

Lunedì
1 marzo 2021



La redazione
via Lugaresi, 15 - 10126 - Tel. 011/5169611 - Fax 011/533327 - Segreteria di Redazione Tel. 011/5169611
Fax 011/533327 dalle ore 9.00 alle ore 21.00
Tamburini fax 011/533327 - Pubblicità Rivetti Pubblicità
via Lamarmora, 58 - 10128 Torino - tel 011/581 44 11
Mail info@rivetti.it

Torino

Nasce l'App
Chiusano:
cambia il modo
di vendere e
acquistare.

SCARICALA ORA

CHIUSANO & C
IMMOBILIARE

Il piano strategico della Città metropolitana

“Grande Torino”, sei ricette antideclino

L'intervento

Un progetto per le future generazioni con i soldi Ue

di Matteo Robiglio
● alle pagine 6 e 7

Le risorse di Next Generation valgono potenzialmente per l'area metropolitana di Torino 2,6 miliardi. Una cifra senza precedenti. Ma come devono essere usati? Per le generazioni future, costruendo la Grande Torino dei 312 Comuni: lo prevede il piano metropolitano.



▲ Verso le valli Torino guarda all'intera città metropolitana per tornare a crescere

Piccolo (Confindustria)

“La sostenibilità non è uno sfizio rende le aziende più competitive”

di Francesco Antonioli
● a pagina 11

«La sostenibilità rende l'azienda più competitiva, altro che capriccio». Parola di Mauro Piccolo che amministra la Reynaldi di Pianezza (azienda di cosmetici con tre quarti del fatturato realizzato all'estero) e ha avuto dal presidente di Confindustria Piemonte la delega per la Csr, la corporate social responsibility. Primo obiettivo: coinvolgere le altre territoriali alla ricerca dei nuovi Olivetti per una nuova economia sociale.

Il rapporto

Due settimane in arancione

Da oggi scatta la nuova fascia per il Piemonte con misure più restrittive: chiusi bar e ristoranti. Stop anche ai musei. La Regione punta sui privati per accelerare sulle vaccinazioni: domani il vertice. Impennata dell'indice di positività

Allarmi snobbati, folla in centro e nei parchi: raffica di multe

La procura dei minori

“Se un ragazzo delinque bisogna aiutare la famiglia”

di Federica Cravero
● a pagina 5

Ieri gli ultimi sprazzi di libertà con il centro preso d'assalto in una apparenza di normalità che purtroppo non c'è. Da oggi siamo arancioni. Dopo quattro settimane in giallo, mutano nuovamente le regole: tornano a chiudere i musei, chiudono bar e ristoranti e scatta il divieto di uscire dal proprio Comune di residenza.

Otto sono i Comuni che retrocedono ulteriormente e diventano rossi. I sindaci ieri hanno lanciato un appello: anticipate le vaccinazioni per i nostri cittadini.

di Strippoli e Palazzo
● alle pagine 2 e 3

I vertici del calcio premono

Braccio di ferro tra Lega e Asl su Lazio-Torino di domani sera

di Di Blasi e Turco
● a pagina 15



Venture capital Cibo e biotech i grandi affari in Piemonte

di Stefano Parola
● a pagina 10

Più di quarantasei milioni. C'è subito il Piemonte, sia pure a debita distanza, dietro la Lombardia nel rapporto sugli investimenti del venture capital nel 2020. E anche se l'analisi di Ey sul comparto registra una frenata negli investimenti nella regione, il settore resta in crescita, e l'anno appena iniziato si profila «con tante opportunità». Cibo e biotech sono i settori dove gli investitori puntano di più in Piemonte.

Il bilancio della stagione

L'inverno d'altri tempi? Un grado sopra la media

di Valentina Acordon ● a pagina 9



▲ Dicembre Nevicate anche a Torino

app profitte!

Nasce l'App Chiusano: cambia il modo di vendere e acquistare.

SCARICALA ORA

chiusano.com
011 568 2858

CHIUSANO & C
IMMOBILIARE

Torino | Milano | Sanremo

L'appello della neopresidente

“Ora Cirio scommetta sulle guide turistiche”

di Diego Longhin ● a pagina 11



▲ Visite Un gruppo di turisti in centro

Piccolo ha la delega Csr per Confindustria Piemonte

“La sostenibilità rende l'azienda più competitiva. Altro che capriccio”

di Francesco Antonioli

La rivoluzione della sostenibilità, in Confindustria Piemonte, si chiama Marco Piccolo. Ha 47 anni, quattro figli, una laurea in economia. Gestisce con la famiglia la Reynaldi di Pianezza, specializzata nella produzione in conto terzi di un'ampia gamma di prodotti cosmetici (6 milioni di fatturato, 75% all'estero). A lui è stata affidata la delega per la Csr (Corporate social responsibility). Ed è partito come una scheggia.

Dottor Piccolo, come mai questo entusiasmo?

«Per consapevolezza. Nel mondo delle aziende dobbiamo ingranare la marcia. La sostenibilità non è un capriccio, ma un fattore di competitività irrinunciabile. A maggior ragione adesso».

Pensa che non sia interpretata nel modo giusto?

«La sostenibilità è un valore trasversale. Molti la applicano soltanto al marketing, come storytelling per dire che si è attenti all'ambiente...»

E invece? Lei che fa nella sua azienda?

«Abbiamo investito per arrivare a zero spreco di acqua ed emissioni di CO2. Costi importanti, che si ammortizzano velocemente, fanno bene all'ambiente e alle vendite. Grazie al riciclo abbiamo abbattuto molti costi. Essere sostenibili, inoltre, vuol dire impostare bene i rapporti



IMPRENDITORE
MARCO
PICCOLO GUIDA
LA REYNALDI

Molti la applicano solo al marketing come storytelling per dire che si è attenti all'ambiente... Coinvolgeremo le altre territoriali alla ricerca dei nuovi Olivetti

con il personale, conciliando tempo e lavoro. Ho strappato qualche risorsa alla concorrenza: li pago un po' meno, ma sanno che alle 17 si chiude e ci si dedica alla famiglia o ad altro. Insomma, hanno l'idea che l'uomo è al centro».

Perdono, ma lei ha soldi da buttare?

«Tutt'altro. Sono preciso e pignolo nei conti. E molto esigente sul lavoro, che va svolto come si deve. Noi ci siamo strutturati come Benefit-corporation, ma non significa che non ci interessi il profitto. Anzi. Lo sa che alla Reynaldi il fatturato del 2020 è cresciuto del 26%? Avevamo 28 addetti nel 2019, ora sono 59. Un terzo degli utili è stato diviso anche con i dipendenti».

Già. Però acquista in Africa alcune materie prime.

«È vero, ma anche qui con sostenibilità. Compriamo burro di karité in Burkina Faso, ma allo stesso prezzo di un fornitore italiano: per noi non cambia, per l'Africa sì, perché è dieci volte la quotazione locale. Siamo stati laggiù per insegnare loro a produrre, portando dei macchinari. Abbiamo creato lavoro e imprenditorialità. E frenato un po' di immigrazione».

D'accordo, però la burocrazia, specie sui temi dell'ambiente, è una zavorra non da poco in Italia.

«Sì, ma è un altro problema. C'è un



▲ Reynaldi cosmetici L'azienda ha sede a Pianezza

aut aut da superare: o inquinare e ti dà lavoro; o non inquinare e non ti dà lavoro. Non funziona in questo modo. E la gestione dei rifiuti è una chance non un problema».

In Confindustria si sono spaventati?

«E perché mai? Il presidente regionale Marco Gay ne è convinto. Apriremo dei tavoli per coinvolgere ogni nostra territoriale. A Torino c'è già con la vicepresidente Anna Ferrino».

Farete più bilanci sociali?

«È uno dei modi. Intendiamo creare un polo di competenza proprio sui bilanci sociali. Sostenibilità non significa assistenzialismo, ma dare dignità alle persone che lavorano su progetti che si tengono poi su con le loro gambe e danno beneficio al territorio. Nella mia azienda lo facciamo da tempo con il Gruppo Abele e San Patrignano».

Quali altri passi ha in mente in Piemonte?

«Cercheremo di unire le forze e di

organizzare momenti formativi, magari coinvolgendo le banche e andando a trovare sul posto le imprese sostenibili. Insieme al sistema camerale, poi, eseguiamo test sulla sostenibilità economica, sociale e ambientale delle aziende con un metodo internazionale: almeno 50 entro l'anno. Per portarli a regime nel 2022».

Serve una procedura del genere?

«Con l'economista Leonardo Becchetti di Roma stiamo studiando la richiesta al Governo di maggiori punteggi nelle gare di appalto per chi è sostenibile sul serio».

La sostenibilità aiuterà a fare sistema dopo l'emergenza pandemia?

«Ne sono certo. È necessario il contributo di tutti, non può essere solo più un tema demandato allo Stato e alla filantropia. È necessario riscoprire il valore sociale dell'imprenditore. Ecco, diciamo: siamo alla ricerca dei nuovi Olivetti, per una nuova economia civile».

La società braidese punta a crescere in settori diversi dall'ho.re.ca

Dicaf, scommette sul caffè bio (e consegnato a domicilio)

di Massimiliano Sciullo

Il tempo per un caffè si trova sempre. Ma lo spazio? È la sfida che da tempo ha raccolto la Dicaf, azienda con sede a Bra, che tra forniture ai bar, consumatori domestici e linee biologiche dal 1987 gioca sugli stessi tavoli di colossi come Lavazza, Vergnano o Costadoro. Giganti, in mezzo ai quali però l'impresa fondata dalla famiglia Ghigo si trova a suo agio.

Nata come settore commerciale della Caffè Ghigo (sulla scia di una tradizione di tostatura e produzione risalente agli anni Quaranta), dall'inizio degli anni Novanta Dicaf ha intrapreso la propria strada, avendo alla guida - oltre al fondatore Renato Ghigo - anche Roberto Calvo e Nino Balli in qualità di soci e amministratori. Un'avventura che ha vissuto ormai oltre 30 anni di tappe, ma che negli ultimi dodici mesi ha dovuto affrontare forse la salita più impegnativa.

«Inizialmente - racconta Nino Balli - eravamo concentrati unicamente sul canale ho.re.ca. e quindi ristoranti, bar e hotel. Ma con l'avvento del Covid abbiamo dovuto trovare una nuova strada. Abbiamo capito che era arrivato il momento



di variare e di ampliare i nostri orizzonti e così abbiamo deciso di rafforzarcisi sia sul fronte del canale casa-famiglia, sia sulla vendita online».

L'impatto della pandemia, infatti, ha portato conseguenze che tutti, ormai ben conoscono: dalla sospensione di molte attività (o alla loro riduzione all'asporto) fino ad acquisti che nella maggior parte dei casi avvenivano via web e con la consegna a domicilio.

Una vera rivoluzione, rapida e improvvisa, cui però Dicaf ha risposto per tempo. «Intorno al mese di marzo abbiamo capito che se non

avessimo cambiato rotta, ci saremmo ritrovati con il fatturato a zero - dice ancora Balli - e così abbiamo intrapreso strategie che già adesso ci stanno dando risultati, anche grazie alla nostra rete di agenti».

Ma c'è un'ulteriore percorso che l'azienda con radici cuneesi ha saputo scegliere per tempo: quello del biologico. «Dal 1999 abbiamo la certificazione per la nostra produzione e abbiamo così deciso di dedicare una linea specifica al bio, così da dare risposta a un'esigenza che negli ultimi anni si è fatta sempre più forte, anche nel mercato del caffè». Un'anima green che si rispec-



▲ Le radici a Bra Il vertice dell'azienda. Da sinistra: Balli, Ghigo e Calvo

chia anche nella tecnologia che permette alla torrefazione di essere a emissioni zero di fumi e odori, mentre il parco mezzi si orienta sempre di più su veicoli ibridi.

Ma con circa 30 persone che lavorano in azienda, tra staff e agenti di commercio, la ricetta per competere con i colossi del settore - piemontesi e non solo - conta anche su altri ingredienti. «Abbiamo una struttura molto snella, la conduzione è ancora con spirito familiare. Ma puntiamo anche molto sull'attenzione al nostro territorio, a un servizio che sappia essere attento e capillare. Il 90% della nostra clientela si

trova nelle province di Cuneo, Asti, Torino e Alessandria e noi vogliamo sempre garantire una presenza attenta e risposte rapide. Manutenzione, ma anche gadget e nuove proposte: come i bicchierini con il coperchio, in risposta alle recenti necessità di asporto».

A livelli di fatturato, se dagli anni Novanta al 2019 si è triplicato con aumenti progressivi anno su anno, il 2020 va archiviato inevitabilmente come un'eccezione. Ma i suoi insegnamenti saranno invece conservati con cura. «Lo terremo come memoria storica - dice Balli - perché ci ha insegnato quanto fosse importante e urgente diversificare la nostra attività».

Per il futuro, dunque, invece di leggere nei fondi delle tazzine, si guarda in avanti: «Sono convinto che l'idea e il concetto del bar classico rimarrà forte, perché la gente continua ad avere bisogno di socialità e il bar resta un punto di riferimento. Ma non trascureremo quello che abbiamo fatto e costruito in questi ultimi mesi. Continueremo a curare i prodotti per il canale domestico, dal macinato alla lattina, fino alle capsule. Saranno due strade che continueremo a portare avanti in parallelo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA