

Imprese & Territori

# Fontana, shopping in India e ricavi verso il miliardo

Meccanica

Rilevata la maggioranza di Right Tight Fasteners, 1.600 addetti e 5 stabilimenti

Giuseppe Fontana: «Scelta strategica in un mercato dalle enormi opportunità»

Luca Orlando

Cinque stabilimenti produttivi, 1600 addetti, una presenza rilevante sul mercato locale attraverso commesse con i colossi dell'auto Tata e Mahindra.

Acquisto "pesante" quello realizzato da Fontana Gruppo, che al termine di una negoziazione avviata quasi un anno fa rileva in India la quota di maggioranza di Right Tight Fasteners, diventando così il secondo player assoluto nel mercato locale dei sistemi di serraggio.

«Una scelta mirata e fortemente voluta - spiega il Ceo Giuseppe Fontana - per posizionarci in modo strategico ottimale all'interno di un paese da quasi un miliardo e mezzo di abitanti e dalle enormi opportunità. Dove i nostri settori di riferimento, cioè auto, agricoltura e costruzioni, sono in forte crescita con tassi importanti, ampiamente a doppia cifra».

Un salto quantico, quello realizzato in India, passando dal singolo sito produttivo posseduto da Fontana Gruppo a sei impianti complessivi, con ricavi che già oggi valgono 100 milioni di euro, circa il 10% di quanto realizzato dall'intero gruppo.

«Rispetto ai nostri clienti attuali praticamente non ci sono sovrapposizioni - spiega Fontana - e prevediamo nei prossimi anni una forte crescita, ampiamente a doppia cifra. La forte presenza di Right Tight Fasteners con i colossi locali dell'auto è certamente un valore

importante. Con questo acquisto, inoltre, pensiamo di arrivare quest'anno per la prima volta a superare la soglia del miliardo di fatturato, livello avvicinato in passato ma mai raggiunto».

Il gruppo, nato nel 1952, ha chiuso il 2024 con ricavi per 850 milioni, realizzando gran parte del proprio business oltreconfine, (l'Italia vale circa il 10% delle vendite) concentrandosi in particolare sui sistemi di serraggio dedicati al settore automotive, area allargata che vale i due terzi del giro d'affari complessivo di Fontana Gruppo.

«Il mercato dell'auto attraverso un momento di difficoltà - spiega l'imprenditore - ma noi prevediamo che dalla seconda

**Il gruppo lombardo diventa così per i sistemi di serraggio il secondo maggiore produttore del paese**

FONTANA GRUPPO

5mila

Addetti totali

L'operazione in India, che aggiunge altri cinque stabilimenti produttivi, porta a quota 21 i siti nel mondo del gruppo, che ora arriva ad occupare oltre 5mila addetti. Il 2024 si è chiuso con ricavi per 850 milioni di euro ma l'acquisizione indiana porta in dote un centinaio di milioni aggiuntivi. Tenendo conto di una ripresa che per Fontana potrà concretizzarsi nella seconda parte dell'anno, il gruppo nel 2025 punta a superare la soglia di un miliardo di euro di fatturato, avvicinata in passato ma mai superata.

parte dell'anno si possa tornare a crescere. Anche in Germania vediamo clienti con alti e bassi, certamente ci sono difficoltà ma al momento non parlerei di crisi profonda. La nostra presenza globale, con la possibilità di intercettare lo sviluppo di diversi mercati, ci consente di guardare con ottimismo al futuro».

Posizionamento diretto anche negli Stati Uniti, con siti produttivi che solo indirettamente potranno subire l'impatto dei dazi varati dall'amministrazione Trump.

«In generale adottiamo una logica di produzione locale, non abbiamo verso gli Usa trasferimenti di prodotti e quindi al momento non vediamo grosse interferenze. Certo, il discorso cambia dal lato degli acquisti, con forniture in arrivo dal Canada, ad esempio l'acciaio, che potranno diventare più care».

Limitate le preoccupazioni anche in relazione all'evoluzione tecnologica del settore, con una presenza di sistemi di serraggio che subisce modifiche non sostanziali nella transizione verso le motorizzazioni elettriche. «L'impatto è minimo, anche se in generale bisogna dire che le modifiche normative in Europa sono state troppo rapide, si è fatto tutto troppo in fretta. La logica della transizione verso la sostenibilità è corretta ma con questo passo temporale c'è il rischio concreto di creare problemi sociali ed economici. Nodi a cui si aggiungono altri ostacoli, guardando ad esempio alla inadeguatezza della rete infrastrutturale di ricarica. Spero quindi che la scadenza del 2035 per l'abbandono dei motori endotermici venga posticipata».

Con l'acquisto del gruppo indiano, che serve clienti nei settori automobilistico, agricolo, industriale ed edile, si allarga ulteriormente il perimetro di Fontana Gruppo, che ora può contare su oltre 5mila persone, impegnate in 21 stabilimenti produttivi in tutto il mondo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**AUTO, SAPA RILEVA MEGATECH**  
Rileva il 100% dell'austriaca Megatech e raddoppia il fatturato a quota 700 milioni. Si tratta di Sapa, società fondata nel 1974 da Angelo

Affinità operativa nel settore della produzione di componenti per l'automotive. La società è specializzata nei processi di lavorazione di polimeri e plastiche e ha brevettato il sistema

One-shot per ottimizzare i processi produttivi. L'obiettivo, data la completezza delle tecnologie rilevanti, è di creare un leader europeo nel settore dello stampaggio a iniezione di plastica



Tra storia e natura. L'antico Borgo Monchiero si trova sulle colline piemontesi

## Dall'Asia al Piemonte: Atmosphere Core investe in un resort nelle Langhe

Ospitalità a 5 stelle

Partnership con la proprietà dell'antico convento di Borgo Monchiero (Cuneo)

Giulia Crivelli

Il 2024 ha sancito nuovi record per il turismo, in ogni sua forma. Ma è stato anche un anno di allarmi, in particolare in alcuni Paesi europei, Italia in primis, legati all'overtourism, che mette a rischio luoghi e città fragili, a partire da Venezia. Il nostro Paese però ha un enorme vantaggio rispetto a quasi ogni altra nazione al mondo: accanto a città d'arte, laghi, isole, montagne e colline, ha un'infinità di angoli e borghi inesplorati, che rappresentano un'opportunità straordinaria per operatori del settore e non solo. Come dimostra l'arrivo in Europa di un colosso dell'ospitalità asiatica, Atmosphere Core, che ha stretto una partnership con due imprenditori italiani, Gian Maria Debenedetti e Franco Giampetruzzi, che si erano innamorati di un'antica struttura di Borgo Monchiero (Cuneo) e l'avevano acquistata. «Lavoriamo insieme da molti anni e abbiamo sviluppato tanti progetti, in particolare nel settore delle energie rinnovabili - spiega quasi all'unisono Debenedetti e Giampetruzzi -. Ma siamo anche esploratori "dilettanti" e amanti dei nostri territori: quando si è presentata l'opportunità di acquistare l'ex monastero nelle Langhe ci è sembrato un sogno. Per realizzarlo però abbiamo cercato chi nel settore avesse esperienza e know-how. Con Atmosphere abbiamo trovato affinità di vedute e condiviso l'entusiasmo per un progetto profondamente italiano, ma che vuole avere un respiro globale».

La struttura è in fase avanzata di ristrutturazione, aprirà al pubblico all'inizio del 2026 e ha già un nome: Borgo Monchiero Heritage by Atmosphere. «Il monastero fu costruito nel 1773 e la ristrutturazione ha richiesto una collaborazione stretta con le sovrintendenze e le istituzioni locali, con le quali abbiamo avuto un dialogo sempre franco e costruttivo - sottolinea i due imprenditori -. È nell'interesse di tutti sviluppare strutture di alta gamma e attrarre turismo, italiano e internazionale, che si avvicini con curiosità, ma anche consapevolezza e rispetto a luoghi così ricchi di storia e bellezze naturali, che offrono allo stesso tempo esperienze enogastronomiche eccezionali».

Situato nel cuore delle Langhe, patrimonio mondiale Unesco e regione famosa per alcuni dei più pregiati vini italiani, tra i quali Barolo e Barbera, Borgo Monchiero sarà una dimora di charme a tre piani in cima a una collina e disporrà di 19 suite e camere dal design

senza tempo (curato da uno studio di Torino) e di una cappella privata, perfetta per celebrare cerimonie nuziali. «Non c'è limite all'immaginazione: chi vorrà potrà "solo" rilassarsi nella natura o utilizzare le spa e assaporare sia cucina regionale sia internazionale - aggiungono Debenedetti e Giampetruzzi -. Ma studieremo anche visite alle cantine o esperienze di vendemmia e persino di... caccia al tartufo! E non dimentichiamo che siamo a un'ora dalla montagna, per chi ama sciare, e più o meno alla stessa distanza dalle coste liguri e da Torino, una città che offre moltissimo dal punto di vista culturale, oltre che dello shopping».

Atmosphere Core gestisce nove resort alle Maldive e ne ha in pipeline altri due, uno alle Maldive e uno in Sri Lanka, che si aggiungono a diciassette hotel e resort in India, tutti destinati ad aprire entro



**GIAN MARIA DEBENEDETTI**  
Proprietario di Borgo Monchiero, insieme a Franco Giampetruzzi



**SALIL PANIGRAHI**  
Managing director del gruppo Atmosphere Core, che si espande dall'Asia al mercato europeo

i prossimi tre anni. «Mentre continuiamo a crescere e a coltivare relazioni con partner globali per favorire un'ulteriore espansione, nell'ultimo anno abbiamo stretto rapporti con diverse aziende europee - spiega Salil Panigrahi, managing director del gruppo Atmosphere Core per commentare l'ingresso nel mercato europeo dell'ospitalità -. In Italia, in particolare, l'azienda leader Bottega aveva già arricchito il nostro esclusivo Wine Program e ora attendiamo con ansia il 2026 e il lancio della nostra prima destinazione in Europa». Atmosphere Core ha in realtà tre marchi di lifestyle distintivi per la sua offerta di ospitalità, The Ozen Collection, Colours of Oblu e Atmosphere Hotels & Resorts, nel quale si inserisce Borgo Monchiero, al quale il gruppo asiatico applica la definizione di Heritage by Atmosphere.

«La collaborazione ci ha aiutati a sviluppare ogni aspetto dell'offerta, dalla ristorazione al benessere - concludono Debenedetti e Giampetruzzi -. Nella sala capitolare sognelevata si potranno organizzare eventi privati, mentre l'area termale comprende una sauna, terapie a infrarossi e una cisterna in pietra restaurata trasformata in una jacuzzi privata. All'esterno c'è un giardino panoramico con piscina, luogo perfetto per immergersi nella bellezza delle Langhe».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Upa: tre mesi per l'accordo con big tech sulle audience

Media

Il confronto con Netflix, Amazon e Youtube entra nella fase più tecnica

Andrea Biondi

Chissà che non sia la volta buona. Almeno questa è la speranza del tavolo di lavoro sulle misurazioni delle audience che, all'interno di Audicom, sta puntando a portare a bordo le grandi piattaforme digitali per la loro integrazione nel sistema di misurazione delle audience digitali. I tempi? «Entro giugno. Siamo al lavoro perché si possa arrivare a una definizione entro questi tre mesi».

Così Marco Travaglia, presidente degli investitori pubblicitari dell'Upa che, incontrando i giornalisti, illustra quella che sarebbe una svolta. E che per ora poggia sull'accordo che su due punti è stato raggiunto, spiega una nota di Upa, «dai rappresentanti della domanda Upa e Una, degli editori, Fedoweb e Fieg, e dalle Platform con cui è in corso attualmente il confronto: Netflix, Amazon e Youtube».

Il primo, spiega il presidente Upa, «è che saranno i Jic (gli organismi con all'interno tutte le componenti del mercato, ndr) a stabilire le regole per misurare in modalità del tutto omogenee e simmetriche le piattaforme del web, e non le piattaforme stesse». L'altro punto riguarda il fatto che «una volta stabilite le modalità ingegneristiche del sistema di rilevazione, ad Audicom dovranno essere forniti dati di fruizione dei contenuti,

**Intesa su vari punti fra cui il fatto che saranno gli organismi di misurazione (Audi) a stabilire le regole**

editoriali e pubblicitari a livello granulare e non aggregato. Questi sono due presupposti chiave».

Ora la parola passa ai tecnici per questo rush finale teso a raggiungere un risultato che, qualora venisse acquisito, rappresenterebbe, come detto, un punto di svolta rispetto a una situazione che ha visto, da ultimo, il "divorzio" di Amazon Prime Video da Dazn (come raccontato in anticipo dal Sole 24 Ore dello scorso 29 gennaio) per il niet alle misurazioni, come da dettami Agcom, delle audience legate alla Serie A. Amazon Prime Video non ha voluto accettare la metodologia utilizzata da Auditel per queste misurazioni, vale a dire l'utilizzo di "Sdk" (software) da ospitare. Quello che emerge dall'incontro voluto da Upa e dal successivo comunicato è che ci sarebbe un'apertura alla modalità alternativa di rilevazione, che è quella del metodo "server to server", sul quale però ad ora manca il placet dell'Agcom. A questo punto occorrerà senz'altro capire quale sarà l'atteggiamento dei broadcaster, da sempre sulle barricate, per la mancanza di un "level playing field" con le piattaforme. «I broadcaster - ha replicato Travaglia - sono al tavolo di lavoro (all'interno di Fedoweb, ndr)». Il menu di punti sui quali lavorare è ricco. «C'è un tavolo di confronto sulla definizione di contatto crossmediale, ovvero sulle modalità di definizione omogenea fra contatto televisivo e contatto digitale», chiarisce il presidente Upa che ricorda anche il lavoro che si sta facendo «per l'adozione del Codice di tracciamento dei singoli video pubblicitari, il cosiddetto Cuv, uno standard condiviso anche dalle concessionarie pubblicitarie Fcp».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

# Albania, cinque progetti di lusso made in Italy lungo la costa

Architettura

Lo studio Luca Dini firma i progetti che richiederanno investimenti per 255 milioni

Dopo aver realizzato il masterplan e l'intero design di Sindalah Island (un progetto urbanistico e turistico esclusivo, che si estende su 840mila metri quadrati nel Mar Rosso), in Arabia Saudita, il designer fiorentino Luca Dini, con il suo studio Luca Dini Design & Architecture, affronta un altro grande progetto a "fronte mare" in cui lo studio mette a frutto le proprie competenze che integrano design nautico, architettura e design urbano.

Si tratta di cinque strutture architettoniche (il cui sviluppo richiederà un investimento stimato di oltre 255 milioni di euro) lungo la costa albanese, dove lo studio sta sviluppando porti turistici e resort esclusivi e ville di lusso, visto il rapido sviluppo anche turistico che caratterizza il Paese da alcuni anni a questa parte. Un'opportunità per uno «sviluppo innovativo e sostenibile», secondo Luca Dini, che con il suo studio ha progettato spazi che si integrano con il paesaggio circostante e valorizzano il tessuto urbano locale. Ogni progetto è pensato come un'opera d'arte, ispirata all'identi-

tà italiana e al Rinascimento fiorentino, creando punti di riferimento che rendono omaggio al patrimonio culturale italiano: la torre Colosseum 339, il complesso residenziale di lusso Tirana Villas, il grattacielo Durres Tower, l'insediamento Pine Residences e l'edificio Skalitur Tower.

Non solo: come già nel progetto di Sindalah, anche in questo caso Luca Dini si fa in qualche modo ambasciatore e promotore del made in Italy, chiamando a collaborare, per la realizzazione del progetto, aziende italiane grandi e affermate, ma anche piccoli brand poco conosciuti ma di grande eccellenza.

«Abbiamo scelto di ampliare il nostro raggio d'azione, includendo l'architettura e la progettazione urbana, oltre allo yacht design - spiega Luca Dini -. Questo approccio distintivo riflette il nostro impegno per la sostenibilità e il profondo rispetto per l'ambiente, assicurando che l'espansione costiera dell'Albania sia esteticamente raffinata ed ecologicamente responsabile».

—R.I.T.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**LUCA DINI**  
Ceo e fondatore dello studio Luca Dini Design & Architecture



Fronte mare. Il grattacielo Durres Tower, 30 piani su una superficie di 4.350 mq