

Latterie Inalpi S.p.A.¹

A settembre del 2022 Latterie Inalpi S.p.A. (Inalpi) era un'azienda leader nel settore lattiero-caseario italiano con una forte identità regionale in Piemonte, dove era stata fondata nel 1966. Aveva ottenuto il primato nel suo settore grazie alla creazione di una filiera del latte corta e certificata attuata attraverso le sinergie sviluppate nel corso degli anni con la Compral Latte Cooperative (il suo principale fornitore di latte), il Gruppo Ferrero (il suo principale cliente) e il supporto dell'associazione italiana di agricoltori Coldiretti.

Nell'estate del 2022 Inalpi veniva insignita del premio PMI 2022, un riconoscimento assegnato alle aziende che si distinguono per innovazione, crescita e internazionalizzazione. Il premio era stato ritirato nel corso di una cerimonia tenutasi al Waldorf Astoria Cavalieri di Roma da Matteo Torchio, Responsabile di Marketing e Pubbliche Relazioni di Inalpi. Nel suo intervento Matteo Torchio aveva sottolineato:

"In Latterie Inalpi 12 anni fa abbiamo cambiato le dinamiche di approvvigionamento nel mondo del latte, partendo da una filiera corta per la produzione innovativa di latte in polvere per usi industriali. All'epoca Inalpi aveva un fatturato di poco inferiore ai 20 milioni e abbiamo realizzato un investimento di 35 milioni di euro per creare il primo stabilimento italiano di produzione di latte in polvere. Ora vogliamo raddoppiare la nostra capacità produttiva con un secondo impianto di polverizzazione che sarà operativo entro la fine del 2022, inizio 2023.

Nel 2021 abbiamo registrato un fatturato di 190,1 milioni di euro e stiamo attuando un piano di investimenti per il periodo 2020-2025 di 148 milioni di euro. Gli allevatori sono al centro del nostro progetto ed è per questo che Inalpi ha rivoluzionato il rapporto di acquisto del latte, che non è, né deve essere una speculazione, bensì una giusta remunerazione pagata secondo parametri oggettivi e matematici".

Inalpi, attraverso il Premio PMI 2022, vedeva riconosciuto il proprio impegno come azienda che, facendo propri gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) dell'Agenda 2030 dell'ONU (Allegato 1), intraprendeva un importante percorso di innovazione e crescita,

¹ Caso della Divisione di Investigazione dell'I San Telmo Business School, Spagna. Preparato dal professore Miguel Angel Llano Irusta, per il suo uso in aula, e non come mostra della gestione, adeguata o inadeguata, di una situazione determinata.

Copyright © luglio 2024, Fundación San Telmo. España.

Nessuna parte di questo documento può essere riprodotta, memorizzata e/o trasmessa in qualsiasi forma o con qualsiasi mezzo, elettronico, meccanico, di fotocopiatura, registrazione o altro.

senza dimenticare l'impegno nella tutela dell'ambiente e delle persone, a partire da una filiera basata su rapporti equi e trasparenti che promuovevano una crescita duratura del territorio e favorivano la progettualità di un'intera comunità.

Questo impegno si era concretizzato nella programmazione di iniziative di sostenibilità, come la tutela delle risorse idriche con progetti di recupero e riutilizzo dell'acqua e produzione di energia sostenibile, grazie a impianti moderni a basso impatto ambientale. Un impegno che avrebbe comportato la conversione dell'intero parco macchine aziendale in veicoli ibridi. Nel 2020, l'azienda aveva introdotto nuovi imballaggi completamente compostabili e riciclabili per tutti i suoi prodotti.

L'innovazione, la crescita e l'internazionalizzazione riconosciute dal premio PMI 2022 rappresentavano per Inalpi la sintesi delle tre parole alla base della sua filosofia: Giusti, Buoni e Sicuri, tre garanzie reali, tangibili e concrete per i suoi clienti e consumatori. In merito agli SDGs e alla situazione inflazionistica, Ambrogio Invernizzi, CEO e Presidente di Inalpi, commentava:

"Gli SDGs sono una serie di 17 obiettivi globali concepiti come un progetto per un futuro migliore e più sostenibile per tutti, da raggiungere entro il 2030. A Inalpi lavoriamo ogni giorno con convinzione per contribuire al raggiungimento dei 17 obiettivi, in nome di una triplice sostenibilità: sociale, ambientale ed economica. L'aumento dei costi energetici sta mettendo a rischio la sostenibilità economica delle aziende."

1. L'AZIENDA

Dalle origini nella Valsassina al Piemonte

Inalpi era stata fondata da Egidio Invernizzi nel 1966 a Moretta, in provincia di Cuneo, in Piemonte. 56 anni dopo era diventata un'azienda moderna e dinamica con profonde radici storiche in realtà lontane dal Piemonte, visto che gli avi dell'attuale dirigenza operavano nella Valsassina, una valle delle Alpi lombarde in provincia di Lecco, situata tra le Grigne e le Prealpi bergamasche. Per gli esperti del settore lattiero-caseario, la Valsassina era sinonimo di latte e formaggi di alta qualità. Le grandi famiglie italiane produttrici di formaggio provenivano da questa valle ricca di erbe profumate e rigogliose.

Nel 1800, Antonio Invernizzi aveva avviato una produzione di formaggio e burro di ottima qualità, ottenuti dal latte delle mucche della Valsassina. Egidio, uno dei suoi discendenti, arrivò a Moretta all'inizio degli anni Sessanta come dipendente della Locatelli (un gruppo italiano produttore di salumi e prodotti lattiero-caseari), portando con sé una profonda conoscenza del mestiere, tramandata da generazioni, e una grande professionalità.

Guidato da saldi valori, i due grandi amori che lo avevano accompagnato per tutta la vita erano la famiglia e il lavoro. Le radici storiche di Egidio Invernizzi erano in Valsassina, ma quelle del suo cuore, della sua vita e dell'azienda da lui ideata e fondata erano saldamente radicate a Moretta, dove la compagnia aveva dato frutti buoni e abbondanti. Egidio amava quel territorio, un luogo da cui aveva ricevuto tanto e a cui lui avrebbe potuto dare ancora di più, un territorio in cui si era subito sentito a casa: il bergamino della Valsassina era diventato figlio della terra di Cuneo.

Nel 1966, con un capannone e un furgone, l'azienda di Egidio Invernizzi apriva finalmente le sue porte. I suoi unici punti di forza erano l'esperienza e la grande voglia di fare, accompagnata dall'entusiasmo di un'insolita collaborazione familiare.

Così Egidio, insieme alla moglie Anna, alla sorella di Anna, Wanda, e al cognato Silvano Barattero, davano vita a Inalpi, la cui storia ed evoluzione erano ormai legate al Piemonte e alle famiglie Invernizzi e Barattero. Nel corso degli anni, le due famiglie avrebbero saputo trasformare l'azienda di famiglia in un'industria, senza perdere di vista i valori etici e umani che li avevano sempre guidati.

Il Lascito

Ogni vento soffia a sfavore per una nave il cui capitano non sa dove sta andando. Egidio aveva sempre conosciuto la rotta. Insieme alla moglie Anna, ai cognati Wanda e Silvano, ai figli Ambrogio, Pierantonio, Giovanni e ai nipoti Marco e Mauro, rimasti sempre al suo fianco, aveva tenuto unita la famiglia e l'azienda, ma aveva anche avuto la grande capacità di trasmettere il suo sapere alle generazioni successive, infondendo loro coraggio e consapevolezza, per fare di Inalpi un'azienda internazionale moderna.

Ambrogio Invernizzi era nato nel 1966, lo stesso anno in cui era stata fondata l'azienda. Fin da piccolo, come i suoi fratelli, aveva vissuto la fabbrica ed era cresciuto circondato dal latte, respirandone l'aroma e imparando i segreti della materia prima.

Col passare degli anni Inalpi si era sviluppata fino a diventare una S.p.A. e motivo di orgoglio e sostentamento per questa zona del Piemonte a cavallo tra le province di Torino e Cuneo. Circa 300 allevatori della zona inviavano quotidianamente all'azienda 650 tonnellate di latte, anche nei giorni festivi, che venivano trasformate in burro, panna, fette e triangoli di formaggio, latte in polvere e ottimi formaggi, grazie al lavoro svolto da oltre 1.300 persone direttamente collegate a Inalpi.

I fratelli Invernizzi e Barattero avevano un forte legame con il territorio e si prendevano cura della loro azienda con passione e professionalità. Nel 2022 Inalpi era un'azienda moderna con tecnologie all'avanguardia, ma i rapporti umani erano ancora basati sui valori forti dei suoi fondatori: il rispetto e l'attenzione per gli altri, proprio come in famiglia.

L'attenzione della compagnia si concentrava anche su innumerevoli attività e sponsorizzazioni dedicate a bambini e ragazzi, come i diari scolastici (410.000 copie