



ECONOMIA

Milano Unica, Lauretana acqua ufficiale della 38ª edizione

L'acqua più leggera d'Europa, la biellese Lauretana, si conferma l'acqua ufficiale della 38ª edizione di Milano Unica: un incontro tra eccellenza, qualità, innovazione e sostenibilità. Lauretana non è solo un'acqua di straordinaria purezza, ma è anche un sim-

bolo di impegno ambientale che si riflette anche nel packaging, realizzate in Pet 100% riciclabile, riducendo così il proprio impatto sull'ambiente. Lauretana sarà presente a Milano Unica con due punti di ristoro il 30 e 31 gennaio e il 1° febbraio 2024. —



I principali mercati di sbocco dell'export vercellese sono Cina, Francia e Stati Uniti

I dati elaborati dalla Fondazione Edison per conto di Confindustria Novara Vercelli Valsesia registrano un calo del mercato del 2,9%: giù il settore della rubinetteria, resiste l'abbigliamento

Il tessile traina le esportazioni ma il saldo del 2023 è in ribasso

L'ANALISI

L'export della provincia di Vercelli è trainato da tessile e abbigliamento. Nel terzo trimestre 2023, secondo i dati diffusi da Fondazione Edison per conto di Confindustria Novara Vercelli Valsesia, le esportazioni delle due province sono calate nell'insieme del 2,9%, evidenziando dall'inizio dell'anno una dinamica al ribasso (+6,7% nel primo trimestre, +0,3% nel secondo).

Nel Vercellese il settore rubinetteria-valvole ha visto un calo dell'export del 3%; quello nazionale è cresciuto del 4,1%. Nel complesso, i primi nove mesi del 2023 si chiudono con una dinamica dell'export sostanzialmente

piatta in provincia (+0,1%). Si è registrata una flessione del made in Vercelli verso quattro dei dieci principali mercati di destinazione. In ordine di importanza per valore ci sono Germania (-13,1%), Francia (-11,6%), Svizzera (-0,9%) e Ungheria

Il segmento cresce a doppia cifra verso i Paesi orientali, tranne la Cina

(-7,2%). Però crescono le esportazioni verso Usa (+5,6%), Spagna (+6,9%), Paesi Bassi (+4,9%), Regno Unito (+0,1%), Russia (+36,4%) e Arabia Saudita (+4,4%). I principali mercati di sbocco si confermano

Germania e Francia, cui si sono aggiunti gli Stati Uniti in progresso di tre posizioni: verso questi 3 Paesi si dirige il 32,6% dell'export vercellese di settore.

Diversa la situazione delle industrie tessili e dell'abbigliamento. Nel terzo trimestre 2023 le esportazioni di prodotti di questo segmento partiti dalla provincia di Vercelli hanno registrato un incremento pari al 15,6%, quelle italiane sono invece calate del 5,4%. Dati positivi: i primi nove mesi si chiudono con una crescita dell'export del 18,1% a livello provinciale. I principali mercati di destinazione, con le sole eccezioni della Cina (-2,1%) e della Germania (-4%), hanno tenuto. Incrementi dell'export superiori al 40% si sono registrati verso Emirati Arabi Uni-

LA MANIFATTURA

In contrazione il mercato chimico e farmaceutico

Per le esportazioni manifatturiere delle due province, pari a 6,9 miliardi di euro nei primi 9 mesi del 2023, l'incremento rispetto al 2022 è del 0,4%. In continuità con l'Osservatorio precedente, in contrazione gli articoli in gomma e materie plastiche, i prodotti di lavorazione dei minerali non metalliferi (-29,3%), farmaceutici (-17,9%), chimici (-11,7%). —

LA PROROGA DECISA DAL MINISTERO

Riso made in Italy l'etichetta di origine resta obbligatoria

Nuova vittoria per il comparto del riso, che vede il Piemonte prima regione d'Italia per produzione con più del 50% delle superfici totali investite a risaia. Il ministro dell'Agricoltura Francesco Lollobrigida, insieme ai ministri delle Imprese, Adolfo Urso, e della Salute, Orazio Schillaci, ha firmato la proroga dell'etichettatura d'origine fino al 31 dicembre 2024. Il provvedimento, in scadenza il 31 dicembre dell'anno

appena concluso, conferma le disposizioni nazionali in materia di indicazione dell'origine in etichetta di numerosi alimenti che rappresentano il made in Italy, tra cui il grano duro per paste di semola di grano duro, i derivati del pomodoro, le carni suine trasformate, latte e prodotti lattiero caseari. E tra questi c'è anche il riso.

L'obbligo di indicare il luogo di origine del prodotto sulla confezione è una misura che serve a contrastare eventuali tentativi di contraffazione. La presenza di questa importante informazione non è sempre tassativa, ma lo diventa quando la sua omissione potrebbe indurre in errore l'acquirente sull'origine o la provenienza del prodotto. La proroga disposta dai dicasteri vale un anno. «Si tratta di un provvedimento importante - commentano il presidente di Coldiretti Vercelli-Biella, Roberto Guerrini, e il direttore Luciano Salva-



Il Piemonte è la prima regione risicola d'Italia

no dalla confederazione interprovinciale. «Ancora una volta - aggiunge -, come sulla lotta ai cibi artificiali, l'Italia si conferma apripista nelle politiche di tutela della salute». Concludono Guerrini e Salvadori: «Il prolungamento del provvedimento sostiene non solo gli agricoltori, ma anche i cittadini che possono essere sicuri della provenienza dei prodotti che consumano. Questo percorso sta ottenendo l'allineamento dell'Ue, siamo orgogliosi di essere stati i primi a muoverci in questa direzione». R.MAG. —

Il percorso formativo proposto da Città Studi con la storica azienda Leadership e rapporto con i dipendenti nel corso con Vitale Barberis Canonico

LA STORIA

La leadership nei reparti produttivi tessili è il focus del corso che si è concluso all'interno del percorso formativo proposto da Città Studi Biella per il progetto «Academy di filiera», promosso dalla Regione Piemonte. Città Studi, capofila dell'Accademia Piemonte per Tam e Green Jobs, ha progettato un percorso innovativo

in collaborazione con la storica impresa biellese Vitale Barberis Canonico, adattandolo alle necessità presentate dall'azienda al fine di sviluppare le competenze di leadership dei capi reparto per contribuire a migliorare il clima aziendale e la soddisfazione dei dipendenti. In 12 hanno partecipato al percorso formativo di 20 ore.

Una delle mission che ogni azienda dovrebbe portare avanti riguarda la valorizzazione

zione delle persone che ci lavorano e soprattutto del loro benessere, sia individuale che professionale, dato che la maggior parte della vita viene trascorsa in ambito lavorativo. Questo è uno degli aspetti che viene immediatamente colto quando si varca la soglia della Vitale Barberis Canonico dove, da sempre, si privilegia il rapporto ad personam, si promuove la passione per il proprio lavoro, il trasferimento di competenze come mo-



I partecipanti al corso a Città Studi

mento di scambio generazionale proattivo e fattivo, la collaborazione tra soggetti agenti, attraverso quei legami che consolidano amicizie, ricreando un clima di valori, che l'azienda supporta e valorizza.

Le aziende che puntano sulla formazione dei dipendenti - una formazione non direttamente mirata alla tecnologia o alla specificità del lavoro in sé - o che ambiscono al loro benessere non sono molte. Vita-

le Barberis Canonico è una di queste, sempre attenta a risolvere eventuali problematiche personali o sociali al fine di sviluppare un senso di integrazione professionale attraverso la valorizzazione dei talenti e delle risorse. «Attraverso l'intervento formativo, l'azienda si pone l'obiettivo di migliorare le relazioni e la comunicazione con il personale operativo all'interno del reparto filatura di Pratrivero e Pray, sviluppando trasversalmente le capacità degli assistenti di reparto. Ringrazio il collega Fulvio Morello dell'Ufficio personale per aver organizzato e gestito il corso egregiamente», commenta Stefano D'Agostin, responsabile Risorse umane dell'azienda. A.N.A. —