

AZIENDE. L'azienda di Stallavena chiude il 2016 a quota 8,8 milioni

Albrigi cresce e rilancia «Serve più formazione»

Il fondatore: corsi mirati e progetti con l'università

Stefano Albrigi, fondatore e amministratore unico di Albrigi srl a Stallavena, guarda con preoccupazione al domani dell'azienda e dei suoi tecnici collaboratori. Questo malgrado la crescita di fatturato e il primato mondiale delle sue soluzioni per i contenitori tecnologici in acciaio inox: il 2016 si è chiuso con utile e giro d'affari in salita si passando dai 7,5 milioni del 2015 agli 8,8 milioni (di cui 6 milioni all'estero) dell'anno scorso. Le preoccupazioni sono a livello nazionale a partire dalla burocrazia spesso incongruente e illogica, dai costi del lavoro su cui pesano ingiustificati oneri fiscali e contributivi. Ma c'è anche il reperimento di risorse umane e la formazione, molto carente.

FORMAZIONE. Per questo Albrigi ha intensificato la collaborazione con i Salesiani, ai quali ha donato delle saldatrici, e ha favorito corsi mirati. Collaborazione anche con il mondo universitario e gli enti di ricerca. Albrigi ha commissionato all'università di Verona una ricerca per ridurre gli effetti inquinanti dei suoi impianti durante il processo di lavaggio con l'uso di nanotecnologie che riducono il consumo di acqua e detersivi. I risultati sono attesi in particolare dalle aziende vitivinicole che oggi hanno costi pesanti in chiave energetica. Da questi impegni, quindi, deriva la possibilità di applicare le nuove tecnologie sui sistemi di lavorazione.

Ma il quadro per Stefano Albrigi si fa fosco anche nel pa-



Stefano Albrigi, fondatore e amministratore unico della Albrigi srl

norama mondiale. Perché c'è una continua variazione nelle divise che impedisce di ragionare da una parte sui costi delle materie prime (vedi l'alluminio legato al dollaro) e dall'altra di mantenere la clientela che tende a rivolgersi ad operatori del proprio paese, spiazzata, appunto, dall'incertezza dei cambi di dollaro, sterlina yen, nel rapporto ovviamente con l'euro. Così clienti tradizionali, come francesi, svizzeri, tedeschi, faticano a comprare. Malgrado Albrigi sia l'unico al mondo a proporre 8 differenti sistemi di vinificazione, tutti però atti a valorizzare i processi di fermentazione tradizionale. E malgrado la presenza massiccia di impianti Albrigi per uso alimentare, farmaceutico, cosmetico, oleario oltre che enologico.

L'altra incognita, poi, è data dalla Russia, diventata uno dei migliori clienti. Ma essen-

do alle prese con l'embargo per prodotti strategici è ora impegnata a realizzare in proprio sistemi di produzione per i beni che non può importare. E così il fatturato Albrigi in Russia cresce, ma con l'incertezza sulla durata di questa "manna" dovuta anche a scelte politiche che possono repentaneamente (vedi il caso Fincantieri in Francia) possono cambiare.

Davanti alle incertezze l'unica operazione positiva è quella di investire nel capitale umano. Per questo, fino a tutto il 2018, continuerà il programma di ricerca e di formazione a coprire tutte le funzioni aziendali, compreso lo sviluppo delle nuove tecnologie, con un programma organizzativo lungo tre anni. «Perché il 2020 è vicino», dice l'imprenditore, «e il futuro è tutto da programmare». ● F.R.