



Consulenza
di Direzione
in Comunicazione
d'Impresa

INTERNATIONAL



1987 European Press Agency
Agenzia di Informazione per l'Italia

NEWS

Italia Oggi

FULMICOTONE

Il made in Italy che non subisce la pandemia ma rilancia: nuovi materiali in cucina, grandi lavori, alimentare

DI CARLO VALENTINI

Aziende che resistono alla pandemia e anzi rilanciano, promettendo exploit nei propri bilanci. Stone Italiana, azienda leader nella produzione di materiali per edilizia e arredo, sede a Zimella (Verona), ha continuato a investire nella ricerca nonostante il Covid e creato un nuovo prodotto, Cosmolite, che farà aumentare il fatturato, secondo le proiezioni, di 8 milioni entro il prossimo triennio. Si tratta di un materiale di nuova concezione da utilizzare in cucina ed è ora proposto a Green Pea, la struttura inaugurata a Torino da **Oscar Farinetti**. Spiega **Roberto Dalla Valle**, ad e presidente di Stone: «Si tratta di una lastra altamente tecnologica che nella composizione prevede nuovi inerti diversi dal quarzo, provenienti per il 100% da riciclato pre-consumo, mantenendo la sicurezza al contatto alimentare e al contempo una perfetta lavorabilità. Quindi si coniugano tre temi fondamentali: performance ambientale (il prodotto da riciclo viene valorizzato), innovazione industriale (è un brevetto esclusivo) e design (l'utilizzo di nuovi materiali consente di creare partico-

lari soluzioni estetiche)». Uno degli utilizzi è nei piani-cucina, dove oltre agli inerti ottenuti da riciclo viene impiegato lo scarto della lavorazione del riso, nello specifico la lolla, cioè il guscio del chicco di riso la cui composizione è quasi interamente formata da silicio. Già l'azienda ottiene all'estero due terzi del fatturato (25 milioni, con 110 dipendenti), col lancio del nuovo materiale dovrebbe accrescere questa quota e uscire rafforzata dall'emergenza Covid.

Secondo esempio di sfida vincente alla crisi è quello di Sicim, colosso nella progettazione e costruzione di grandi impianti per il trattamento, trasporto e distribuzione di idrocarburi e altri liquidi, con sede a Busseto (Parma). Nonostante le attuali difficoltà sui mercati internazionali si è aggiudicato due commesse del valore di 500 milioni di dollari. La prima in Perù, avrà la durata di 5 anni impiegando fino a 800 persone e prevede manutenzione, consolidamento e realizzazione dei servizi logistici della pipeline (1700 chilometri) che dal giacimento di Camisea (una remota regione boscosa del bacino amazzonico) arriva alla costa pacifica. L'altra commessa è in Iraq, ha la durata di 2 anni, occuperà 500 persone e prevede progettazione e costruzione di un nuo-

vo sistema di trattamento dell'acqua, incluso lo stoccaggio, l'estensione del sistema di distribuzione e un nuovo sistema di iniezione nei pozzi. Grazie anche a queste due commesse Sicim (7500 dipendenti a livello mondiale) prevede di superare i 500 milioni di fatturato. Infine, anche nell'alimentare c'è chi punta all'export per sostenere i propri bilanci. Latteria Soresina, sede a Cremona, è riuscita ad aumentare l'export del 12,3%, portandolo a 92 milioni, su 411 milioni di fatturato, e intende continuare a puntare sul made in Italy del lattiero-caseario non solo in Europa. L'azienda ha oltre 200 stalle e copre l'11% del fabbisogno di latte in Lombardia e il 5% di quello nazionale. Adesso entrerà nello shop on line, proponendo un kit di prodotti tipici (da 50 euro, spese di spedizione incluse) distribuiti in giornata da corrieri refrigerati. Insomma, Amazon sta facendo scuola e anche l'alimentare arriva a casa a tempo di record. Dice il presidente Tiziano Fusar: «Abbiamo tradizione e tecnologia. Il packaging è curato nel dettaglio in modo che sia adatto anche per un regalo. La risposta alla crisi non può essere difensiva ma con nuove idee e nuove possibilità di business e di penetrazione nei mercati stranieri».

— © Riproduzione riservata —

Venerdì 04 Febbraio 2021



Consulenza
di Direzione
in Comunicazione
d'Impresa

INTERNATIONAL



1987 European Press Agency
Agenzia di Informazione per l'Italia

NEWS

Italia Oggi

Il made in Italy che non subisce la pandemia ma rilancia: nuovi materiali in cucina, grandi lavori, alimentare

di Carlo Valentini

Aziende che resistono alla pandemia e anzi rilanciano, promettendo exploit nei propri bilanci. Stone Italiana, azienda leader nella produzione di materiali per edilizia e arredo, sede a Zimella (Verona), ha continuato a investire nella ricerca nonostante il Covid e creato un nuovo prodotto, Cosmolite, che farà aumentare il fatturato, secondo le proiezioni, di 8 milioni entro il prossimo triennio. Si tratta di un materiale di nuova concezione da utilizzare in cucina ed è ora proposto a Green Pea, la struttura inaugurata a Torino da Oscar Farinetti. Spiega Roberto Dalla Valle, ad e presidente di Stone: «Si tratta di una lastra altamente tecnologica che nella composizione prevede nuovi inerti diversi dal quarzo, provenienti per il 100% da riciclato pre-consumo, mantenendo la sicurezza al contatto alimentare e al contempo una perfetta lavorabilità. Quindi si coniugano tre temi fondamentali: performance ambientale (il prodotto da riciclo viene valorizzato), innovazione industriale (è un brevetto esclusivo) e design (l'utilizzo di nuovi materiali consente di creare particolari soluzioni estetiche)». Uno degli utilizzi è nei piani-cucina, dove oltre agli inerti ottenuti da riciclo viene impiegato lo scarto della lavorazione del riso, nello specifico la lolla, cioè il guscio del chicco di riso la cui composizione è quasi interamente formata da silicio. Già l'azienda ottiene all'estero due terzi del fatturato (25 milioni, con 110 dipendenti), col lancio del nuovo materiale dovrebbe accrescere questa quota e uscire rafforzata dall'emergenza Covid.

Secondo esempio di sfida vincente alla crisi è quello di Sicim, colosso nella progettazione e costruzione di grandi impianti per il trattamento, trasporto e distribuzione di idrocarburi e altri liquidi, con sede a Busseto (Parma). Nonostante le attuali difficoltà sui mercati internazionali si è aggiudicato due commesse del valore di 500 milioni di dollari. La prima in Perù, avrà la durata di 5 anni impiegando fino a 800 persone e prevede manutenzione, consolidamento e realizzazione dei servizi logistici della pipeline (1700 chilometri) che dal giacimento di Camisea (una remota regione boscosa del bacino amazzonico) arriva alla costa pacifica. L'altra commessa è in Iraq, ha la durata di 2 anni, occuperà 500 persone e prevede progettazione e costruzione di un nuovo sistema di trattamento dell'acqua, incluso lo stoccaggio, l'estensione del sistema di distribuzione e un nuovo sistema di iniezione nei pozzi. Grazie anche a queste due commesse Sicim (7500 dipendenti a livello mondiale) prevede di superare i 500 milioni di fatturato. Infine, anche nell'alimentare c'è chi punta all'export per sostenere i propri bilanci. Latteria Soresina, sede a Cremona, è riuscita ad aumentare l'export del 12,3%, portandolo a 92 milioni, su 411 milioni di fatturato, e intende continuare a puntare sul made in Italy del lattiero-caseario non solo in Europa. L'azienda ha oltre 200 stalle e copre l'11% del fabbisogno di latte in Lombardia e il 5% di quello nazionale. Adesso entrerà nello shop on line, proponendo un kit di prodotti tipici (da 50 euro, spese di spedizione incluse) distribuiti in giornata da corrieri refrigerati. Insomma, Amazon sta facendo scuola e anche l'alimentare arriva a casa a tempo di record. Dice il presidente Tiziano Fusar: «Abbiniamo tradizione e tecnologia. Il packaging è curato nel dettaglio in modo che sia adatto anche per un regalo. La risposta alla crisi non può essere difensiva ma con nuove idee e nuove possibilità di business e di penetrazione nei mercati stranieri».

<https://www.italiaoggi.it/news/il-made-in-italy-che-non-subisce-la-pandemia-ma-rilancia-nuovi-materiali-in-cucina-grandi-lavori-2506555>

Venerdì 04 Febbraio 2021