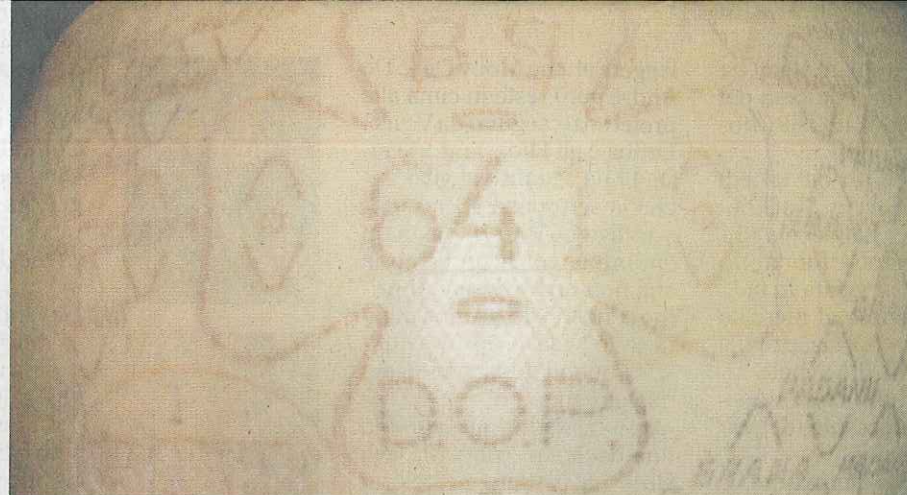


settembre 2011, Duferdofin ha infatti sostenuto una spesa di circa 15 milioni di euro (da aggiungere ai 16 milioni dell'anno precedente) per completare e potenziare i suoi siti produttivi sparsi per l'Italia. Nello specifico, in Duferdofin-Nucor sono stati compiuti investimenti sulle immobilizzazioni materiali (fabbricati, impianti e attrezzature) per circa 7,1 milioni di euro, di cui 6 milioni nel laminatoio di Giammoro (Messina). Nella società controllata Travi e Profilati di Paltanzeno (Verbania) sono stati invece spesi 2,3 milioni per migliorare la produttività del forno e della linea di taglio dei prodotti. Per finire, nel sito di San Zeno della Duferco sono stati effettuati investimenti per 5,3 milioni di euro, la metà dei quali finalizzati alla realizzazione di nuove opere del parco scorie dell'acciaieria in modo da consentire una movimentazione e uno

passato da ,3 milioni a 11 milioni. «Tale risultato - chiarisce Gozzi - è stato ottenuto grazie ad apprezzabili performance tecniche degli impianti ed ai benefici derivanti dalle azioni di contenimento dei costi industriali e generali oltre ad azioni commerciali mirate a privilegiare i prodotti non travi a più elevato valore aggiunto». Il conto economico della Duferdofin sconta però ammortamenti per 24,9 milioni di euro (sostanzialmente giustificati dai costanti investimenti sostenuti dall'azienda) e oneri finanziari per 9,8 milioni. Dal punto di vista finanziario, l'indebitamento verso il sistema bancario è passato da 219 a 268 milioni di euro «per effetto della crescita del fabbisogno di capitale circolante - sottolinea Gozzi - conseguente ai volumi di attività».

Erminio Bisolotti
e.bisolotti@giornaledibrescia.it



Dop/Igp, dalla Regione 1,3 mln per la promozione

MILANO La Regione Lombardia stanZIA 1,3 milioni di euro per promuovere le produzioni a marchio Dop e Igp, i vini a denominazione di origine controllata e i prodotti biologici. Sarà questo l'importo del bando 2012 sulla misura 133 del Programma di Sviluppo Rurale, che finanzia le attività di informazione e promozione dei prodotti agroalimentari di qualità.

A partire dal 1° marzo, giorno di pubblicazione del bando sul Burl, e fino al 12 aprile, i Consorzi di tutela delle produzioni Dop/Igp e dei vini a denominazione Docg e Doc potranno presentare domanda e ottenere il cofinanziamento regionale, fino a un massimo di 100mila euro, per le loro iniziative promozionali.

sulla scena dell'imprenditoria globale come Cina, India, Corea del Sud e Turchia. Gli indiani ad esempio hanno formato un network potente, insegnano a quelli che vengono dopo di loro come si fa a fare business; questo genera informazioni, idee, capitale per avviare gli investimenti nei settori emergenti. L'Italia deve giocare la carta della creatività e della voglia di fare che a noi non manca.

I giovani imprenditori di Brescia insistono da tempo su questi temi, nelle prossime settimane saremo al lavoro per un'edizione speciale di un «Imw Conference» acronimo di «Innovation makes wonders» che vedrà protagonisti, il 13 aprile 2012, giovani imprenditori e ambiziosi «startupper». Sarà una «Davos» delle start up che trasmette il concetto della «Piccola giovane grande impresa» per diffondere la voglia di lavorare duro per diventare imprenditori.

Il momento è giusto, il 2012 potrebbe essere l'anno decisivo, dove imprenditori disposti a correre rischi nella sperimentazione, possono generare quell'inversione di tendenza in grado di fare tornare l'ottimismo.



Sala gremita ieri alla presentazione della M&M Forgings

«M&M Forgings, una sfida a noi stessi»

Ieri la presentazione dell'alleanza tra Forge Monchieri e Forgiatura Mamé

REZZATO Nell'alleanza tra Forge Monchieri e Forgiatura Mamé, che ha dato origine alla M&M Forgings, c'è «un nuovo modello mentale di fare impresa» ha detto ieri a Villa Fenaroli il presidente di Project Group Giovanni Renzi Brivio.

Da un'idea condivisa da due giovani imprenditori che si sono «piaciuti subito», hanno ammesso Gaia Monchieri e Andrea Mamé, è poi iniziata «questa sfida a noi stessi». Che altro non è che una nuova realtà economi-

ca frutto del know how e dell'esperienza delle due maggiori forge bresciane condita da un rapporto di reciprocità e assoluta lealtà tra due famiglie di imprenditori.

Davanti a un folto pubblico di clienti e colleghi, ieri Mamé e Monchieri hanno ufficialmente presentato la loro «alleanza strategica» mostrando - come ha evidenziato il professor Giuliano Noci (prorettore del Polo territoriale cinese, Politecnico di Milano) - l'energia positiva di due

persone che guardano lontano e credono nella loro idea. «I nostri punti di forza - ha spiegato Andrea Mamé - saranno ancora le nostre due aziende: ognuna con la sua storia, ma complementari tra di loro. E questa fusione tirerà fuori il meglio da ognuna di loro». Prima di arrivare a questo risultato, Mamé e Monchieri hanno analizzato al meglio i profili e le conseguenze di una possibile alleanza sia dal punto di vista tecnico sia da quello strutturale. «Entrambi -

ha però svelato Gaia Monchieri - volevamo contraddistinguerci dagli altri e questo ha facilitato le cose». Il piano industriale della M&M guarda al breve periodo. «Abbiamo già costituito due agenzie in America e Cina - ha rivelato Mamé - e presto faremo allo stesso modo in Brasile e Russia. M&M non sarà una scatola vuota ma un vero raccogliitore di eccellenze per le nostre due aziende. E magari, un giorno, una sorta di piccolo Kilometro rosso bresciano».

e. bis.