

Industria
LE ECCELLENZE**La ricerca. I modelli di business che valorizzano le risorse locali sono riusciti a superare le difficoltà della congiuntura**

Dieci campioni sotto la lente

Storie di piccole e medie imprese diventate leader di mercato

Fabrizio Favre

Il tessuto imprenditoriale valdostano è da sempre polverizzato. Ecco perché i canoni dimensionali ai piedi delle Alpi non sempre sono i migliori per mettere in evidenza le eccellenze. Lo sa bene Carmine Garzia, docente di economia aziendale presso la facoltà di Scienze politiche e relazioni internazionali dell'Università della Valle d'Aosta, che da tempo studia cosa significhi fare impresa nella più piccola Regione d'Italia, con un territorio poco favorevole all'insediamento di attività industriali. Tuttavia «nel sistema economico valdostano - precisa Garzia - non mancano aziende industriali e di servizi di successo con un posizionamento forte e un'operatività internazionale». Garzia, attraverso la ricerca «Imprenditorialità innovativa e sviluppo del territorio», sfociata in una pubblicazione per Egea, ha individuato un panel di dieci aziende che ha suddiviso in tre categorie: Pionieri dell'innovazione, Innovatori high-tech e Campioni del territorio.

I pionieri dell'innovazione. Sono aziende che nascono con un posizionamento innovativo, competendo con una proposta di valore basata su un elevato contenuto di unicità e che fondano il proprio modello di business sullo sviluppo e la valorizzazione delle risorse locali. È il caso della **Grivel** di Verrayes (20 dipendenti e un fatturato 2010 di circa 10 milioni), azienda che produce attrezzi per montagna, leader, soprattutto con le sue piccozze, a livello internazionale e con una quantità

di export pari al 90 per cento. Gioachino e Betta Gobbi hanno dato vita a una rete di distribuzione indipendente presente in 25 Paesi. Grivel ha rifornito dal punto di vista tecnico il primo team di scialpinismo creato dal Governo cinese. «Lo sforzo di globalizzazione di Grivel - spiega Gobbi -, indispensabile in un mercato piccolo come quello dell'alpinismo, ci ha portato a cercare il mercato ovunque nel mondo esistessero delle monta-

I PRODOTTI TOP

Dagli attrezzi di montagna venduti in tutto il mondo all'abbigliamento alpino d'alta gamma fino alla ricerca sulle energie alternative

gne e, soprattutto, il desiderio di scalarle».

Passione e unicità muovono anche la famiglia Charrère che con il brand **Les Crêtes** (1,5 milioni di fatturato, 220 mila bottiglie e circa 25 dipendenti) ha portato la Valle d'Aosta sui maggiori mercati mondiali del vino. Oggi l'azienda, decollata negli anni 90 grazie al papà Costantino, ha il volto giovane delle figlie Eleonora ed Elena, e realizza il 10% del suo fatturato in terra asiatica. Si può trovare il Chardonnay Cuvée Bois, segnalazione immancabile tra i Tre Bicchieri della guida Gambero Rosso, sulle tavole dei ristoranti più prestigiosi di Tokio, Hong Kong e Singapore.

Fra i pionieri anche la **Maison Bertolin** (5 milioni e 30 occupati), oggi guidata da Marile-

na Péaquin e dal figlio Guido dopo la scomparsa del fondatore Rinaldo. L'azienda ha il merito di avere restituito all'enogastronomia nazionale un lardo Dop come quello di Arnad di cui è il maggior produttore industriale, presente nelle maggiori catene distributive nazionali: da Es-selunga a Carrefour. È una scommessa vincente quella di **Valgrisa**, microimpresa ideata da un gruppo di amici tra cui l'attuale amministratore delegato Alessandra Fulginiti, il cui core business consiste nel valorizzare l'abbigliamento alpino, traendo spunto dalle centenarie tradizioni tessili valdostane. Il target è alto: le giacche invernali realizzate con lana proveniente dalle pecore di razza autoctona «Rosset» sono vendute al pubblico a 1.300 euro.

Gli innovatori high-tech. Sono imprese che puntano a competere con strategie di differenziazione basate sull'offerta di prodotti e servizi unici. Investono in ricerca quote superiori alla media nazionale. Si va dalla **Thermoplay** di Pont-Saint-Martin: 25 milioni di fatturato previsto nel 2011 (contro i 23,6 del 2010), 160 addetti e 80 tecnici negli uffici commerciali in 44 Paesi. L'azienda è la quarta al mondo nella produzione di sistemi di iniezione per stampi con una quota di mercato di circa il 6 per cento. La **Gps Standard** di Arnad (18 milioni di fatturato nel 2010 e 80 dipendenti) è azienda leader nel settore della sicurezza, in particolare nei sistemi di protezione perimetrale integrati con sistemi di videosorveglianza. La vocazione internazionale dell'azienda è stata rafforza-

ta dal coinvolgimento nel colossale hollywoodiano «Transformer 3» in qualità di consulente per tutto quello che concerne la parte tecnica dei sistemi anti intrusione e videosorveglianza presenti nel film. Fino alla **Laser** di Aosta di Paolo Conta (fatturato 2010 a 2,36 con 27 dipendenti), specializzata nella progettazione e realizzazione di soluzioni di mobile integration per l'erogazione di servizi nell'ambito di sanità, turismo e logistica. Ricco il panel delle partnership: da Vodafone all'Ospedale San Camillo, fino a Vivaticket per la quale l'azienda ha realizzato un'applicazione per poter acquistare in sicurezza biglietti per concerti ed eventi.

I campioni del territorio. Hanno un modello di business legato in parte alle risorse locali, ma competono in settori dove non è possibile implementare strategie di differenziazione. Le energie alternative sono il core business della **Compagnia valdostana delle acque** e della **Sea Energia** (10 milioni di euro e 60 collaboratori) che ha sviluppato competenze nella progettazione e nella costruzione di piccoli impianti di teleriscaldamento. Nella grande distribuzione, **Gros Cidac** (90 milioni di ricavi e una penetrazione del 43% del mercato alimentare valdostano), è un brand situato nel capoluogo che fa parte del gruppo di acquisto C3: come ricavi per punto vendita è nella top ten stilata dalle riviste di settore. La parola d'ordine del fondatore Alberto Cesia, che condivide il ponte di comando con la figlia Chiara, è «tipicità e tecnologia per vendere qualità».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL LIBRO

Vincere la sfida del territorio aspro

Piccole e medie imprese

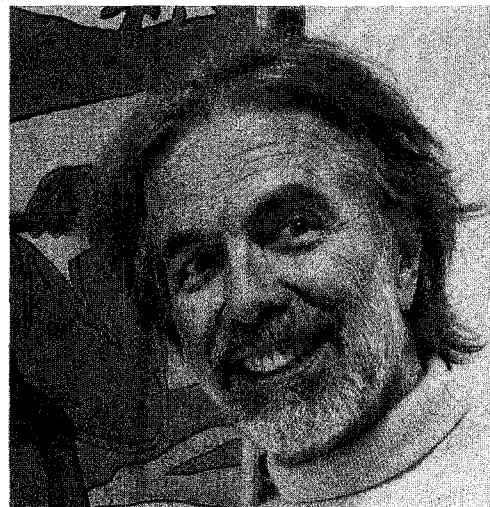
■ Una ricerca di Carmine Garzia, in collaborazione con il giornalista Fabrizio Favre, si è trasformata in un libro, edito da Egea, dal titolo «Storie di imprenditorialità. Aziende innovative in Valle d'Aosta».

Il libro, pubblicato a settembre, è composto da 116 pagine ed è in vendita online sul sito di Egea a 15 euro

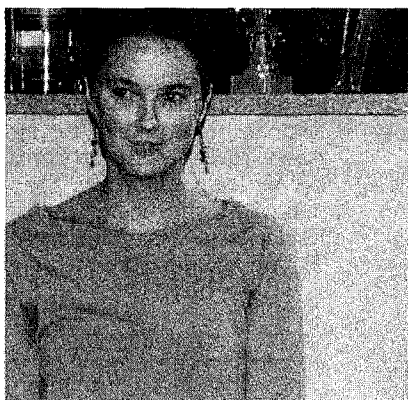
■ La pubblicazione intende dimostrare come le Pmi possano sviluppare modelli di business innovativi anche in contesti geografici ed economici non favorevoli come quelli di una piccola Regione di montagna, la Valle d'Aosta, con un territorio difficile e una vocazione imprenditoriale limitata rispetto a quella di altre regioni del Nord. L'analisi comparata di dieci casi di piccole e medie imprese valdostane si concentra sui processi di sviluppo di risorse distintive che hanno supportato scelte di posizionamento innovativo in termini di prodotti, servizi e mercati. Le dinamiche di sviluppo di forme di posizionamento innovativo contribuiscono a una maggiore comprensione dei processi di innovazione e cambiamento strategico nelle piccole e medie imprese



Abbigliamento alpino. D'alta gamma gli abiti prodotti da Valgrisa, guidata da Alessandra Fulginiti



Attrezzi da montagna. Gioacchino (nella foto) e Betta Gobbi di Grivel, leader internazionale del settore



Vini famosi nel mondo. Elena (a sinistra) ed Eleonora Charrère, con il papà Costantino, hanno portato i vini con il brand Les Crêtes sulle tavole dei ristoranti più prestigiosi di Tokio, Hong Kong e Singapore



Grande distribuzione. Chiara Celesia è al ponte di comando di Gros Cidac con il padre Alberto



Il tardo di Arnad. Guido Bartolin e Marilena Péaquin con la loro Maison Bartolin hanno dato nuovo impulso al prodotto Dop valdostano



Mobile Integration. Soluzioni per i servizi alla Laser di Paolo Conta