

CONTI E PROSPETTIVE Il gruppo di Lumezzane archivia un esercizio positivo e rilancia

«Sil», un 2021 in crescita e un doppio traguardo

Ricavi in aumento, torna l'utile
Nel 2022 celebra i primi 80 anni dalla fondazione. Un'alleanza «elettrica» a supporto della Ducati

Manuel Venturi

●● Industrie Saleri Italo (Sil) spa chiude un 2021 in crescita e firma l'alleanza con Ducati per il 2022. L'azienda di Lumezzane, partecipata dal Fondo Italian Growth - gestito da Quaestio Capital Sgr spa, che detiene il 26,6% -, con 610 addetti (di cui 470 in provincia) e siti produttivi in Italia, Cina, Messico e India, leader nella progettazione, sviluppo e produzione di pompe acqua e sistemi di raffreddamento per l'automotive, archivia il bilancio al 31 dicembre scorso con numeri positivi: il fatturato sale a 167 milioni di euro, +15,9% sul 2020 (quest'anno è previsto oltre i 170 mln), l'ebitda cresce del 53,8% a 15,3 mln. L'utile è di 2,9 milioni di euro dopo il «rosso» di quasi 5 mln l'anno prima (segnato dalla pandemia) e in lieve rialzo rispetto ai 2,8 mln del 2019.

«Questi risultati sono stati raggiunti in un contesto di mercato impattato dall'inflazione su materie prime ed energia e la carenza di semiconduttori», spiega una nota del gruppo riconducibile all'azienda - presieduta da Basilio Saleri (è anche amministratore delegato) - che festeggia 80 anni dalla fondazione, avvenuta nel giugno 1942. «Il gruppo si è confermato solido e flessibile, per rispondere alle esigenze del mercato che richiede di essere sempre più partner e riferimento tecnologico per l'elettrificazione, la sostenibilità, la transizione ecologica».

L'azienda vanta una storica collaborazione con la più prestigiosa casa automobilistica (fra cui Bmw, Daimler, Audi, Volkswagen, Porsche, Lamborghini, Ferrari, Stellantis, General Motors), sod-

disfa la crescente domanda di proposte innovative per gestire la temperatura dei motori a combustione interna e di nuova generazione elettrica. Il gruppo oggi riunisce aziende specializzate per la progettazione e la produzione di soluzioni a supporto della trasformazione dell'industria automotive, con tre business unit: Original Equipment (equipaggiamenti originali ai principali produttori di auto mondiali nel segmento premium), Aftermarket (ricambi auto per il segmento Independent Aftermarket) e Industrial Automation. E vanta un portafoglio ordini che vale un miliardo di euro.

«Grazie all'insegnamento e alle conferme arrivate dai principali clienti, Saleri ha intrapreso un percorso che vuol arrivare entro il 2039 alla carbon neutrality», spiega la nota. Un ulteriore passo in vista dell'elettrificazione dei veicoli si concretizza nell'accordo con Ducati: Sil è entrata a far parte di un gruppo selezionato di aziende che contribuiscono allo sviluppo dei mezzi della casa di Borgo Panigale. Saleri ha completato il primo step di fornitura prototipali, i tecnici R&D Ducati stanno testando le pompe elettriche per importanti progetti sui quali Ducati sta investendo. «È una partnership per cui ci siamo impegnati molto e che premia non solo il profondo know-how tecnologico dell'azienda, ma anche la forza propulsiva del nostro team - spiega Matteo Cosmi, Managing director del Gruppo -. I fattori chiave sono la conoscenza nell'ambito powertrain tradizionale e full electric, la specializzazione nella gestione dell'energia termica e il dinamismo nell'adattare le soluzioni ai clienti».



La Industrie Saleri Italo (Sil) taglia quest'anno il traguardo dei primi 80 anni

IL PLAFOND Agribusiness e Terzo settore

Intesa-Sace, 10 miliardi per le Pmi e le rinnovabili

Favorire gli investimenti in energie rinnovabili di tutte le imprese, in particolare Pmi, della filiera dell'agribusiness e del terzo settore: è l'obiettivo principale del plafond di 10 miliardi di euro messo in campo da Intesa Sanpaolo con Sace. Lo sforzo è finalizzato a sostenere le piccole e medie imprese in un percorso di autoproduzione energetica, oltre a cogliere le opportunità previste dagli interventi governativi, con specifico riguardo al fotovoltaico, promuovendo anche l'incremento dell'efficiamento energetico del Paese.

In linea con le finalità fissate dal Pniec - Piano nazionale integrato per l'energia e il clima - e dal Green Deal europeo, l'iniziativa accelera la transizione energetica e genera un impatto economico diretto sulle imprese, promuovendone l'autoproduzione e

l'autoconsumo. «Investire nelle rinnovabili consentirebbe un risparmio sulla bolletta delle Pmi stimato tra il 30% e il 50% sulla base dei costi registrati nei primi mesi del 2022», sottolinea una nota di Ca' de Sass: tra le misure figurano il sostegno finanziario in questi mesi per supportare le Pmi energivore e quelle con fatturato derivante in larga parte dall'export, specie verso Russia e Ucraina, oltre a un plafond da 1,5 miliardi di euro destinato a premiare e valorizzare i modelli di business sostenibili delle aziende che investono nella riduzione del proprio impatto ambientale. «La complessità dello scenario attuale ha evidenziato i rischi della dipendenza dalle fonti tradizionali e la necessità di una diversificazione», sottolinea Stefano Barrese, responsabile divisione Banca dei Territori di Intesa.

BREVI

MATERIE PRIME A Brgo Santa Giulia il confronto firmato da Siderweb

Un convegno dedicato all'attualità del mercato delle materie prime, alle prospettive di una rivoluzione green e al futuro dell'acciaio nazionale. Un evento, organizzato da Siderweb - la community dell'acciaio con Ricrea, dal titolo «Materie prime tra sostenibilità e mercato», in programma oggi alle 15 a Borgo Santa Giulia a Timoline di Corte Franca. Dopo gli interventi di Domenico Rinaldini (presidente Ricrea) e Edo Ronchi, leader della Fondazione per lo Sviluppo Sostenibile, Gianfranco Tosini presenterà un'analisi sulle materie prime, a cui seguirà l'intervista a cura di Lucio Dall'Angelo (Siderweb) a Antonio Gozzi, leader di Duferco Italia Holding e neo presidente di Federacciai. Emanuele Norsa parlerà di evoluzione delle materie prime sui mercati internazionali, seguito da Franco Bernabè, al vertice di Acciaierie d'Italia.

WELFARE E ALLEANZE Si rafforza il rapporto tra Synlab, Valsir, Oli, Marvon e Alba

Si rinnova l'ormai consolidato rapporto tra Synlab e le aziende Valsir, Oli, Marvon ed Alba (riconducibili a Silmar Group) che, per il terzo anno consecutivo, scelgono ancora una volta di prendersi cura della salute dei propri collaboratori coinvolgendo Synlab come partner di salute, di nome e di fatto. Un rapporto che quest'anno si concretizzerà in una serie di iniziative trasversali, tra cui l'erogazione di un voucher individuale per un valore di 200 euro grazie al quale collaboratori e relativi familiari potranno accedere a tutte le prestazioni offerte dal Poliambulatorio Synlab Santa Maria di Vobarno e dal Poliambulatorio Synlab Golgi di Darfo Boario Terme, oltre ai servizi di laboratorio (ad esempio analisi del sangue, tamponi Covid, pap test) erogati all'interno di una serie di Punti prelievo nel Bresciano.

IN LOMBARDIA Al via la fase di lancio della «vespa samurai» contro la cimice asiatica

Ha preso il via il programma di lancio in Lombardia di Trissolcus japonicus, microimenottero antagonista naturale della cimice asiatica meglio noto come «vespa samurai». Giunto al terzo anno di attuazione, il piano prevede il rilascio di questo insetto nelle otto province più colpite dal parassita: ai territori di Sondrio, Brescia e Mantova sono stati aggiunti nel 2021 quelli di Lecco, Cremona, Milano e Pavia, e quest'anno anche la Bergamasca. Nel Bresciano le zone di lancio sono quelle di Lonato del Garda, Calcinato, Poncarale, Collebeato e Puegnago del Garda. «La cimice asiatica - ha detto l'assessore regionale lombardo con delega per Agricoltura, Alimentazione e Sistemi verdi, Fabio Rolfi - ha già causato danni per centinaia di milioni di euro al settore primario italiano. In Lombardia vogliamo tutelare le filiere della frutta e dell'olivo».

IL RICONOSCIMENTO alla Fabbrica d'Armi

Premio dei Premi Beretta spicca per l'innovazione



Anche alla Fabbrica d'Armi Pietro Beretta il «Premio dei Premi»

Un applauso alla storica realtà proiettata verso i 5 secoli di vita

●● Fra i 45 campioni dell'innovazione insigniti del Premio Nazionale per l'Innovazione «Premio dei Premi», coordinato dalla Fondazione Cotec su concessione del Presidente della Repubblica, c'è anche Fabbrica d'Armi Pietro Beretta: per l'azienda di Gardone Val Trompia ha ritirato il premio l'ingegner Marco Bassoli, direttore dell'area Ricerca e Sviluppo, presente l'ingegner Riccardo Zanardelli, Digital Business Development Manager.

Questa la motivazione: «Per la diffusione dell'innovazione in tutti gli ambiti aziendali, finalizzata alla creazione di valore per i clienti, confermata dai livelli di soddisfazione dei mercati». Un riconoscimento di prestigio - spiega una nota - per l'azienda manifatturiera più antica del mondo - il 3 ottobre del 2026, Beretta festeggerà i 500 anni di attività - che nel tempo ha saputo accettare e vincere le sfide della modernità come volano di progresso continuo al fine di generare crescita e benessere. Questa tensione, tra l'altro, ha permesso a Fabbrica d'Armi Pietro Beretta di superare la con-

tingenza della crisi provocata dalla pandemia.

Il successo è figlio di un altro importante riconoscimento che ha, di fatto, permesso di entrare a far parte del novero dei «45 campioni»: lo scorso dicembre, Beretta ha conquistato il «Premio Imprese per Innovazione» indetto da Confindustria. «Innovazione e passione sono le linee guida che seguiamo ogni giorno nel nostro lavoro - commenta l'ingegner Marco Bassoli - nello sviluppo di prodotti, nella definizione di nuove esperienze per i clienti, nella digitalizzazione della tecnologia, nell'individuazione e attuazione delle migliori pratiche a sostegno di ambiente e benessere. Questo premio ci dà un impulso ulteriore a proseguire e progredire in questa direzione».

Il riconoscimento è stato consegnato nell'aula convegni del CNR di Roma a cura dei ministri dell'Università e della Ricerca, Maria Cristina Messa, per l'Innovazione Tecnologica e la Transizione Digitale, Vittorio Colao, per la Pubblica Amministrazione Renato Brunetta.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LA CAMPAGNA di rebranding della popolare con Gummy Industries

Valsabbina, nuova identità «per le persone e il futuro»

●● Banca Valsabbina presenta la nuova identità, sviluppata in collaborazione con il partner Gummy Industries. Il progetto, che ha interessato tutti i canali di comunicazione, rappresenta un importante cambiamento strategico per l'istituto di credito popolare che si posiziona ora sul mercato come «banca delle persone», in grado di fornire ai clienti gli strumenti necessari per realizzare i progetti e costruire il proprio futuro.

Non solo un nuovo logo e un nuovo sito web istituzionale, ma un nuovo brand che si distingue, anche nella comunicazione, per l'attenzione alle persone e la ricerca di una relazione diretta e di fiducia con i clienti.

Fabrizio Martire, co-founder e amministratore delegato dell'agenzia bresciana, sottolinea «il modo diverso di raccontare una banca, in un mondo finanziario dove spesso i numeri contano più di chi li usa». Ruggero Valli, re-



Un'immagine della campagna

sponsabile Ufficio Stampa e Comunicazione, entusiasta della nuova immagine dell'Istituto, parla di «un posizionamento in linea con i tempi. Novità che caratterizzeranno i prossimi traguardi della banca e i progetti, comunicando con le persone e offrendo loro gli strumenti per costruire un grande domani».

La campagna di lancio della «nuova Banca Valsabbina» - spiega una nota - si concentra proprio sul cambiare volto, sul ripensarsi e ri-immaginarsi, trasmettendo la consapevolezza di essere una banca che accompagna le persone nella realizzazione del proprio futuro, abbandonando la comunicazione incentrata sul prodotto.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

FOTONOTIZIA



Crescita aziendale e dinamiche

«Nuove dinamiche di crescita aziendale»: è il tema del convegno promosso da Cassa Padana per riflettere con le imprese del territorio sulle maggiori questioni che interessano il loro sviluppo. All'università Cattolica di Cremona si è parlato di finanza strutturata e delle opportunità per le ditte. «Come banca locale ci siamo interrogati su come e dove trovare soluzioni per sostenere la realtà. E abbiamo avviato un progetto, ci siamo messi al servizio delle società perché siamo una banca del territorio», ha sottolineato Nicola Ferrari, responsabile Corporate di Cassa Padana (gruppo Cassa Centrale Banca).