

IL SIGNORE DELL'ALLUMINIO «LO SVILUPPO AL CENTRO»

Il gruppo Agnelli presidia il 70% del mercato italiano e il 30% in Europa. Tutti i dividendi restano in azienda

di **Severino Salvemini**



Al top

Paolo Agnelli, amministratore delegato del gruppo di famiglia

Bergamo, Italia, Via Fantoni. Siamo nel 1907. L'insegna recita: «Fabbrica di Alluminio Baldassare Agnelli». È da qui che parte la storia del Gruppo Alluminio Agnelli (nessuna parentela con la dinastia di Torino): oggi 160 milioni di fatturato, 350 dipendenti, 13 stabilimenti. Un triangolo geografico tra Lallio, Brescia e la Val Chiavenna, nel profondo nord dove i capannoni si rincorrono. Il giovane Baldassare (una sola erre), apprendista cesellatore orafa, nel 1905 parte per uno stage in Montenegro per affinare la sua arte e imparare nuove tecniche. Là scopre invece un metallo nuovo, l'alluminio, che sarebbe diventato il protagonista dell'industria di famiglia.

La storia dell'impresa viaggia parallela alla storia del Paese, con un unico preciso obiettivo strategico: crescere di dimensione. C'è la prima guerra, poi la seconda e anche la guerra d'Afri-

luogo di ricordi e di storia custodito in parte nell'attuale stabilimento produttivo. Qui si può scorgere uno spremiagrumi fatto per l'Andrea Doria con lo spicchio di limone che viene stritolato tra due mezzelune di metallo ottinato. Oppure la borraccia Agnelli che si scambiano Bartali e Coppi su una salita del Giro d'Italia. O la pentola Quadrifoglio del 1936 per cuocere quattro piatti diversi con lo stesso gas («costo 60 lire - cuoce un pranzo completo per 6 persone su una sola fiamma», si legge nella réclame). Baldassare diventa negli anni tra le

due guerre uno dei più giovani Cavalieri del Regno e mette le premesse per fabbricare, accanto alle pentole, alcuni altri componenti industriali. L'alluminio è ormai una fede; è un must. E nel secondo dopoguerra si apre appunto lo scenario del «non solo pentole» con la produzione e la commercializzazione di tramogge delle caldaie, tubi, componenti per l'automotive e altri manufatti diversificati.

Nascono in pochi anni nuove società che sviluppano nuovi comparti, dando vita al Gruppo Industriale Alluminio Agnelli: le Trafilerie Alexia con

grandi impianti automatizzati che fanno uscire manufatti semilavorati adatti a tutti gli standard europei; L'Alucolor per la finitura e l'ossidazione anodica; l'Alugreen che ricicla i vari rottami metallici recuperati e che consente alle aziende Agnelli di essere indipendenti dalle multinazionali che dispensano l'alluminio; l'Aluproject, per speciali progetti di design.

Oggi, la riconosciuta versatilità dell'alluminio ha permesso il sorpasso (in termini di fatturato) del mondo trafilerie rispetto a quello delle pentole.

1

Milione di pentole

La produzione annuale del gruppo nel settore della cucina

160

Milioni di euro

Il fatturato del gruppo che ha 350 dipendenti e 13 stabilimenti

Ma il gruppo industriale di famiglia non dimentica il suo prodotto di origine e addirittura apre uno show room nella Fifth Avenue di Manhattan dove si insegna agli americani a cucinare nelle casseruole italiane. Ma c'è di più: dà vita ad un nuovo progetto, il ristorante «Bolle», un esercizio ambizioso e raffinato, con un menu gourmet fatto di ricerca e di ricercatezza.

Paolo Agnelli, l'attuale 68enne presidente e il fratello Baldassare, 72enne, rappresentano la terza generazione e sono oggi pronti a passare il bastone del comando ai loro figli (Cristiano e Enrico, di Paolo, e Angelo, di Baldassare). Si tramanda anche il monito di nonno Angelo ai nipoti: «siate sempre uniti, sempre, sempre, sempre uniti». E l'unità familiare viene rispettata anche con la prassi che non si deve mai incassare il dividendo, indirizzando invece la redditività alla crescita nel patrimonio aziendale. A proposito dell'attuale crisi Paolo commenta: «Stiamo vivendo un momento di timida ma crescente ripresa generale, l'equilibrio è precario. E' sufficiente una dichiarazione azzardata, un'accezione negativa della lettura dei numeri della situazione sanitaria e si rischia



Il fondatore pensò al nuovo metallo quando in tempo di guerra tutti gli utensili di ottone e rame furono requisiti per fare proiettili

ca. Obbligatorio nei momenti bellici cedere le pentole per far fondere l'ottone per fabbricare i proiettili e così il rame viene requisito con le pentole prodotte dalle aziende.

L'idea

Come fare con le pignatte delle famiglie? Nasce l'idea di utilizzare l'alluminio, che conduce il calore meglio degli altri metalli, e le case degli italiani si riempiono di casseruole d'alluminio dell'impresa Agnelli. Si affronta la concorrenza puntando sempre più sulla qualità dei prodotti e anche il contraccolpo delle pentole di acciaio inossidabile (sospinte dallo status symbol americano di manufatto simbolo di ricchezza e di agiatezza) viene rintuzzato dal nonno orafa e da suo figlio Angelo, rilanciando ostinatamente l'alluminio. Quello infatti è il metallo nato con la modernità e le sue potenzialità sono tutte da scoprire.

Alcuni prodotti iconici di allora sono oggi visibili al Museo della pentola,



in collaborazione con

L'Economia
del CORRIERE DELLA SERA

A2A. MILANO SOSTENIBILE Tra Bilancio e Futuro

Venerdì 23 ottobre 2020 - ore 10:30
Sala Buzzati - Fondazione Corriere della Sera
diretta online su corriere.it

INTERVERRANNO:

Anna Scavuzzo, *Vice Sindaco di Milano*
Marco Patuano, *Presidente di A2A*
Renato Mazzoncini, *Amministratore Delegato di A2A*

OSPITE:

Solitaire Townsend, *Cofondatrice di Futerra*

SEGUIRÀ TAVOLA ROTONDA:

Milano: motore della transizione verso un futuro sostenibile

MODERA:

Massimo Fracaro, *Responsabile L'Economia del Corriere della Sera*



Ora l'Italia può farcela con un calo del Pil del 9% e non più elevato: noi andiamo avanti senza fermare i progetti di crescita

di fermare il tutto. Noi continuiamo con entusiasmo e passione, senza accantonare progetti di sviluppo. Crediamo che ci sia possibilità di chiudere con un calo del Pil al 9% e non del 10 o 10,5% come previsto da qualcuno».

Il Dna dell'alluminio è il collante che cementa la famiglia; «noi abbiamo passato l'infanzia frequentando lo stabilimento e togliendo il filo dal bordo delle pentole. Chi nasce in fabbrica è fabbrica», racconta ancora Paolo. Il giovane Angelo, creativo di casa, si è inventato anche l'hashtag #nontoccatemilapadella, un movimento che ha addirittura coalizzato un collettivo con i migliori chef del pantheon padellare.

E il successo si celebra a Bergamo con i dati: 1 milione di pentole all'anno; 75% del mercato italiano di fascia alta e del 30% di quello europeo, con il tutto esaurito per chef e aspiranti chef. Visti i risultati non sembra il caso di fare la canonica domanda: chissà cosa di nuovo bolle in pentola?