

La storica Tipografia Apollonio passa alla marchigiana Halley Informatica

La società bresciana farà parte di un gruppo da 600 addetti: «escluso» il negozio di via X Giornate

L'operazione

Egidio Bonomi

BRESCIA. Dopo 183 anni di storia semplicemente intensa, la tipografia bresciana per eccellenza, F. Apollonio & C., passa di mano.

Era stata fondata nel 1847 da Francesco Apollonio, con annesso negozio di cartoleria, dietro palazzo Loggia ed era una delle cinque tipografie allora operanti a Brescia. Nel '900 passerà a Iginio Lenghi al quale succederà il figlio Guido che la ... guida, unitamente a Mario Caprioli, fino ai giorni nostri. L'azienda è

passata alla Halley Informatica di Matelica (Macerata) - forte di 600 dipendenti - che fa capo a Giovanni Ciccolini.

Sotto la lente. Il gruppo ha acquisito tutte le attività eccetto l'altrettanto storico negozio dei portici di Via X Giornate, rimasto agli antichi proprietari. L'operazione è avvenuta col supporto della E.G. Servizi di Franco Pesce. La Tipografia Apollonio (da sempre definita semplicemente così) ha costantemente seguito la strada della specializzazione, dedicata a stampe e forniture particolari per la pubblica amministrazione, al-

Negli ultimi anni gli attuali proprietari Caprioli e Lenghi hanno sviluppato diversi servizi in digitale

la cancelleria per le aziende, a servizi unici per le scuole e per il poligrafico dello Stato.

La storia. Il capostipite Francesco (deceduto nel luglio del 1866) l'aveva aperta in un momento in cui l'economia bresciana sembrava ritrovare nerbo, anche se aveva dovuto subito «vedersela» con le turbolenze dei moti rivoluzionari e delle Dieci Giornate del '49. Dieci anni dopo, l'Apollonio diviene «Tipografia Nazionale». Verso la fine del secolo si aggiorna in tipo-litografia e si dedica soprattutto ai servizi per i Comuni bresciani, città compresa.

Agli inizi del Ventesimo Secolo subentrano i Lenghi, con attività nel Vicolo delle Lucertole. In quel periodo a Brescia si pubblicavano ben tre quotidiani: La Sentinella Bresciana, La Provincia di Brescia e Il Cittadino. I primi due stampati da Apollonio.

Oggi la sede e lo stabilimento si trovano al Villaggio Sereino e la gamma delle proposte



Dall'archivio. Un'immagine della Tipografia Apollonio nel primo Novecento

si allargata a molte decine di prodotti. Una figura di spicco è stata quella del grafico, nonché a lungo direttore, Martino Gerevini al quale si devono i loghi di numerosissime imprese.

Il digitale. In questi anni di tecnologia incalzante, Mario Caprioli e Guido Lenghi hanno sviluppato appropriati servizi digitali, soprattutto per i Comuni nel segno indispensabile di stare al passo con i tempi «urgenti» in scorrimento.

Apollonio ha curato pubblicazioni oggi divenute, oltre che introvabili, icone stori-

co-letterarie di vivida importanza. Una per tutte: «Dal dialetto alla lingua - Libro per gli esercizi di traduzione dal dialetto» ad uso della terza elementare, opera del maestro Pietro Romano, stampato nel 1924, perché l'Italiano degli scolari d'allora (e della maggior parte dei bresciani) era la loro prima lingua... straniera.

Si chiude così un capitolo glorioso della storia tipografica bresciana in omaggio al sempre attuale «panta rhei» (tutto scorre) che obbliga ai cambiamenti. Oggi più che mai. //

Macchine utensili Confermato l'appuntamento con la Bi-Mu

«Avanti decisi con la trentaduesima edizione della Bi-Mu, la fiera di riferimento in Italia per l'industria delle macchine utensili, dei robot e dell'automazione in programma dal 14 al 17 ottobre a fieramilano Rho. Dopo il Dpcm annunciato venerdì, che autorizza l'organizzazione di fiere e congressi a partire dal primo settembre - ha dichiarato il direttore di Ucima-Sistemi per produrre, Alfredo Mariotti, - abbiamo la certezza che la scelta di confermare l'evento nella data stabilita è stata corretta. BI-MU, dal 14 al 17 ottobre a Milano, mostrerà la forza del paese nel settore della macchina utensile». La Bi-Mu vanta più di 250 espositori, non solo italiani, in rappresentanza delle principali tecnologie di settore di interesse per tutto il mondo della manifattura.

L'ispezione Faro della Consob su «modalità» Ubi durante Opas Isp

La Consob verificherà con un'ispezione se Ubi Banca ha ostacolato l'adesione di suoi clienti all'offerta pubblica di scambio di Intesa Sanpaolo (Isp). Lo scorso 26 luglio, l'authority di Borsa ha avviato una verifica ispettiva per accertare le «modalità di concreta attuazione dei presidi» comunicati alla Consob a garanzia della clientela nell'opas come pure «l'eventuale esistenza di pressioni commerciali sulla rete distributiva dirette ad ostacolare l'adesione» all'offerta di Intesa.

Bonera, col digitale recupera il passo dopo il lockdown

Auto

Nel nuovo piano industriale potenziate le piattaforme virtuali Vendite giugno: +36%

BRESCIA. Ci sono due booster che dal primo agosto, dopo l'approvazione del Decreto rilancio, potrebbero dare una spinta al mercato bresciano dell'auto (i primi dati sulle vendite a Brescia li avremo a fine mese) e riportare maggior lavoro anche nell'industria dell'automotive: gli incentivi per le auto euro 6 (benzina, diesel e ibride con prezzo che al netto dell'Iva non superi i 40.000 euro) che prevede 3.500 euro per tutti i modelli fino a diecimila euro per i veicoli elettrici, purché acquistati entro dicembre rottamando auto vecchie di almeno dieci anni altrimenti l'incentivo sarà dimezzato e la liquidità arrivata in molti risparmiatori bresciani da Intesa Sanpaolo con l'ops da poco conclusa su Ubi.

Potrebbero esser queste le

molle per riportare i bilanci dei concessionari se non sui livelli dello scorso anno, almeno sulla parità dopo che marzo, aprile e maggio per il mercato dell'auto sono stati drammatici. Un paragono «cui - spiega Francesco Bonera, che ha presentato il bilancio 2019 del gruppo multi-marca Mercedes, Bmw, Mini, Toyota, Smart e Lexus - contiamo di arrivare a fine anno incoraggiati anche grazie dal nuovo piano industriale proposto dall'amministratore delegato Lorenzo Parigi che ha accentuato la digitalizzazione del network di concessionarie, portando nuovi strumenti di lavoro/dialogo/approccio con la nostra realtà: dai dati delle vendite di giugno, in cui c'è stato un +36%, in luglio ci siamo avvicinati a più dieci (quando la media del mercato nazionale presentava un segno meno), dopo due ottimi mesi di gennaio e febbraio (media nazionale meno nove, noi più trenta), ma dopo cali dell'85% a marzo e del 98% ad aprile».

Nell'ultimo anno investiti due milioni in 4 cantieri Buoni risultati anche dal mondo delle due ruote

«Contiamo ora - aggiunge Francesco Bonera - sugli incentivi e, come ulteriore lubrificante del mercato, anche su quanto Intesa San Paolo riconoscerà in contanti agli azionisti Ubi». Questo il presente e il possibile futuro, il passato sono i conti 2019 di Bonera spa e Bonera Desenzano. Vediamoli. Per Bonera tra Brescia e Desenzano oltre 168 milioni di euro di valore della produzione (erano 173), un fatturato di 161 milioni in calo del 2% e oltre 460 mila euro di profitti con un margine operativo lordo di oltre 1,6 milioni, 8,5 milioni di costi del personale, un patrimonio netto passato da 12,5 a 12,7 milioni e prodotti finiti per 44,8 milioni.

Bonera aveva chiuso il 2019 con una media di 170 dipendenti, scesi per scadenza dei contratti a termine a 152 dopo il lockdown «ed ora - sottolinea Bonera - ritornati a 160 grazie ad un primo pacchetto di assunzioni». Nel 2019 due milioni gli investimenti in 4 cantieri:

per la concessionaria Toyota trasferita nell'ex Bmw di via Breve, per la nuova sede Dinamica di Bmw, per il centro usato Mercedes che è uno dei cinque in Italia e tra i 40 nell'Ue, e per il corner di Motorrad, la divisione moto di Bmw che sono prodotte a Berlino e che per Bonera nei primi sei mesi di quest'anno ne ha portato oltre sessanta nuovi contratti di vendita. //

CAMILLO FACCHINI

Ora Neosperience può «smascherare» i visitatori del web

Il preliminare

Acquisito il 51% della torinese ADChange che analizza i clienti di siti internet e app

BRESCIA. Si rafforza ulteriormente il gruppo Neosperience, quotato su Aim Italia, grazie alla firma di un contratto preliminare per l'acquisto del controllo (51%) di ADChange S.r.l., azien-

da torinese con una consolidata presenza nel settore della Lead Generation. «Questa nuova acquisizione - riporta una nota - consentirà a Neosperience di allargare il proprio mercato e potenziare le proprie solution in modo da offrire alle aziende strumenti sempre più efficaci per individuare nuovi clienti e aumentare le vendite con quelli già attivi».

ADChange è una società costituita a febbraio 2019, con ricavi conseguiti nei primi 12 mesi di attività pari a circa 370 mila eu-

ro, un Ebitda dell'ordine di 90.000 euro e una Posizione finanziaria netta positiva dell'ordine di 100.000 Euro. «Le due aziende - evidenziano da Neosperience - sono unite da una visione condivisa: la tecnologia deve essere al servizio delle aziende per aiutarle a migliorare le performance di marketing e vendite, creando più valore per i loro clienti.

Oggi oltre il 90% delle aziende non sa quasi nulla di chi visita i loro siti web e le loro app. Qui arriva ADChange, capace di offrire alle aziende un modello molto più approfondito ed efficace di analisi dei comportamenti dei loro clienti attuali e potenziali, in grado di predire, grazie all'Intelligenza artificiale e al Machine learning, quali clienti acquisteranno specifici prodotti e servizi e quali ricavi e margini di vendita verranno generati. //

Con Maxe, il manager unisce etica e tecnica per l'innovazione

Il master

BRESCIA. Smae-School of management and advanced education dell'Università degli Studi di Brescia, in collaborazione con Isfor e Csmt, hanno ideato un master dedicato al cambiamento, per imparare la tecnica così da applicarla,

con visione e coscienza etica, al raggiungimento di una condizione nuova, ad un modo nuovo di vivere il mondo del lavoro. «Maxe» è un master che si sviluppa in circa 300 ore di didattica, a cadenza bimensile, nelle giornate di venerdì e sabato, con docenti universitari, professionisti e manager che lavorano a stretto contatto con le aziende.

Una formazione innovativa e concreta, necessaria per formare una figura di nuova generazione, in grado di far interagire robust design con economia circolare, lean tools con welfare e strategia di sostenibilità, intelligenza artificiale con organizzazioni aperte e agili.

Avvio previsto il 16 ottobre secondo una formazione di tipo «blended», aula e online, erogata con modalità altamente innovative ed interattive (simulazioni, esercitazioni in laboratorio, studi di Casi Reali e Project Work). //