

# Economia

## Vin Service global con la Coca-Cola alla spina

Il giro d'affari dell'azienda di Zanica supera i 12 milioni, per tre quarti realizzati all'estero  
La maggior parte degli impianti sono per la birra. Varato un nuovo distributore per l'acqua

Da quasi trent'anni si chiama Vin Service (l'azienda è partita con gli impianti per il vino alla spina) ma da tempo ormai con il nettare di Bacco ha poco a che fare. È soprattutto la birra, infatti, a far marciare la società. «Va soprattutto chiarito che noi non vendiamo vino», precisano in azienda. Il nome, infatti, può trarre in inganno. Ma la famiglia Guadalupi - fondatrice e titolare dell'impresa - nonostante si possa talvolta equivocare, non è assolutamente intenzionata a cambiare nome. Vin Service è nata e Vin Service resterà. Anzi, proprio nei mesi scorsi, si è fatto il «restyling» al logo dell'impresa: ebbene, il simbolo è cambiato ma il nome è rimasto.

«Abbiamo voluto così, il marchio ormai è noto in tutto il mondo», dicono Daniela e Vittoria Guadalupi, rispettivamente moglie e figlia del fondatore Riccardo (l'altro figlio è Giulio). In azienda, sembra che siano le donne ad impugnare lo scettro. Le femministe sarebbero contente. Sono loro ad occuparsi di pubbliche relazioni. Sono loro a detenere le cariche in seno all'Unione industriali: Daniela è nel direttivo della Piccola industria, presidente locale del comitato Europa e membro del direttivo nazionale di quest'ultimo organismo; Vittoria fa parte della Giunta dell'Unione come rappresentante dei Giovani imprenditori. Ed è Daniela ad occupare in azienda le cariche più importanti (è «Chairman and Ceo», come recita il biglietto da visita, e cioè presidente e amministratore delegato). Vittoria, dal canto suo, è «Marketing & Sales Director», cioè direttore vendite.

Vin Service Dispensing Group dal 1976 si occupa di impianti di spillatura delle bevande. Dapprima a Locate, poi nel '79 a Petosino, quindi nell'86 a Bergamo (in via Spino, nomen omen) e dal '96 nella sede di Zanica. L'idea di avviare l'impresa di spillatura viene a Riccardo Guadalupi, esperto del settore (è stato per diversi anni direttore della Cantina sociale bergamasca e la sua famiglia commerciava in vini in Borgo Palazzo). «Così - racconta Daniela Guadalupi - è nata l'idea di servire il vino alla spina. Abbiamo brevettato il sistema che allora non esisteva in Italia». Dal vino si è in breve passati alla birra (gli impianti di spillatura sono venduti direttamente ai produttori dei grandi marchi come Heineken, Beck's, Carlsberg, Peroni, Stella Artois, Moretti, Corona) e alle bibite (Coca-Cola e Pepsi). Non mancano neppure gli impianti per l'acqua: la Vin Service ne produce da sei anni e proprio nei mesi scorsi è stato varato il nuovo macchinario «Ava», il sistema di spillatura in grado di fornire acqua cristallina a temperatura ambiente o fredda, frizzante o naturale, pronta da bere.

Con la Coca-Cola, poi, Vin Service può vantare un piccolo primato: la «Bubbling glass tower», un impianto di spillatura realizzato in esclusiva e d'intesa con i tecnici della casa madre di Atlanta (se ne producono 2 mila ogni anno) e destinato agli aeroporti e ai cinema multisala di tutto il mondo: la sua caratteristica è che consente di vedere all'esterno, illuminate da una luce e spinte dal basso verso l'alto da una pompetta, le bollicine della bevanda più bevuta nel pianeta. «Siamo anche tra i pochi - dicono madre e figlia - ad utilizzare il gas R-404 che consente un 20% di resa frigorifera in più all'interno degli impianti refrigeranti sottobanco».

La Vin Service, che conta 56 dipendenti, produce ogni anno 40 mila colonne (sono chiamati così i dispenser di bevande), l'80% delle quali è destinato ai produttori di birra. Nonostante sia reduce da un triennio di stagnazione del comparto a causa delle numerose fusioni e aggregazioni fra i grandi produttori di birra, l'azienda bergamasca nel 2004 ha chiuso il bilancio a 12 milioni 260 mila euro con un incremento di circa il 17% rispetto ai 10 milioni 415 mila euro dell'anno precedente. A trainare l'espansione sono state soprattutto le esportazioni, arrivate al 75% del giro d'affari.

«La continua innovazione tecnologica e il design classico italiano sono le chiavi del nostro successo», dicono Daniela e Vittoria Guadalupi che aggiungono: «L'8% del fatturato è destinato alla ricerca, allo sviluppo e alla formazione. Collaboriamo con il Polo tecnologico di Dalmine e con la Facoltà di ingegneria dell'Università di Bergamo. Anche l'Unione industriali ci dà un ottimo apporto». «E, in tempi di delocalizzazione e di invasione di prodotti orientali, va aggiunto che i nostri fornitori (di stampi, elementi in lamiera e parti frigorifere) sono quasi tutti lombardi», aggiunge Vittoria.

Ma i clienti sono soprattutto stranieri. E proprio in questi giorni Vin Service sta organizzando il suo primo «open day»: a Zanica sono attesi 95 ospiti provenienti da tutto il mondo.

Pierluigi Saurgnani



Sopra, la sede della Vin Service a Zanica, dove l'azienda si è trasferita da otto anni. Al centro, la famiglia Guadalupi: Riccardo, Daniela, Vittoria e Giulio. In alto a destra alcuni modelli di dispenser e qui accanto le colonne prodotte per la Coca-Cola, fra cui, prima in alto da destra, la «Bubbling glass tower», impianto realizzato in esclusiva per la casa di Atlanta: ogni anno se ne producono 2 mila pezzi destinati agli aeroporti e ai cinema multisala di tutto il mondo (foto Thomas Magni)



## Calze in bambù e maglioni antimacchia a Pitti Uomo

Prodotti innovativi e ricerche di design distinguono le imprese bergamasche presenti al salone di moda fiorentino



Uno stand di Pitti Immagine Uomo, inaugurato ieri a Firenze

Tradizione artigianale e tecnologia d'avanguardia. E l'accoppiata con cui i produttori bergamaschi di abiti e accessori - nove aziende presenti con 13 marchi - cercano di conquistare i visitatori al salone fiorentino Pitti Immagine Uomo, dedicato all'autunno-inverno 2005-06. Proposte basiche soprattutto su innovative e sofisticate mischie di filati e lavorazioni sartoriali, realizzate in edizione limitata, su misura per un consumatore sempre più esigente e attento a quel che compra.

«Nell'attuale scenario minacciato dall'invasione di vestiario "made in China" la strada vincente è riposizionare il mix di produzione, innalzando al contempo il contenuto di servizio dell'offerta made in Italy» - spiegano alla Perolfi di Bergamo, che conferma il suo ruolo di «specialista dell'intimo maschile» completando la sua collezione con una linea di calze classica, ma innovativa per materiali e design. Realizzate in pregiato filo di Scozia elasticizzato con lycra, «cotone caldo», lana merino ultrafine, le nuove calze Perolfi si distinguono anche per la notevole resistenza all'usura, assicurata da dettagli particolari come il tallone rinforzato ed esteso. Il tutto contraddistinto dalla firma indelebile «P» inserita nella maglia perché - dicono i responsabili dell'azienda - uno specialista ha il dovere di lasciare il segno».

Anche dal Calzificio Bresciani di Spirauno la collezione sfida il sapore del «già visto» con le nuove calze tutte «made in Italy» realizzate in inedite mischie di filato: seta e bambù, seta e vucuña (una pregiata lana andina) o lino e canapa leggera e traspirante. «Siamo arrivati ad avere a magazzino ben 120 tipi diversi - riferisce il vice presidente Massimiliano Bresciani - Ogni anno produciamo 27.000 dozzine di calze e il 90% prende la via dell'estero, esportiamo in oltre 40 Paesi. La nostra filosofia anti-crisi è quella di realizzare prodotti di nicchia, difficili da trovare fuori dai confini nazionali».

Il grande afflusso di compratori infonde ottimismo a Paolo Maffei, titolare della Camiceria Emanuele Maffei di Bergamo, fornitore del Gotha europeo, incluso il principe d'Orange d'Olanda. «Ci sentiamo al riparo dalla concorrenza cinese perché il nostro prodotto fonde sul buon gusto e una solida cultura sartoriale - dice Maffei - Ogni capo è confezionato rigorosamente a mano, con dettagli da vero intenditore come la pettorina interna, i doppi polsi, i bottoni in madreperla, e un accurato servizio su misura». Il nuovo dell'inverno 2006? La camicia in cotone pregiato, impreziosito da piccole armature, a righe colorate sui tradizionali fondi azzurri.

«Quando si muove una potenza come la Cina non c'è mai da stare tranquilli, ma noi ci siamo attrezzati per battere i rivali su qualità e creatività - sottolinea Monica Valoti, responsabile creativa di tre marchi di camiceria che fanno capo al gruppo di famiglia - la Sonrisa, linea di punta prodotta in Val Seriana dalla V&V, la TT, collezione classico-sartoriale realizzata dalla Emme.Ti. Ci ne sono stabilimenti di Pradalunga e la «M.T.C. Riverside», sempre prodotta dalla Emme. Ti.Ci, ma in un'unità delocalizzata in Romania».

«I primi riscontri di Pitti sono stati molto positivi - continua Valoti - prevediamo per il 2005 addirittura un trend in crescita. Le nostre leve di successo sono la rapidità e la flessibilità. Siamo in grado di fornire un prodotto moda con un efficiente servizio alle spalle, riusciamo infatti a riassortire in 24 ore».

Dal Maglificio Dalmine di Bergamo il nuovo è l'introduzione nella loro collezione di una pregiata lana merino trattata in modo da diventare anti macchia e totalmente idrorepellente. Sguazzano con sottile ironia, sempre tra sperimentazione e tradizione, i capi della linea più modaiola «Daniele Grassi: cardigan, dolcevita e sottogiacca in filati nobili come il merino extra fine lavorato con lycra per dare maggior libertà e movimento».

Riproduce una vera e propria frontiera lo stand di Acerbis Republik di Albino, ideato dal direttore creativo Athos Mazzoleni: un nuovo territorio della moda dove campeggiano gli irresistibili giubbini in raso scintillante e i jeans resi unici da particolari lavaggi, con il marchio sempre ben in vista.

Nell'area «Classico Italia» spiccano gli elegantissimi capi in pelle della Salfra di Bergamo. «Sarà di nuovo la stagione del montone con interno bianco, stile anni 70 - rivela Dario Salvi - Ci siamo concentrati su un prodotto molto esclusivo che vendiamo a 200 negozi selezionati in tutto il mondo».

Il giubbotto da aviatore stile Di Caprio nel film «Aviator», ispirato al produttore magnate Howard Hughes, è il capo di punta di Trussardi Jeans, che riedita il denim da ribelle in versione ancor più aggressiva con graffi e lavaggi sperimentali che fanno sembrare il classico cinque tasche simile ad un pantalone da carpentiere della New York anni '50.

Portano infine la firma «Guido Angeloni» le cinture di ultima generazione, in pelle di squalo, razzo, anguilla e cocco, fino alle zampe di gallina. Oggetti del desiderio che le cinture di Devil's, sempre prodotte da I.S.G. Stylistic Group di Curno: le più aggressive mostrano teste di animali selvaggi o sono personalizzate con il segno zodiacale in strass.

Serena Brivio

## Presentato il libro «Inventori d'Italia». L'esperto bergamasco: abbiamo grandi potenzialità, spesso inespresse Granelli: i numeri non ci premiano, ma il Paese può farcela

Il livello di innovazione tecnologica non si misura esclusivamente attraverso dati statistici e l'Italia è un paese dalle grandi capacità inventive. Andrea Granelli, bergamasco di nascita e romano di adozione, docente alla Luiss e alla Sapienza di Roma, nel suo libro «Inventori d'Italia» lascia un messaggio estremamente positivo riguardo le sfide che il nostro Paese è chiamato ad affrontare su scala globale e confuta tutti i numeri che, invece, lo relegano a posizioni marginali dal punto di vista dello sviluppo tecnologico e della qualità della vita.

Il libro è stato presentato nella sede del «Mutuo Soccorso» in via Zamboni

nata a Bergamo, su iniziativa del Centro Culturale Nuovoprogetto. Nel corso del dibattito, moderato da Stefano Cofini, del Centro studi dell'Unione degli industriali di Bergamo, Granelli ha commentato i punti salienti del suo volume. «È vero - ha detto - le statistiche mostrano un'Italia "mutilata" sotto l'aspetto dell'innovazione tecnologica, ma è anche vero che i numeri non vanno considerati in senso assoluto. Non è corretto, ad esempio, misurare il grado di diffusione delle tecnologie attraverso i brevetti. La Ferrari, uno dei maggiori simboli italiani, non ne ha uno, eppure è innegabile l'elevato livello tecnologico. Anche dal punto di

vista economico, secondo i dati, l'Italia non fa bella figura, e tuttavia il nostro è ancora il Paese dove tutti i ricchi del mondo vorrebbero poter vivere».

Questa positività è stata anche evidenziata da Roberto Spagnolo, presidente del Centro Progettonuovo, durante la sua presentazione. «È un libro di cui c'era bisogno - ha detto - perché costruisce consapevolezza e tramite la ricerca storica traccia un universo in cui la capacità inventiva degli italiani ha lasciato il segno». «L'Italia - ha continuato Granelli - è un paese con grandi potenzialità, spesso inespresse. In realtà gli italiani non hanno mai smesso di inventare, la maggior par-

te delle invenzioni, però, non sono mai state stupefacenti, si è trattato di piccole cose, vicine alla realtà quotidiana. Per quanto riguarda il presente, in particolare modo in campo aziendale, manca forse una politica di marketing strategico, ossia il rapportare alla realtà il talento che hanno gli italiani. Occorre essere innovatori, ma anche imprenditori, e quindi capaci di interagire sul mercato». Granelli individua poi nelle potenzialità del territorio del nostro Paese, in particolare modo dal punto di vista storico-culturale, e quindi, del turismo, alcuni dei modelli che possono generare innovazione tecnologica.

Gina Di Meo

### IN BREVE

#### Alimenti, incontro sulla rintracciabilità

L'Associazione artigiani organizza martedì, alle 20,30, nella sede di via Torretta un incontro sull'entrata in vigore dal primo gennaio dell'obbligo di prescrizione di rintracciabilità degli alimenti.

#### Nuovi corsi da Ascom Formazione

Al via le iscrizioni dei nuovi corsi di Ascom Formazione. Riguardano l'apprendimento delle strategie di vendite (25 gennaio-3 marzo), la riscossione dei crediti (24 gennaio-23 febbraio), l'uso di Internet e della posta elettronica (25 gennaio-15 febbraio). All'Accademia del Gusto si terrà il 20 gennaio una lezione sull'abbinamento vino-cioccolato e dal 31 gennaio all'11 febbraio un corso per barman.

#### Obbligazioni Popolare Bergamo

La Banca Popolare di Bergamo ha in emissione un prestito obbligazionario a tasso triennale a tasso fisso in tagli da mille euro fino a un massimo di 50 milioni. Il tasso annuo nominale lordo è del 2,2% (netto 1,925%) per un rendimento annuo effettivo lordo del 2,2121% (netto 1,93426%).