



**Il gruppo "Piumatti" sarà protagonista al "Giro d'Italia" non soltanto per passione e per affinità... cromatica. Lo sport della bici, in realtà, è una metafora dello spirito aziendale**

# IN "BRA SERVIZI" SI PEDALA VERSO NUOVI TRAGUARDI

**Claudio Puppone**

**Giuseppe Piumatti con le figlie Sonia e Sabrina (da sinistra) accanto alla mastodontica bicicletta rosa realizzata, con grande abilità e inventiva, come si addice a chi lavora nelle aziende del gruppo "Piumatti", da Giuseppe Gramaglia, vero esperto in performance che non appare eccessivo definire artistiche e che sempre utilizzano solo materiale riciclato. C'è il suo zampino tecnico, infatti, anche nelle simpatiche realizzazioni che addobbano la rotonda all'inizio di via Piumati "adottata" dalla "Bra servizi". Presto l'uovo di Pasqua fatto con oltre 2.000 lattine sarà rimpiazzato da una sorpresa "estiva"...**

**S**u queste colonne il concetto di "pedalare" è già stato associato allo spirito aziendale che aleggia sul gruppo imprenditoriale fondato dal commendator Giuseppe Piumatti a partire dalla "Bra servizi", da lui creata nel 1989, disponendo di un unico camion, di tanto coraggio (lui afferma che fu anche sana incoscienza, ma era soprattutto consapevolezza dei propri mezzi) e... di tanti debiti. In casa Piumatti la bicicletta torna spesso, non solo in veste di metafora per indicare l'affinità con uno sport fra i più duri, ma anche fra i più appaganti e, per questo, amati dal popolo, ma pure come autentico, salutare mezzo di locomozione

oltre che come strumento di impegno agonistico forte e pulito, in barba agli scandali per il doping. Basti dire che nella sede della "Bra servizi", in corso Monviso, è ospitato (e visitabile negli orari d'attività aziendale: basta rivolgersi alla "reception") il grandioso Museo della bici realizzato con certissima dedizione da Luciano Craverio in anni di appassionato collezionismo, facendone uno dei fiori all'occhiello della città della Zizzola. Ma in questi giorni il verbo "pedalare" da quelle parti è più che mai in voga poiché, dopo la "prova generale" costituita dalla presenza promozionale lungo tutta l'ultima tappa in Granda del "Tour de France", nel 2011, la "Bra servizi"

## CASSETTA DELL'ACQUA: QUASI MILLE LITRI AL GIORNO EROGATI

Uno dei denominatori comuni dei progetti "targati Piumatti" è l'inscindibile binomio originalità-successo, tanto più oggi che alla vulcanica genialità del capostipite, il commendator Beppe, si è aggiunta quella delle figlie Sabrina e Sonia. La lista è troppo lunga da citare, ma non si può non pensare, ad esempio, alla "Tritogom" e al suo sistema di recupero dei componenti dei pneumatici usati che, con il senno di poi, è facile definire un "uovo di Colombo". L'ultimo exploit è costituito dalla cassetta dell'acqua di corso Monviso, allestita in collaborazione con "PierH2O", presso la quale ci si può servire, a costi ridottissimi (3 centesimi al litro, 5 per la gasata), di un ottimo "oro blu". Inaugurata da un mese, oggi eroga da 800 a 1.000 litri al giorno!



**Il commendator Piumatti e Franco Graglia, sindaco di Cervere. La "biciclettona" rosa con i colori del Giro e della "Bra servizi" sarà posizionata davanti alla sala stampa allestita nel paese dei porri**

zi", che di certo non passerà inosservata. Ma non è finita. In azienda, seguendo lo spirito dei titolari, piace essere sempre pirotecnici e, quindi, ecco spuntare una sorpresa con i controcilindri, vale a dire una "biciclettona" con il colore del "Giro d'Italia" (cioè pure

## IL SORPRENDENTE "CAP BORA" LASCIA A BOCCA APERTA



Un'altra caratteristica di Giuseppe Piumatti, anzi ormai si può dire della famiglia Piumatti, è costituita dalla continua ricerca dell'innovazione. Crisi o non crisi, in casa "Bra servizi" si è fermamente convinti che... chi si ferma è perduto. E allora non si lesina sugli investimenti, per poter proporre la tecnologia più efficiente e all'avanguardia, la quale consente al gruppo non solo di mantenere, ma

anche di rafforzare la propria leadership su un territorio sempre più vasto. Un paio di settimane fa è stata organizzata una giornata di "porte aperte" per presentare il "Cap Bora", un escavatore a risucchio controllato che ha sorpreso i molti intervenuti, vecchi clienti e potenziali tali (che infatti nei giorni successivi lo sono diventati), per prestazioni, potenza e infinite possibilità applicative.

Proprio come succede ogni giorno all'interno del gruppo "Piumatti". Che nel 2011 si sia registrato un aumento del fatturato del 20%, malgrado i pessimi chiari di luna economici, non è frutto del caso, bensì dell'abnegazione di tutti i dipendenti, i quali hanno di fronte a loro l'esempio del fondatore e delle due figlie, Sabrina e Sonia. A parte le prestazioni saltuarie tuttora garantite ai privati, la "Bra servizi" e le altre aziende del gruppo contano qualcosa come 80.000 aziende clienti, presenti su una fetta sempre più ampia della penisola. Non più solo l'"epicentro" piemontese, ligure e valdostano che ha comunque fatto diventare questa realtà una delle più interessanti e significative del panorama nazionale: i mezzi gialli e fucsia di stanza sotto la Zizzola infatti ormai raggiungono la Lombardia, la Toscana, l'Emilia e il Veneto. E ovunque l'accoglienza è molto positiva, malgrado la concorrenza sia assai accanita. Vuol dire che paga la professionalità del "global service", abbinata alla serietà e alla capacità di offrire prestazioni sempre all'avanguardia dal punto di vista tecnologico. Anche per questo il gruppo "Piu-

matti" attribuisce una valenza fondamentale al fattore umano e pertanto ritiene che il principale investimento sia quello nel personale. Ecco quindi i costanti corsi di aggiornamento per i dipendenti, fra i quali emergono gli incontri formativi per la forza vendita, basati sulle tecniche di convincimento, ma più ancora sul peso preponderante, appunto, del fattore umano e del rapporto interpersonale. Si tratta dello stesso motivo per il quale, pur essendo all'avanguardia dell'uso promozionale del web, in "Bra servizi" si punta molto sulle giornate "a porte aperte" che consentono il contatto diretto e non filtrato, evitando la spersonalizzazione. È la stessa strategia che ha portato alla liaison con il "Giro d'Italia".