

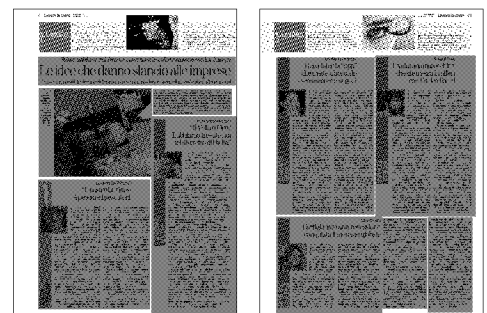
Prima edizione del Premio Lauretana in collaborazione con La Stampa

## Le idee che danno slancio alle imprese

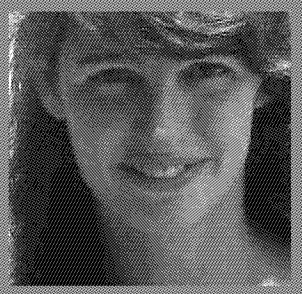
I giovani giornalisti vincitori del concorso raccontano cinque storie di aziende che sfidano la crisi

Raccontare la storia positiva di un'azienda, un produttore, un artigiano o di una realtà economica che ha saputo far fronte alla crisi grazie all'impegno, alla capacità di reinventarsi e proporre qualcosa di nuovo. E' questa la sfida a cui La Lauretana, l'azienda produttrice di acque minerali, in collaborazione con La Stampa, ha chiamato giovani giornalisti pubblicitari e professionisti e iscritti alle scuole di giornalismo, con la prima edizione del premio «Lauretana, Nella Vietti». A Nadia Ferrigo, che con storia dell'azienda Textreme - filatura biellese che si è riconvertita alla produzione di lenze per la pesca sportiva - ha vinto la competizione, va una borsa di studio di 5 mila euro e uno stage di 3 mesi nella Redazione Economia de La Stampa. In queste pagine, oltre al suo articolo, troverete le altre quattro storie che la giuria ha considerato meritevoli di essere pubblicate.

**Tutto per la pesca**  
La Textreme produce nel Biellese materiali tessili innovativi per la pesca. L'azienda è al centro dell'articolo che ha vinto il nostro concorso



# 1



NADIA  
FERRIGO

## Le esche del XXI secolo

# “Il nostro business è pescare i pescatori”

**I**l signor Gilberto Alberti non ha mai pescato in vita sua. Da sempre è il titolare di una piccola impresa tessile nel Biellese, proprio come lo era suo padre. Eppure nel suo piccolo ufficio, tra gomitoli e rocche, ora c'è un incredibile campionario di esche artificiali. Cavallette, ragni e insetti di ogni genere e colore, assemblati con cura da mani pazienti, sono

l'elemento indispensabile per il fly fishing, la pesca con la mosca, una disciplina sportiva poco conosciuta al grande pubblico ma con schiere di appassionati in tutto il mondo.

Per fare una buona esca, ci vuole il filo giusto. Il signor Alberti, 45 anni, ha deciso di usare una parte dei macchinari della sua filatura per specializzarsi nella lavorazione di fibre tessili per la pesca sportiva. «Alla fine degli anni '90 l'azienda fondata da mio padre aveva diciotto dipendenti e un fatturato di oltre quattro miliardi di lire. Ma negli ultimi dieci anni i piccoli artigiani biellesi sono quasi scomparsi. Anche la mia attività si è dimezzata e mi sono trovato davanti a un'alternativa: cambiare o chiudere. Ho deciso di rischiare. Spesso l'innovazione, il cambiamento, nascono dai momenti più duri», racconta Alberti.

Nel 2005 dall'azienda madre Filtex nasce il progetto Textreme, un esempio di tessile tecnico e innovativo unico nel suo genere. «Da molto tempo c'era una forma quasi embrionale di fabbricazione di filati per la pesca, con una produzione limitata e per pochissimi clienti. Non sapevo nemmeno per cosa venissero usati. Erano piccole quantità e molto difficili da lavorare, più un fastidio che altro». Il signor Alberti ha iniziato a fare ricerche e studiare più da vicino il settore. E'

volato negli Stati Uniti a una fiera specializzata in fly fishing. «Lì ho capito che le possibilità del mercato erano molto più vaste di quel che mai avrei potuto immaginare, soprattutto per ricerca e innovazione. Mi sono reso conto che non basta prendere un filato e riadattarlo, ma le fibre vanno lavorate in tutt'altro modo. Nel nostro mestiere è importante ascoltare con attenzione i clienti». E' un lavoro di fino, da artigiani: per ogni fibra, i macchinari devono essere calibrati e tarati su tempi e pesi differenti.

Dopo un inizio in punta di piedi, oggi la Textreme ha un catalogo di 1600 articoli e vende i suoi prodotti in tutto il mondo, sia a negozi di caccia e pesca, sia a fabbriche che producono esche artificiali in Sud Africa e in Asia. Un dato in netto contrasto con il trend che emerge dall'indagine della Camera di Commercio di Biella: nei primi sei mesi del 2012 hanno chiuso 330 imprese artigiane e nello stesso periodo il 66 per cento dei tessili ha ridotto la produzione. La crisi però si è aggravata: secondo le previsioni a fine anno nove artigiani tessili su dieci perderanno fatturato.

Tirarsi fuori dalle secche, se non si dispone di grandi capitali, non è semplice nemmeno per chi ha idee innovative e vuole provare a reinventarsi: gli artigiani si lamentano delle garanzie sempre più alte che le banche chiedono sui nuovi finanziamenti, oltre agli aumenti sui fidi già concessi. «Quando ho iniziato questo progetto nessuna banca mi ha aiutato. Ci siamo autofinanziati. Non è stato facile, ma ce l'abbiamo fatta», racconta Alberti. Ora l'azienda è in attivo, ha otto dipendenti, due neoassunti, un fatturato di 500 mila euro l'anno e buone prospettive. E continua a innovare: sta per aprire un sito web per vendere i suoi prodotti on line. «Il nostro lavoro ora è pescare i pescatori».

## Il paradiso della lana “Il Vello d’Oro? L’abbiamo trovato noi nel distretto di Biella”



GIORDANO  
LOCCHI

**A** Biella, Valle Mosso la chiamano la «valle dei dinosauri». Non è un sito di scavi in cui si trovano ossa e fossili di antichi rettili, ma una testimonianza sconcertante di un altro tipo di archeologia: quella industriale. I «dinosauri» sono edifici enormi di tintorie, filature, tessiture ormai fermi e in preda all’abbandono. Scheletri immobili che squarciano i boschi intorno allo Strona, torrente lungo il quale sono abbarbicati e che, nei tempi d’oro del distretto tessile, «aveva acque verdi, rosse, a volte blu, come risultato della

lavorazione febbrile della lana».

Marina Maffei, product designer trentunenne, ripete sull’orlo della commozione i racconti di gioventù del padre, che lungo le sponde dello Strona ha lavorato per una vita: «È andato in pensione poco prima chela fabbrica chiudesse». I fili di lana che qui si producono intessono le maglie degli equilibri sociali e arrivano a cucire nel vivo le trame familiari. «Dal 2009 le aziende hanno iniziato a chiudere una dopo l’altra», spiega Marina mentre guida in salita, verso Camandona, paesino di 300 abitanti appena, nel cuore dell’Oasi Zegna. Lì assieme a Corrado Fileppo, 45 anni, brand philosopher, e Michela Cavagna, 41 anni, architetto che a Camandona è nata e tornata dopo la laurea, ha dato vita a un progetto visionario e passionale. Da quassù, a 800 metri sul livello del mare, in mezzo alle Prealpi che cingono Biella e dovei pascoli di pecore si stringono come in una gigantesca sciarpa attorno alla città, riescono a dominarla la «valle dei dinosauri». Dall’alto, come sembra suggerire il nome della cooperativa che hanno fondato proprio nel 2009: Ars alit Artes, l’arte fa volare le arti. Ci credono, dicono, che il distretto riuscirà a rialzarsi, ma «solo a patto di tornare alle origini».

Di fatto il loro laboratorio – una «bottega neorinascimentale», come amano definirla, ricavata all’interno di un ex asilo degli anni ‘30 – è l’unica realtà attiva sul territorio a realizzare produzioni artigianali con il vello delle pecore autoctone biellesi: «Una lana bistrattata perché molto grezza – spiega Giorgio Frignani, presidente dell’Agenzia lane d’Italia – ha un prezzo così basso che non paga nemmeno la tosa, così gli allevatori sono tentati di disfarsene, bruciandola o sotterrandola nel terreno, con enormi danni ambientali». Il paradosso è che Biella è l’unico posto in Europa dove ancora coesistono tutte le fasi della filiera, dalla selezione degli ovini al prodotto finito, mentre la «fabbrica diffusa» realizza semilavorati solo con lane straniere, che però non reggono più la competizione con quelli realizzati all’estero a prezzi irrisori.

Alla Ars alit Artes hanno affrontato il problema alla base: per far fronte all’assenza di ordini sono tornati all’unicità biellese, impiegando il vello che nessuno vuole per produrre sedute, lampade, tappeti realizzati con metodi artigianali e telai vecchi di secoli, ma ad alto contenuto di design. «Questa a noi sembra l’unica via per fare business oggi – dice Michela – produrre oggetti che nessun altro è in grado di fare». Il risultato è che, facendo leva solo sulle loro forze, vendono cuscini a 180 euro come niente fosse. E creano occupazione: sono arrivati primi in Italia nel progetto «Apprendistato e mestieri avocazione artigianale», indetto dal ministero del Lavoro, a pari merito con la Dolce&Gabbana. Ora avranno la possibilità di assumere in via facilitata apprendisti under 28, in una realtà spopolata dove regna il silenzio e dove porteranno le orecchie dei più giovani ad abituarsi di nuovo al rumore incessante dello sferragliare dei telai.

Vendite al dettaglio

## Regalister, la "app" che mette d'accordo e-commerce e negozi



BARBARA  
D'AMICO

Gianni non ci pensa due volte quando i clienti varcano la soglia del suo negozio di sport alle porte di Torino. Che comprino o meno, alla cassa mette loro in mano dei volantini con un messaggio curioso: se hai visto qualcosa che ti piace e vuoi fartelo regalare, fotografa pure scaricando questa applicazione sul tuo telefono. Il servizio, attivabile su ogni cellulare con connessione Internet, si chiama Regalister ([www.regalister.it](http://www.regalister.it)) e consente di creare una propria lista online di regali, visibile a chiunque su un normale profilo Facebook, fotografando i prodotti che si trovano nei negozi.

Descritta così l'applicazione non sembra l'ultimo ritrovato delle strategie di marketing, ma l'apparenza inganna. «Permettere a chiunque di catalogare ciò che è esposto in vetrina, segnalando prodotto, indirizzo, esercizio e rendendo tutto pubblico su Internet, ha un beneficio enorme - spiega Agnese Vellar, responsabile dell'incubatore di progetti innovativi del Politecnico di Torino, i3P - Rimette in contatto i piccoli e medi esercizi commerciali con i consumatori locali che, per acquistare il prodotto segnalato, devono andare direttamente in negozio». In barba alla pigrizia e al crollo della domanda interna. Secondo l'Istat, infatti, i consumi in Italia sono diminuiti del 13,2% dal 2008 a oggi e quest'anno si prevedono minori incassi per 35 miliardi di euro. In Piemonte i dati sul prodotto interno lordo non sono incoraggianti: nel 2009 la produzione ha segnato -5,3% rispetto all'anno precedente e la risalita degli anni successivi è troppo timida (appena +0,9% nel 2011). Eppure le strategie per la ripresa non mancano. Regalister è stato messo a punto per intercettare meglio una domanda e un'offerta già esistenti, convincendo i piccoli e medi esercizi a fare pace con la bestia nera del commercio al dettaglio, l'e-commerce. La

vendita di prodotti online sta facendo la fortuna di colossi come Amazon e Google (in Italia il fatturato per il 2011 ha sfiorato i 19 miliardi) a scapito però delle piccole realtà produttive locali che, certo, un sito posso anche aprirlo ma - specie se non esportano all'estero - hanno poi bisogno di gente che entri in negozio a comprare. «A volte è un problema sapere cosa regalare - spiega l'ideatore, Davide Bertarini, 28 anni, studente del Politecnico di Torino - L'applicazione è attiva da appena un mese e sia gli utenti sia i negozianti del territorio sono entusiasti». Tra questi ultimi Gianni, che conferma: «Con questa applicazione l'e-commerce va a nostro beneficio. Siamo incuriositi e credo proprio avremo un boom di clienti in carne e ossa già questo Natale». Non solo, la app consente di fare indagini di mercato in tempo reale: sapere, ad esempio, qual è la borsa più fotografata e regalata renderà più efficiente e redditizia la sua produzione. Le prospettive sono incoraggianti. L'idea di Bertarini, inoltre, si inserisce in un filone felice per l'economia del Piemonte: le reti d'impresa, formule di aggregazione che sul territorio contano già 106 micro e medie aziende associate. Un gioco di squadra che fa crescere la competitività. Nel caso di Regalister i commercianti possono farsi pubblicità a costo zero, i produttori sapere cosa vendere, i clienti trovare esattamente ciò che cercano e Davide lanciare la sua app in tutto il mondo.

Motore propulsore di piccole, grandi rivoluzioni come quella descritta è l'incubatore del Politecnico di Torino, i3P (142 aziende avviate con successo dal 1999, 70 diventate autonome e floride e ben 7 acquisite da multinazionali). «Il bello degli incubatori è che trovano investitori disposti a rischiare nella start up», spiega Ciro Spedaliere, analista del primo fondo di investimento italiano per questi tipi di imprese, Innogest. «Chi investe non vuole indietro i soldi, ma quote societarie perché, specie all'inizio, preferisce che gli utili siano reinvestiti nell'azienda». Una ricetta vincente, anche per il Piemonte.

Fisica di base

## La giovane marocchina che si è messa in affari con Enrico Fermi



MANUEL  
DISEGNI

L'incontro di conoscenza, tecnologia e imprenditorialità può dare luogo a esperienze d'innovazione e di valorizzazione economica della ricerca scientifica. I-See è un esempio di fortunata sinergia fra università e mondo dell'impresa: si tratta di una piccola società costituita nel 2009 con sede all'Istituto nazionale di fisica nucleare (Infn) di Torino.

Faiza Bourhaleb, classe 1973, scienziata marocchina, fondatrice e Ceo della startup, dopo molti anni nella ricerca ha deciso, insieme ai suoi collaboratori, di ampliare i propri orizzonti professionali e avventurarsi nell'imprenditoria. Con l'umiltà dei neofiti il gruppo di fisici ha iniziato a cimentarsi con il marketing, la pianificazione finanziaria, le trattative commerciali. «Non fraintendiamo - tiene a precisare Faiza -: la ricerca è la mia passione fin da giovanissima, non vi ho certo abdicato. In I-See si continua a fare ricerca, è il nostro valore aggiunto». Si tratta, però, di una ricerca non fine a se stessa, chiusa in laboratorio e avulsa dalla società, ma interdisciplinare, aperta al mondo esterno e pronta a comunicare e mettere in gioco i propri risultati.

«I-See sta per Internet-Simulation, Evaluation and Envision - spiega Faiza -: il nostro servizio consiste in simulazioni virtuali personalizzate». L'idea di I-See è quella di risolvere rapidamente problemi ad alta complessità di calcolo utilizzando il metodo Monte Carlo, una sorta di previsione probabilistica del futuro. «È un algoritmo inventato negli anni '40 da Enrico Fermi mentre lavorava al progetto Manhattan - racconta Faiza -. Si basa sul calcolo delle probabilità (da cui il riferimento al casinò): considerando una serie assai numerosa di possibili realizzazioni del fenomeno

che si vuole indagare si perviene a una simulazione virtuale che restituisce, con un'ottima approssimazione, il fenomeno come avverrà».

I software di simulazione vengono prodotti da grandi multinazionali. Come compete I-See? «Schivando la concorrenza», risponde Faiza. «Noi - e siamo gli unici - offriamo un servizio direttamente all'utilizzatore finale: sviluppiamo simulazioni altamente personalizzate - cui il cliente accede via web - che soddisfano le sue specifiche esigenze».

Che cosa si simula? «Potenzialmente tutto: eventi fisici, chimici, economici o anche sociali. I possibili campi applicativi sono innumerevoli». Per iniziare I-See ha scelto la medicina: dopo la laurea in fisica teorica conseguita in patria Faiza ha svolto un dottorato in fisica medica a Torino. «Avevo in programma di rimanere per un breve periodo di studio», racconta. «Ormai sono qui da 14 anni».

Il primo cliente è stato il Centro Nazionale di Adroterapia Oncologica (Cnao) di Pavia, unico centro sperimentale italiano per questo nuovo trattamento dei tumori. L'adroterapia è una nuova frontiera della radioterapia oncologica: essa utilizza fasci di particelle adroniche (protoni e ioni) per curare i tumori solidi poco responsivi alla terapia tradizionale. Questa tecnica ha una notevole capacità distruttiva nei confronti delle cellule: per applicarla occorre la massima precisione. Le simulazioni di I-See, in questo caso, prevedono fino ai minimi dettagli l'interazione che avverrà fra il fascio di particelle, i tessuti cancerosi e quelli sani del paziente.

Dopo la collaborazione con il Cnao I-See ne ha avviata una con l'Istituto adroterapico internazionale Iba, le cui soluzioni oncologiche sono praticate in 3000 ospedali di 40 Paesi diversi. Faiza Bourhaleb è apertamente fiera di ciò: «Poter contribuire, nel proprio piccolo, alla cura del cancro, è una soddisfazione professionale che chiunque vorrebbe».

La ceramica

## L'artigianato anti-recessione conquista il mercato globale



BARBARA  
LAURENZI

Immaginate che si possa plasmare un'idea. Immaginate che a questa idea si possa dare la forma di un'impresa e la consistenza della ceramica. Ora smettete di immaginare e passate all'azione, come fece Paola Cenciarelli quando avviò la sua prima bottega di decorazione a fuoco su porcellane e ceramiche.

Era il 1978 e l'artigianato aveva già intrapreso da tempo la strada del declino. Chi avrebbe voluto investire in un'attività così incerta? La stessa persona che, in piena crisi 2012, anima con successo un laboratorio artistico diventato, negli anni, un centro di formazione nel quale si realizzano opere esposte e vendute in tutto il mondo.

Siamo a Roma, nel popolare quartiere di Centocelle, in una piccola via a senso unico conosciuta solamente da chi scende all'ultima fermata del 19, il tram che parte dall'elegante quartiere Prati, corre sinuoso tra viale Liegi e Regina Margherita, si infila tra gli ex caseggiati operai di San Lorenzo e Prenestino fino ad arrivare qui, nella proto-periferia dove oggi le case si vendono nelle pagine degli 'immobili in zona semi-centrale' e i prezzi rimangono bassi perché le vecchie palazzine sono sprovviste di comodi ascensori.

È racchiusa tutta qui, all'ultima fermata di un tram multisociale, l'avventura artistica e imprenditoriale di Paola Cenciarelli. Animata dal desiderio di dipingere liberamente materie come porcellane, ceramiche e argilla, l'artista romana inaugurò una bottega dove realizzare e vendere prodotti di rara manifattura, quando ancora non esisteva il temuto crollo dei consumi e la vendita di bomboniere a maggio rendeva talmente tanto da permettere di impiegare il resto dell'anno nella sperimentazione artistica. Bei tempi ormai svaniti che, però, non hanno lasciato posto a rimpianti creando al contrario un'occasione di inventiva e di guadagno.

La crisi non è riuscita a varcare la soglia del laboratorio di Paola che si è difesa grazie all'apertura verso i mercati esteri e alla contemporanea attenzione nei confronti del tessuto sociale più vicino, il quartiere. Proprio

dall'amore verso la colorata periferia romana e la popolazione che la abita è nata l'idea di proporre lezioni di decorazione e pittura che, in pochi anni, hanno trasformato Porcellana e Ceramica da semplice laboratorio in punto di riferimento per le numerose allieve che ne affollano i corsi.

Nessuno aveva mai pensato che si potessero proporre corsi di pittura o scultura a mamme, nonne e nipoti sempre troppo impegnate in una quotidianità che qui, spesso, non fa sconti. «Signò ma non lo fa che qua so' tutti carcerati?». «Da 'ste parti girava l'eroina, chi s'è salvato conta i morti mica pensa ai vasi». I commenti sull'iniziativa non si erano fatti attendere, in un quartiere come Centocelle dipinto spesso ingiustamente, così vicino a quel Quarticciolo di pasoliniana memoria.

Il tempo, però, non ha dato ragione alla vox populi. Proprio nel 2008, mentre la crisi già soffiava scombinando i bilanci di molte aziende, le creazioni di Paola Cenciarelli vincevano il premio speciale del museo «Arti del Fuoco» di Nova Milanese e l'impegno profuso nei corsi veniva riconosciuto dal 'Team Award' consegnato alla sua scuola a Como, nel corso della Convention Internazionale Azzurra. L'ultimo dei tanti traguardi è arrivato nel marzo 2012, quando le allieve del laboratorio si sono aggiudicate tutti i primi posti disponibili della categoria amatori alla Fiera Internazionale di Lione, sbaragliando oltre duecento partecipanti da tutto il mondo.

Pur avendo ormai superato i confini na-

zionali, la storia di Paola Cenciarelli e del suo personale ottimismo anticrisi sono strettamente legati al quartiere e a chi lo vive. Non a caso, negli stessi anni in cui inizia a esporre e vendere prima a Monaco, poi nell'intera Germania e in Europa, Paola rifiuta la possibilità di trasferirsi in vie con maggiore passaggio o in zone più signorili, magari le stesse attraversate dal tram 19. La lungimirante titolare di Porcellana e Ceramica decide di rimanere in questo angolo di periferia dove ha vinto la scommessa contro la crisi combattendo il degrado culturale. E, mentre le serrande di alcuni vicini rimangono tristemente chiuse, abbassate per sempre e vittime della sfavorevole congiuntura economica o della concorrenza orientale, Paola amplia il suo laboratorio aggiungendo una nuova ala dedicata solamente ai corsi.

Partite i punta di piedi, le iscrizioni sono lentamente decollate tanto che l'artista si è dovuta trasformare in maestra puntuale ed esigente, dedicando sempre più tempo a quelle «benedette lezioni», che consentono di mantenere il bilancio in attivo e rientrare con i costi dell'affitto, della luce, dei materiali da comprare. I corsi vanno talmente bene che, per dare vita alle creazioni destinate a incontrare il gusto del pubblico di giorno, Paola si ferma a lavorare sempre più a lungo nelle ore notturne. Tutto il quartiere ormai sa che quella luce accesa nel retrobottega (già, esistono ancora i 'retrobottega') significa che l'insegnante è tornata artista e, anche questa notte, fuoco e porcellana si uniranno per dar vita a una nuova sfida.