

IN BREVE

Mantova

Crisi Cornelian, positivo il primo incontro al Mise

Primo incontro ieri mattina al Mise tra sindacati e Cornelian nota azienda mantovana di abbigliamento maschile che ha bocciato la produzione. A rischio ci sono 550 posti di lavoro e il sindacato ha ribadito la necessità di immettere denaro 'fresco' per sopperire alla crisi di liquidità temporanea e riprendere subito l'attività. L'azienda si è detta disponibile a ricercare soluzioni d'immediata liquidità

Milano

Treni nuovi: domani il debutto del Donizetti

Debutta domani con una corsa sulla linea Milano Porta Garibaldi-Gallarate-Luino, il nuovo treno Donizetti, primo dei 41 convogli veloci a media capacità acquistati da Regione Lombardia. Da qui ai prossimi 3 anni entreranno in servizio complessivamente 176 treni nuovi, per un investimento regionale di 1,6 miliardi.

Bergamo

Barcella Elettroforniture Cresce e acquisita Ceriani

Barcella Elettroforniture, azienda bergamasca leader in Italia nel campo della distribuzione di materiale elettrico nei settori industriale, residenziale e terziario, per l'illuminazione e per l'automazione industriale, ha acquisito la varesina Ceriani Elettroforniture, con sede a Gerenzano. L'accordo sancisce la nascita di una nuova realtà da 400 dipendenti, 43 filiali e 175 milioni di euro di fatturato.

Milano

I vertici di A2A alla guida del Banco dell'energia

Il Consiglio dei Promotori del Banco dell'energia Onlus ha ufficializzato le nuove cariche: Marco Patuano è stato nominato presidente, Renato Mazzoncin consigliere. Il Banco dell'energia Onlus è un ente senza scopo di lucro, promosso da A2A e dalle Fondazioni Aem e ASM, con l'obiettivo di raccogliere fondi per le famiglie in difficoltà.

Da fabbro a imprenditore di successo

Claudio Galuppini ha creato "Padeball", campo per praticare più sport nel rispetto delle norme anti Covid

di **Daniele Monaco**
CALVISANO (Brescia)

Dal ferro forgiato artigianalmente, ai cancelli e ringhiere industriali, fino ai campi da padel e all'idea di creare un ring di nuova generazione per gli sport privi di contatto, adatti ai tempi del coronavirus: è l'evoluzione di Claudio Galuppini, 54 anni di Calvisano che, partito come fabbro, in 30 anni ha realizzato tre riqualificazioni aziendali. E ora ha inventato il "padeball", campo modulare di reti metalliche, piastre in cemento e tappeto sintetico per partite di padel, volley, calciotennis e badminton per due o quattro partecipanti.

«**Accessibile**, versatile e facile da montare: il padeball avvicina allo sport in modo ludico, moltiplicando le occasioni, dalle feste paesane agli oratori, dal team building aziendale alle famiglie, ottimizzando gli spazi e favorendo la riqualificazione urbana, grazie a una struttura snella che abbatte costi, tempi e burocrazia», spiega Galuppini, noto nell'ambiente come Mister Padel. Nel 2015 infatti ha riconvertito parte della sua Forgiafer, che produce cancelli e inferriate, ai campi da padel, arrivando a realizzare «500 impianti in Italia e all'estero», montati con marchio Italian Padel. Il fatturato, previsto a 6 milioni di euro per il 2020 (di cui 3,5 dal padel), è risalito così dai 2,6 milioni del 2016, il minimo toccato dopo un calo del 65% rispetto ai livelli pre-crisi 2008.



Claudio Galuppini in azienda e (sotto) in un "padeball", i nuovi ring multisport che lui stesso ha ideato e che stanno avendo successo in tutta Europa



“**Il mio impianto è una struttura snella facile da montare che abbatte costi tempi e burocrazia**”

Il campo da padeball non ha le pareti in vetro tipiche del padel, è quattro volte più piccolo di un campo da tennis e ha una base di cemento con un sistema brevettato di platee a incastro. La struttura (60 quintali per 130 metri quadrati) può essere montata senza opere di fondazione in capannoni, piazzali, campeggi, spiagge o giardini: «Gli impianti sportivi - sottolinea l'imprenditore bresciano - potranno moltiplicare gli incassi con gli stessi spazi e i comuni recuperare campetti e piste in disuso». Il costo va dal 9 ai 12mila euro (rispetto ai 22mila del padel), a seconda delle dimensioni: 4 metri per 14, 6x16 e 8x16. La storia imprenditoriale del vulcanico Claudio Galuppini, da un'officina di 100 metri quadrati all'attuale stabilimento di 26mila metri, è raccontata nell'autobiografia «Forgiato dalla vita» (Libere-dizioni).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

FieraMilano prepara l'edizione 2021 della manifestazione sempre più digitale e internazionale

Con TuttoFood l'agroalimentare ripartirà

MILANO

Più che una rivincita su un 2020 sciagurato, è l'evoluzione di un format che funzionava già alla grande ma che a ora vuole migliorare ulteriormente per dinamismo e peso internazionale. Certo, per notarla, bisognerà aspettare fino alla primavera 2021. Ma una cosa è certa: come sempre, ma anche più di sempre, TuttoFood sarà il grande hub dell'agroalimentare in Italia. E se FieraMilano nelle edizioni passate ne aveva fatto l'evento iconico per i settori dell'alimentare, del beverage, del frozen, del delivery e del packaging, l'edizione su cui sta lavorando è destinata a lasciare



il segno nella storia di questo salone, che richiama un grande pubblico (83mila quelli professionali da 143 Paesi, nel 2019) e tantissimi espositori (oltre 3mila i brand presenti lo scorso anno), senza contare buyer, giornalisti, blogger e opinion leader. Un'edizione TuttoFood,

quella dal 17 al 21 maggio 2021, che vede già confermata la presenza di oltre 550 brand e che vedrà FieraMilano dare un sostegno forte alle aziende espositrici, rendendo più agile il loro accesso al credito e la loro partecipazione. Ambizioni dichiarate: rafforzare le relazioni con i più importanti stakeholder del mercato; incrementare il numero di hosted buyer da aree di forte interesse (Singapore, Giappone, Usa, etc.); coinvolgere sempre più blogger, influencer e trend setter; marcare ulteriormente il peso della tecnologia (app, e-commerce, tracciabilità, etc.) in un mondo del food sempre più attento al digitale, al tema della sostenibilità e ai social.

Paolo Galliani

Casa, città, società

Edilizia sociale una situazione desolante

Achille Colombo Clerici*



In Italia c'è una fascia di popolazione, destinata a crescere, che l'alloggio non se lo può pagare né in locazione, né a maggior ragione in acquisto. Vogliamo pensarci, o continuiamo a cularci con suggestivi discorsi di risparmio del suolo, social housing, efficientamento energetico, green economy e via dicendo? Ma, soprattutto, a questa fascia vuole pensarci l'edilizia residenziale pubblica, o dovranno pensarci i privati? L'Italia, rispetto ad altri Paesi europei, è piuttosto indietro. Housing Europe, network delle federazioni europee che si occupano di edilizia popolare, cooperativa e sociale con sede a Bruxelles, ci offre un quadro desolante. Viene stimato che nel nostro Paese solo il 4% del patrimonio residenziale è adibito a edilizia sociale. In Olanda la percentuale è del 30%, in Gran Bretagna del 18%, in Austria del 23%, in Danimarca del 21% mentre in Francia, il Paese più vicino a noi per cultura e abitudini, è del 17%. Solo Spagna, Portogallo e Grecia sono dietro di noi. Le Ater, eredi dei vecchi Istituti per le case popolari, hanno patrimoni abbondantemente sottoutilizzati e un arretrato di migliaia di domande di assegnazione di alloggi da soddisfare. Perché, ora che si prospettano ingenti finanziamenti dall'Unione Europea, non scendono in campo massicciamente diventando autentici motori di "rigenerazione urbana" per concorrere a risolvere i problemi del fabbisogno abitativo e al tempo stesso del rinnovamento urbano? Si deve pensare ad un Piano che, oltre a soddisfare la cronica richiesta di case dalla parte economicamente più debole degli italiani, vada nella direzione della Raccomandazione della Commissione Europea per l'efficienza energetica e il clima, che punta a ridurre l'inquinamento, di cui (secondo la Ue) per il 40% sono responsabili gli edifici più vecchi. In Italia circa 500mila alloggi, la metà di quelli gestiti dalla mano pubblica, è caratterizzata da un alto consumo energetico e versa in condizioni di degrado.

*Presidente Assoedilizia