Cooperative e giovani startup la strana alleanza che piace a Google

di **Massimiliano Sciullo**

Anche il mondo della cooperazione guarda al fenomeno delle startup: in cerca di nuove idee, di una carta d'identità che sveli un'età media più bassa e per rispondere non solo a nuove esigenze, ma anche a nuove attenzioni da parte di colossi globali come potrebbe essere Google.

Tutto questo è il bagaglio che porta con sé la seconda edizione di Coopstartup Piemonte, il progetto di Legacoop Piemonte e di Coopfond (il suo fondo mutualistico), con l'obiettivo di promuovere nuove idee imprenditoriali in forma cooperativa. Un paradigma innovativo, insomma, che vede in prima linea anche gli incubatori di Università di Torino e Politecnico (2i3t e I3p), la Fondazione Compagnia di San Paolo, Nova Coop, Inforcoop Ecipa Piemonte e Social Fare.

Da oggi e fino al 31 gennaio sarà possibile prendere parte al bando, rivolto a gruppi di almeno tre persone con un progetto imprenditoriale. Per tutti gli iscritti è previsto un percorso di formazione gratuito sui principi delle startup cooperative, mentre le migliori proposte saranno inserite lungo un percorso di sviluppo del business plan, con la costituzione in impresa cooperativa e un premio da 6mila euro. Altri premi saranno stanziati da Novacoop (mille euro per chi avanzerà la miglior proposta sui temi della sostenibilità ambientale, sociale o economica) e dalla Compagnia di San Paolo: 5mila euro ciascuno per i due progetti che daranno la migliore impressione sui temi sociali, dello spettacolo, dell'informazione e del tempo libero.

▲ **Investimenti** Google e altri colossi stanno riv olgendo l'attenzione al mondo di startup e cooperative

Come spiega Dimitri Buzio, presidente di Legacoop Piemonte, l'obiettivo del bando è «continuare a sostenere le nuove idee imprenditoriali che proprio nella forma cooperativa possono trovare uno strumento giusto che risponda alle loro esigenze. Vogliamo creare un polo di riferimento regionale per l'incubazione e l'accelerazione di nuove imprese cooperative che rappresenti un vettore di crescita del nostro territorio. Collettività e sostenibilità sono temi che hanno assunto un nuovo protagonismo e dove c'è una cooperativa si riduce la disparità sociale così come quella economica».

> Da oggi al 31 gennaio Coopstartup Piemonte: bando, rivolto a gruppi di almeno tre persone con un progetto imprenditoriale

Quella dell'età anagrafica non è la sola chiave di lettura di un'iniziativa che, tuttavia, rappresenta un settore che negli ultimi anni ha fatto molta fatica a conquistare le nuove generazioni. «Comunità, parità di genere e sostenibilità sono, insieme ai giovani, gli aspetti cui puntiamo. Ma al tempo stesso vogliamo comunicare un'immagine delle cooperative che sia migliore di quella attualmente percepita, spesso danneggiata da sedicenti cooperatori che fanno danno al sistema».

Chiavi di lettura che trovano d'accordo anche Piero Ingrosso, direttore dell'area promozione di CoopFond: «Dobbiamo invertire la rotta sulla presenza dei giovani all'interno del settore. E magari diffondere meglio la conoscenza del nostro modello. Da sempre le cooperative rispondono alle necessità delle comunità con cui sono in contatto. E a nuove esigenze bisogna rispondere con nuovi servizi. Magari affiancando una startup emergente a una coop storica del settore».

E su questi temi anche colossi come Google stanno dedicando sguardo e attenzioni: «Puntano su agrifood e imprese sociali – conclude Ingrosso - ma anche a fenomeni come aziende fallite rilevate dagli ex dipendenti (i cosiddetti workers buyout, *ndr*): tutte situazioni in cui la cooperazione è molto presente. Dobbiamo metterci in ascolto e farci trovare pronti».

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Le strategie dell'azienda-simbolo dei panettoni

Dal Giangalup ai biscotti Galup allarga il business "Non più solo Natale e Pasqua"

di **Stefania Aoi**

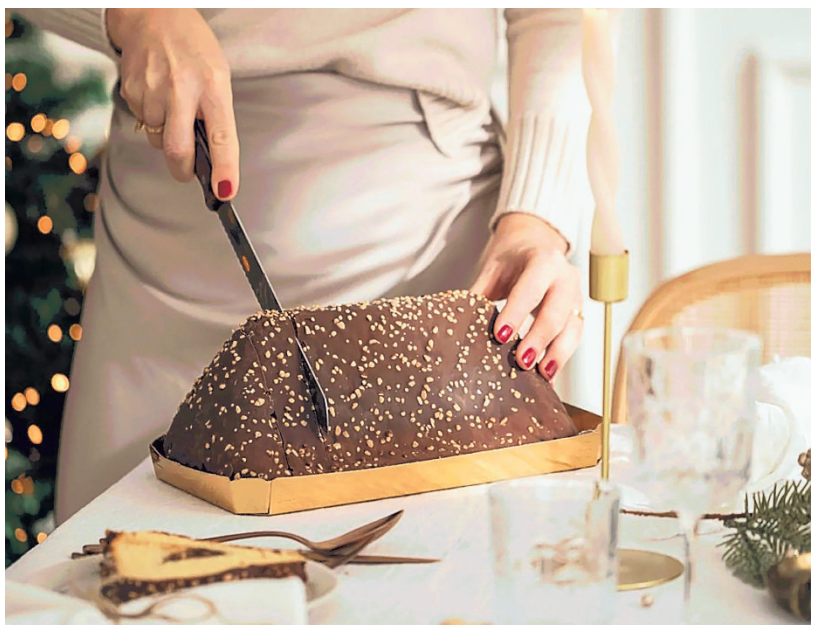
«Uno dei nostri principali obiettivi, adesso, è destagionalizzare le vendite dei prodotti. Oggi realizziamo l'80 per cento del fatturato sotto le feste di Natale e di Pasqua ma in futuro intendiamo vendere di più nel corso di tutto l'anno».

Giuseppe Bernocco, proprietario dello storico marchio di pasticceria piemontese Galup, ha già avviato questo percorso proponendo la Colomba tramutata in "tacchino del Ringraziamento"' per il mercato statunitense durante il Thanksgiving Day, ma anche i cioccolatini e altri dolcetti: e dunque ora, proprio nei giorni in cui a Torino va in scena Cioccolatò, la grande festa del cioccolato, ecco arrivare il Giangalup, ricoperto di extrafondente e granella di nocciola, un dolce dalla forma del gianduiotto buono per ogni occasione. Il nome è in onore del cioccolatino di cacao e nocciola più conosciuto della tradizione piemontese, che ora sta cercando di ottenere il riconoscimento Igp difendendosi da colossi che, all'estero, vorrebbero "correggerlo" con il latte .

> Il primo passo è stato la Colomba tramutata in "tacchino del Ringraziamento"' per il mercato degli Stati Uniti

Il piano industriale dell'azienda dolciaria prevede adesso di proseguire sulla strada tracciata. «Entro la primavera prossima intendiamo sfornare una nuova linea di biscotti da pasticceria con tanto di scatola in latta», annuncia l'imprenditore, che ha ben chiara la ricetta per far crescere un'azienda. La sua storia da ex operaio, figlio di una casalinga e di un muratore, che un passo per volta ha costruito un piccolo impero, parla da sé. Mentre lavorava come tuta blu alle dipendenze altrui, ha messo su una piccola ditta metalmeccanica che negli anni è diventata sempre più grande tanto da avere oggi nella compagine sociale i suoi ex datori di lavoro. «La Tcn group adesso fattura 100 milioni di euro circa e conta 450 dipendenti - ricorda Bernocco - E non controlla solo il marchio di panettoni Galup, ma anche il cioccolato Streglio, la Tcn lavorazioni meccaniche e Vehicle Solutions, solo per citare alcuni brand». E soprattutto continua a investire per espandersi. Solo 10 milioni di euro sono stati impegnati ad Alba dove è stato acquisito l'ex stabilimento Miroglio e al suo posto si sta realizzando il nuovo polo, da 8mila metri quadri coperti, dove verranno radunate le produzioni di alcuni brand Tcn come Streglio e Golosi di Salute che contraddistingue i prodotti da pasticceria. Il grosso della produzione Galup, però, resterà concentrata nello stabilimento storico di Pinerolo.

Intanto l'azienda di panettoni, che rispetto a un anno fa ha mantenuto il fatturato di 14 milioni di euro, ora è concentrata sul Natale. «Gli ordinativi di panettoni e dolci per le feste anche quest'anno sono in linea con quelli dello scorso anno», afferma l'imprenditore. E stabili sono state anche le vendite delle Colombe "travestite da tacchino" che a novembre finiscono sulle tavole degli americani durante il Thanksgiving. «Il risultato che stiamo ottenendo è discreto - spiega Bernocco - tenendo conto che ci vuole tempo perché questo dolce venga conosciuto e apprezzato, dato che non fa parte della cultura Usa». Un'idea, quella del tacchino, che era venuta all'amministratore delegato Stefano Borromeo per ampliare il mercato dopo la Pasqua dando una nuova immagine alla Colomba.



▲ **Maxi gianduiotto** Il "Giangalup" appena lanciato

> *Bernocco, patron del marchio: "Durante le feste facciamo l'80% del fatturato: il nostro primo obiettivo è destagionalizzare"*

Intanto la ricerca di nuove ricette in Galup continua, avvalendosi ormai da anni di un collaboratore come Andrea Tortora, quarta generazione di pasticceri. «I nostri prodotti sono di fascia alta – conclude l'imprenditore – ecco perché dobbiamo sempre mantenere elevati gli standard di qualità».

©RIPRODUZIONE RISERVATA

VkVSIyMjZjc3ZmUzN2MtZDlmNy00OWQ4LTlmMjctMmU3ZTA5ZTJkZTExIyMjZTA4OThiZjAtZjE5MC00OGUzLWFmYzctOTEyOWVkZGJkZTZlIyMjMjAyMy0xMS0wNlQxMDo0ODoxNyMjI1ZFUg==