



**Il caso.** Fema corre oltreconfine grazie alla collaborazione con l'Università

# Big battuti con la valvola hi-tech



Due anni fa il 70% delle vendite era in Italia, oggi è all'estero. La rivoluzione copernicana di Fema, Pmi della meccanica di Busto Arsizio, è in fondo il percorso virtuoso seguito da molte imprese italiane, costrette a guardare oltreconfine per non soccombere davanti alla caduta del mercato interno. L'azienda, che produce valvole di regolazione per industria, settore energetico e aerospazio, ha ritrovato la via della crescita anche grazie ad una sterzata decisa verso l'innovazione, percorso in apparenza arduo per un'impresa da appena 30 addetti.

«Noi però abbiamo creduto in questa strada - spiega il direttore generale Pierangelo Scaglia - e per realizzarla abbiamo pensato di cercare un'alleanza».

La collaborazione, concretizzata con un team di ricercatori del Politecnico di Milano guida-

ta dal professor Stefano Malavasi, ha prodotto una nuova valvola criogenica utilizzabile anche per gli impianti di rigassificazione, mercato in forte espansione soprattutto in Asia.

Progetto che è valso all'azienda, parte del gruppo Vrv, la vittoria del premio MImprendo Italia lanciato dai Giovani Imprenditori di Confindustria, sfida a cui hanno partecipato 58 aziende tra cui colossi come Saipem, Abb, Bristol-Myers-Squibb e Fastweb. «Ero già contento di essere arrivato in finale - racconta Scaglia -, questo successo è per noi importantissimo: devo dire che la "mano" del Politecnico si vede, abbiamo trovato ragazzi con le competenze giuste, motivati e determinati. Direi che è un caso da ma-

**+70%**

**Commesse di Fema Sprint anche grazie alla partnership con il Politecnico di Milano**

nale per la collaborazione tra impresa e università».

La valvola ha già trovato i primi clienti, con possibilità di ulteriori commesse sostanziose in Russia e soprattutto in Cina, dove si stima un mercato da circa 200 rigassificatori e un giro d'affari per questa tipologia di valvole nell'ordine dei 100 milioni di euro. Grazie a questi sviluppi Fema punta a raddoppiare in cinque anni i propri ricavi e ad assumere nuovo personale nell'area tecnica, già a partire dal 2014. «E devo dire che anche le banche - spiega Scaglia - guardando al nostro lavoro ci stanno offrendo sostegno: onestamente ero scettico, e invece abbiamo ottenuto un finanziamento a cinque anni per sostenere lo sviluppo dei nostri prodotti, determinante in una fase di crescita in cui lo sviluppo deve essere finanziato».

E i tassi, chiediamo, sono favorevoli? «La salute - replica diplomaticamente Scaglia ridendo - e grazie per la telefonata».

**L.Or.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## tage

Già alla fine del 2013 un altro prodotto di casa nostra, il Prosecco doc, aveva conquistato il prestigioso titolo di vin d'honneur dell'Hermitage per quanto riguarda le bollicine e subito dopo la firma dell'intesa era scattato un ordine di 500mila bottiglie per la Russia.

L'Amarone Allegrini sarà, invece, la bandiera tricolore per il rosso, un rosso di prestigio ottenuto grazie all'appassimento delle uve. Ma oltre all'aspet-

to economico, c'è un aspetto culturale da non considerare secondario. Con questo accordo inizia una collaborazione fra l'azienda vinicola e il museo di San Pietroburgo per sviluppare ricerche, convegni, eventi per sottolineare il legame fra arte e vino.

Allegrini chiede anche all'Hermitage di poter ospitare ogni anno una delle sue opere nella sede di Villa della Torre, splendida costruzione del Cinquecento nel veronese, creando così un evento di richiamo. Si tratterà di opere legate in qualche modo al vino e alla coltivazione, per incrementare ultio-

ramente il legame fra vino e cultura già portato avanti da Allegrini con la Peggy Guggenheim a Venezia e New York.

«Allegrini è entrato nel mondo dell'arte dalle porte principali già con Guggenheim - ci dice Marilisa Allegrini -. Questo accordo con Hermitage ci rende particolarmente orgogliosi. Siamo molto interessati al mercato russo, questa è un'operazione sia commerciale che culturale. Come dicono al Guggenheim "l'arte ispira l'impresa, l'impresa fa vivere l'arte". Credo che molti imprenditori debbano fare così».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

di dollari; l'America è in ripresa ma l'Europa ha raggranellato un misero importo, 400 milioni di dollari. Al contrario la Cina è ultra-presente in 128 paesi, con 865 aziende operative, valore degli investimenti 7,2 miliardi a gennaio, le costruzioni per l'estero volano a più 11,6%, 31mila gli operai spediti per il mondo, duemila in più di un anno fa.

Eppure è una via obbligata per crescere, l'internazionalizzazione, anche per le aziende italiane. Commenta Roberto Spinedi, di A+network, che a questo tema ha dedicato uno studio che sarà presentato domani a Milano in un convegno di Banca Sistema: «Si deve crescere ancora in qualità. Come? Le Pmi soprattutto devono definire una strategia di medio lungo termine, capire i mercati, conoscere il Paese, avere partner in loco da selezionare in modo accurato, dotarsi in una struttura di management e aggregarsi anche con modalità diverse, flessibili».

Consigli che possono essere utili in un frangente caratterizzato da incertezza politica, e con una serie di negoziati in corso tra Italia-Cina inevitabilmente rallentati a causa della crisi di Governo. La commissione mista guidata dal viceministro Carlo Calenda e, poi, l'arrivo dell'ex premier Enrico Letta con una nutrita delegazione di imprese, auspicata a Sochi dal presidente cinese Xi Jinping in persona («Vi aspettiamo a Pechino») non ci saranno. Ma il negoziato sottostante resta apertissimo, allo scopo di incentivare soprattutto nuovi, mirati, arrivi in Cina di aziende del made in Italy specie nei settori della green economy, della sanità, dell'urbanizzazione e dell'agroalimentare, tutti settori nei quali l'Italia vanta competenze riconosciute.

In realtà, la Cina è uno sbocco privilegiato per le imprese italiane anche dal punto di vista commerciale. I dati dell'ultimo trimestre Istat parlano di un incremento del 9,5% sul versante cinese. Dato ripreso ieri da Assocamerestero: negli ultimi due anni la bilancia commerciale italiana ha raggiunto un attivo complessivo di 40,3 miliardi di euro, a testimonianza del contributo positivo dato dalla domanda estera alla crescita del Paese, a fronte della continua flessione della domanda interna per consumi e investimenti. Tra i principali mercati di destinazione, guadagnano terreno aree come il Mercosur (+14,7%), la Cina (+9,5%) e la Russia (+8,2%).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

sperimentato la fine del paradigma della grande impresa (privata) rimpicciolimento grande impresa (private elements su cui imbastito quel rag - in gran parte ancora erano la forza della capacità di riconfigurazione continua del tessuto e medie imprese e componente invisibile in senso di non rilevanti strumenti della ricchezza ordinaria e con l'arbilanci - della ricchezza valore aggiunto (e ma anche cultural identitario) del fer industriale italiano distrutto molte ce capitalismo interno sta rapidamente riorganizzando in valore manifatturiero sempre più difficil agganciati. La mag imprese italiane - l'anch'essa diventata impresa transnazionale scongiurando così fallimento che si p 2004. Adesso, siamo un mondo nuovo (confronti dell'Italia atteggiamento contraddittorio: da intensamente l'altissima gamma come la Fe però per conservare il controllo della qualità l'esclusività della produzione limita il numero di autovetture realizzate (realizzabili) ogni a "strizza" la filiera e componentistica dell'automotive e meccanica strume le case automobilistiche straniere - in parte tedesche - lasciano lasciare, perché di carte) le quote di valore aggiunto che ritengono opportune. Questo purtroppo, succede settori. Quasi mai l'italiane hanno il rapporto diretto con il client Sempre sono specie un medium tech tutt'irrelevante, ma non centrale nei nuovi del capitalismo internazionale da all'Italia una posizione di tranquillità. C'è anche dietro al -0,1% dell' complessivo 2013.

© RIPRODUZIONE RISERVATA