera d'arte unica e inimitabile.

Vieni a scoprire la nostra ampia gamma di **rivestimenti di facciata**, con profili parete di altissima qualità, e **pannelli coibentati** per tutte le tipologie di coperture.

Riqualfica e rinnova l'involucro edilizio degli edifici grazie ai prodotti Unimetal, assicurando alle strutture un valore estetico con un notevole risparmio energetico.

www.unimetal.net

Numero Verde 800 577385 - Torre San Giorgio CN



unimetal.net