

NordOvest

VALLE D'AOSTA | LIGURIA | PIEMONTE

Realizzazione editoriale a cura di New Business Media Srl

Spedizione con tariffa
Posta Target Magazine
conv. naz./304/2008
del 01-06-2008

GRUPPO24ORE



PIAZZA DELL'ECCELLENZA
Il meglio della creatività e dell'imprenditorialità,
della formazione e della sicurezza.

Pagg 2-7; 9-14



SUBFORNITURA
Un settore propositivo e capace di restituire
risultati inaspettati. Davvero a prova di crisi.

Pagg 8

■ **VIAGGIARE** / I dati del Rapporto annuale sulle Economie regionali 2014 di Banca d'Italia e dell'Osservatorio turistico regionale 2015

Liguria e turismo, un binomio sempre più efficace

Fatturati in crescita, tengono le presenze grazie ai turisti stranieri. In testa la provincia di La Spezia

Spagge e approdi: 37 bandiere blu

Sono 37, in totale, le bandiere blu assegnate dalla Fondazione per l'educazione ambientale al litorale ligure: 23 spiagge e 14 approdi. Savona è la "provincia più blu" della Liguria (13 spiagge e 6 approdi), mentre Moneglia viene riconosciuta per la ventiseiesima volta consecutiva. Le spiagge insignite della bandiera blu sono Albissola Marina, Albisola Superiore, Ameglia, Bergeggi, Bordighera, Borghetto Santo Spirito, Celle Ligure, Chiavari, Finale Ligure, Framura, Lavagna, Lerici, Loano, Moneglia, Noli, San Lorenzo al Mare, Santa Margherita Ligure, Santo Stefano al Mare, Savona, Spotorno, Taggia, Varazze, Varigotti. Gli approdi, invece, Alassio, Andora, Celle Ligure, Chiavari, Imperia, La Spezia (Porto Lotti e Porto Mirabello), Loano, Porto Venere, Rapallo, Sanremo, Santo Stefano al Mare, Savona e Varazze.

Moneglia è la spiaggia più titolata, Savona la provincia più pulita

Dopo un prolungato periodo di flessione, nel 2014 la Liguria ha registrato segnali di stabilizzazione, mostrando anche un incremento di arrivi di turisti sul territorio, aumentati del 6,1% su base annua. A renderlo noto è il Rapporto annuale sulle Economie regionali pubblicato da Banca d'Italia, secondo il quale il segno positivo nel settore turismo sarebbe dovuto alla combinazione dell'incremento della componente italiana (4,7%) e, soprattutto, di quella straniera (7,8%). Seppure le presenze complessive siano leggermente calate (-0,3%) perché la flessione dei turisti italiani non è del tutto stata compensata dall'aumento di quelli stranieri, questi ultimi avrebbero elevato la spesa sul territorio ligure dell'1,5%, registrata in percentuale maggiore per co-

Fotolia/paolo ardiani



loro i quali hanno alloggiato in strutture extralberghiere, minore per i turisti che hanno pernottato in alberghi. La durata media del soggiorno si attesta intorno alle 3,3 giornate (in calo rispetto al 2010, quando la media era di 3,7), con una diminuzione dell'1,1% nelle strutture extralberghiere e un dato invariato negli alber-

ghi. In testa alla classifica, per l'aumento delle presenze, si registra la provincia di La Spezia, seguita dalle altre provincie liguri in cui il numero di turisti è sostanzialmente rimasto invariato ed è invece leggermente calato nella provincia di Imperia. Il trend positivo dello scorso anno sembra comunque desti-

nato a ripetersi nel 2015: i dati pubblicati dall'Osservatorio turistico regionale, nato dalla collaborazione tra Regione Liguria e Unioncamere Liguria, relativi al primo trimestre dell'anno, evidenziano infatti che nelle imprese ricettive del territorio sono state vendute in media il 27,4% delle camere disponibili nel mese di gennaio, il 28,6% a febbraio e il 34,1% a marzo, con un andamento stabile rispetto al 2014 per gennaio (-0,7%) e in crescita nei due mesi successivi (+3,6% a febbraio e +6% a marzo). In aumento anche la crescita del fatturato, stimato mediamente del +6,8% rispetto al 2014 per il mese di gennaio, del +31,7% per febbraio e del +22% per marzo. Imperia e Genova sono state le province con le quote di venduto più alte, seguite da La Spezia e Savona. Dati che sembrano promettere una stagione estiva all'insegna della ripresa ma, soprattutto, che confermano la vocazione profondamente turistica della Liguria, anche quest'anno ai vertici delle graduatorie per la qualità del suo litorale, per il mare pulito, i servizi accurati e l'attenzione all'ambiente.



www.baladin.it



BIRRA NAZIONALE BALADIN, OVVERO LA PRIMA BIRRA 100% ITALIANA. OTTENUTA DA SOLE MATERIE PRIME NAZIONALI: ACQUA, MALTO D'ORZO, LUPPOLO, LIEVITO E DUE SPEZIE, ANCHE QUESTE ITALIANE, IL BERGAMOTTO ED IL CORIANDOLO, CHE SI INCONTRANO CON ARMONIA E ORIGINALITÀ. UNA BIRRA DAVVERO ITALIANA CHE RAPPRESENTA "IN PRIMIS" UNA TAPPA FONDAMENTALE NELLA PRODUZIONE ITALIANA DELLA BIRRA ARTIGIANALE.

■ **MUSEO EGIZIO DI TORINO** / Grazie a Pilkington OptiView Protect Ow, sono al sicuro 3.300 preziosi reperti dell'antico Egitto: 70 armadi e 103 teche

Tecnologie trasparenti proteggono la storia

Si tratta di un vetro stratificato di sicurezza e anti-riflesso, in grado di proteggere dalla luce, dai raggi Uva e Uvb e dai vandali

Quando la tecnologia protegge la storia, anche i più antichi reperti possono essere ammirati nello splendore di una nuova vita. È quanto accade al Museo Egizio di Torino dove è stato richiesto l'avanzatissimo know-how vetrario di Pilkington per salvaguardare i ritrovamenti conservati.

Il Museo Egizio di Torino è il secondo al mondo, secondo solo a quello del Cairo, per il valore storico e artistico del suo contenuto, ed è uno dei primi al mondo anche come qualità museale. L'edificio comprende complessivamente ben 10 mila metri quadri di superficie espositiva, ove sono in mostra oltre 3.300 oggetti (26 mila i reperti depositati nei magazzini, per necessità conservative o per interessi scientifici). In onore della sua storia bicentenaria, il Museo ha subito nell'ultimo quinquennio un imponente lavoro di ristrutturazione: 50 milioni di euro il budget per quello che è stato riconosciuto come uno tra i più grandi cantieri d'Eu-

ropa, ma senza mai chiudere al pubblico le aree espositive, anzi siglando nel 2014 addirittura il record delle visite.

Contribuisce alla tutela e alla salvaguardia di questa grande preziosa culla della storia e dell'arte egiziana, un nome storico dell'industria del vetro, presente sul mercato dal 1826. È infatti di Pilkington il vetro anti-riflesso OptiView Protect Ow. E non si tratta di una scelta casuale: ammirare senza fastidiosi riflessi tipici del vetro opere che risalgono anche a 5.000 anni fa dovrebbe essere preservati il più possibile dal naturale deperimento dei raggi ultravioletti.

Pilkington OptiView Protect Ow è un vetro stratificato di sicurezza, composto da due lastre di vetro extra chiaro a basso contenuto di ferro, con una elevatissima trasmissione luminosa (oltre il 90 per cento). Su entrambe le lastre

è depositato un particolare rivestimento molto resistente, capace di ridurre i riflessi di luce al solo 2 per cento.

Lo stesso prodotto è in grado di proteggere per oltre il 99 per cento dalla ricezione dei raggi Uva e Uvb, ossia due dei raggi ultravioletti che causano nel tempo il deperimento delle opere, dei materiali e dei colori). Un'opera al riparo dei raggi Uv, infatti, può rimanere esposta al pubblico praticamente senza perdere alcuna delle caratteristiche che possedeva al momento della sua messa in sicurezza.

Oltre ai notevoli vantaggi di fedele resa cromatica, di bassissima riflessione della luce e di blocco dei raggi Uv, lo spessore del vetro utilizzato nel Museo Egizio (12,8 millimetri) aggiunge un ulteriore importante beneficio: la protezione alle persone e ai beni da atti di vandalismo, secondo le normative Uni En 12600 - 1(B)1 - e Uni En 356 - P2A. Pertanto è in grado di resistere anche ad aggressioni volontarie particolarmente



Le teche protette con lo speciale vetro anti-riflesso OptiView Protect Ow

pesanti, contribuendo alla sicurezza delle opere esposte. Per queste fondamentali ragioni, 70 armadi e 103 teche del nuovo Museo Egizio di Torino, per complessivi 2.200 metri quadri di questo straordinario vetro, sono stati pensati dai progettisti di Isolarchitetti che ne hanno

curato la direzione artistica e la progettazione. La maestria di Goppion Spa, inoltre, che ha realizzato gli spazi espositivi fornendo vetrine di grandi dimensioni per migliorare la fruibilità immediata (la più grande 4,6 x 4 metri) ed evitando di ostacolare la visuale con giunzioni o altri

elementi di disturbo, ha permesso di costruire un luogo imperdibile per esperti e per appassionati di archeologia. Seppure con costi relativamente contenuti, questo intervento ha permesso di portare al cospetto del pubblico il doppio del materiale rispetto all'antica esposizione.

■ **MOLLIFICIO ASTIGIANO** / Dal 1979 un'azienda in costante crescita

Pronti a guardare oltre confine

Tecnologia e innovazione unite a flessibilità e tempi di consegna

Il Nuovo Mollificio Astigiano opera dal 1979 nel settore della progettazione e della realizzazione delle molle per l'industria e di distanziali per la viticoltura. Da piccola bottega artigiana, l'azienda ha saputo evolvere negli anni in una vera e propria realtà industriale.

“Gli investimenti fatti nell'ultimo decennio in tecnologia e innovazione - spiega il titolare dell'azienda Marco Prainito - ci hanno permesso sia di aumentare il nostro fatturato e la nostra dimensione (attualmente l'azienda impiega 13 persone ed è in fase di realizzazione il raddoppio dell'unità produttiva che oggi è di 1.200 metri quadrati), sia di acquisire nuovi clienti anche al di fuori del Piemonte e dell'Italia”.

Il Nuovo Mollificio Astigiano ha infatti clienti anche in Lombardia, Emilia Romagna e Toscana. “Oggi - continua Prainito - il 40% del nostro fatturato arriva da fuori regione, grazie anche al fatto che le nostre molle si rivolgono non solo al settore industriale ma anche a quelli



La sede del Nuovo Mollificio Astigiano

della viticoltura, enologico e agroalimentare”.

Vincente si è rivelata anche la strategia di non realizzare più forniture di centinaia di migliaia di pezzi per grandi aziende ma di privilegiare forniture massime di 50 mila pezzi per aziende medio-piccole. “In questo modo il lotto è sempre più garantito in termini di qualità”, precisa Prainito. Altri tratti distintivi dell'azienda sono la capacità di personalizzazione del prodotto, l'elevata flessibilità sui tempi di consegna e sui costi rispetto alla concorrenza. “Sempre più spesso - conclude Prainito - i clienti ci

chiedono studi di fattibilità e analisi delle problematiche inerenti l'utilizzo e la geometria delle molle. In questi casi, ci vengono in aiuto sistemi di calcolo sviluppati dal nostro Ufficio Tecnico che, in pochi minuti, ci permettono di esaminare i dati di resistenza dei materiali o di fattibilità, di evidenziare ogni tipo di problema tecnico e di proporre soluzioni idonee a ogni tipo di ambiente di lavoro e di stress meccanico”. Il Nuovo Mollificio Astigiano ha anche brevettato quattro tipologie di molle per l'impiego nel campo della viticoltura.

■ **BOMAN** / Dal 1999 ha fatto della specializzazione e della formazione i suoi must

Gli operatori del sollevamento

Implementata l'efficienza con la nuova linea di produzione

Diversificazione dei prodotti, piani strategici rigorosi e un cammino fatto di piccoli passi. È questa in sintesi la ricetta per il successo di Boman, azienda cuneese che dal 1999 si è specializzata nel sollevamento, un comparto che richiede precisione e affidabilità, dove macchine ad altissime prestazioni si combinano con un fattore umano di eccellenza.

Come spiega l'amministratore unico della società Silvio Bonaudi, bracci telescopici, torrette per autogru, telai per autogru fuoristrada e mul-

tristrada e componenti elettrosaldati di gru in acciai alto resistenti sono il pane quotidiano della sua azienda che in questi anni, nonostante la crisi, ha investito in attrezzature speciali per le linee di saldatura e qualificato l'attività con l'acquisizione della certificazione Uni En Iso 1090, che si è aggiunta alle altre certificazioni ottenute in precedenza come Uni En Iso 9001 e Iso En 38-34-2:2006.

Sul fronte organizzativo è stata introdotta la figura del *welding inspector*, un esperto di saldatura che ha il compito

di coordinare le attività di un gruppo di lavoro che si caratterizza per l'alta professionalità.

“In un settore in evoluzione, dove si cerca di ottenere prodotti sempre più performanti, è fondamentale possedere un gruppo di lavoro affiatato e competente perché l'abilità dell'operatore è un fattore imprescindibile per l'azienda”.

Con una forza lavoro di circa settanta persone, che segue corsi di formazione specifica, e una capacità produttiva superiore alle centomila ore annue, Boman si distingue per la capacità di progettazione interna delle attrezzature per l'esecuzione dei componenti fabbricanti nel proprio impianto.

L'azienda - che, oltre a lavorare in Italia, ha conquistato spazi di mercato anche all'estero - è in grado di progettare e costruire una serie di attrezzature per la messa in volume, movimentazione e saldatura di componenti piccoli e grandi con la possibilità di interfacciare la propria produzione con linee robotizzate o automatizzate costruite da altri.



Silvio Bonaudi, amministratore unico di Boman