

Torchiani, tutto iniziò 90 anni fa con la lisciva

Per questa ricorrenza verranno sostenuti due progetti incentrati su giovani e cultura

L'anniversario

Angela Dessi

BRESCIA. C'era una volta la lisciva, una miscela di sapone e carbonato che veniva preparata trattando con acqua bollente la cenere di legno; si usava per lavare i panni, prima che la lavatrice e i moderni detersivi rivoluzionassero il mercato, oltre che il buon vecchio modo di fare il bucato. C'era una volta, perché da quel lontano 1928 ad oggi di acqua sotto i ponti ne è passata tanta, anche alla Torchiani, che quest'anno festeggia i suoi 90 anni con lo sguardo rivolto al futuro, ma con i piedi ben piantati a terra. Del resto, la capacità di unire pragmatismo e im-

maginazione è sempre stata nel dna aziendale.

Le origini. Prima, quando nella storica sede di via Milano il fondatore Renzo Torchiani e la moglie anticipavano mode (poi molto diffuse) come quella di inserire piccole sorprese dentro le bottiglie di lisciva artigianale, conquistando clienti con una formula di marketing ante litteram.

Poi, quando optò per passare dalla produzione alla commercializzazione dei prodotti chimici, trasformando l'impresa in quella che il presidente Sandro Torchiani ama definire «l'anello di congiunzione tra l'industria e il consumatore finale». E anche oggi, con la determinazione ad aprirsi a nuovi segmenti di business, l'ingrediente alimentare in primis. «È un comparto in cui stiamo iniziando a lavorare con

SOTTO LALENTE

La storia.

La Torchiani nasce nel 1928 in via Milano, a Brescia, per merito di Renzo Torchiani. Allora, nello stabilimento cittadino si produceva la lisciva: una miscela di sapone e carbonato che veniva preparata trattando con acqua bollente la cenere di legno e che veniva utilizzata per lavare i panni.

L'offerta.

Oggi la gamma di prodotti offerta dalla Torchiani si è decisamente ampliata rispetto al 1928 ed è funzionale in diversi settori di attività: dalla chimica alla farmaceutica, dal trattamento delle acque alle lavorazioni meccaniche, dalla cosmetica all'alimentazione.

I conti.

La Torchiani ha chiuso l'ultimo bilancio con un monte vendite di 35,52 milioni, in crescita rispetto ai 32,28 milioni del 2016. Non solo: l'azienda guidata da Sandro ed Elisa Torchiani ha realizzato un Margine operativo lordo di 332mila euro e un utile al netto delle imposte pari a 53mila euro.



La famiglia. Sandro Torchiani con la figlia Elisa

soddisfazione, anche se è ancora marginale - spiega l'a.d. Elisa Torchiani, esponente di quella terza generazione che opera attivamente in azienda -; siamo rispettati per la nostra esperienza e serietà, ed estendere la nostra tradizionale dinamicità di offerta anche al food ci è sembrato quasi naturale, ovviamente con le cautele che il comparto alimentare comporta». Ma la propensione alla cura del ponte tra passato e futuro, che è un po' la cifra

distintiva dell'azienda di via Cacciamali, si nota anche nelle scelte effettuate per celebrare i 90 anni dell'azienda.

I progetti. Non la classica festona con tripudio di invitati e portate, ma il sostegno a due progetti concreti rigorosamente incentrati sul binomio giovani-cultura. Da un alto, il percorso didattico e culturale sviluppato con l'Accademia Santa Giulia intorno all'Albero del Sapere degli artisti e architetti Ste-

van Tesic e Milena Veljkovic: dopo 2 mesi in Hdemia, ora la scultura è stata trasferita all'interno della nuova sede della Little England, altra scuola che chiama in causal l'impegno della famiglia Torchiani. Dall'altro, il concerto speciale organizzato sabato questo nel salone Pietro da Cemmo in occasione della consegna del Premio nazionale Ferdinando Garimberti per quartetto d'archi: ad esibirsi sarà il quartetto di giovani talenti selezionato per il premio, che utilizzerà proprio gli strumenti realizzati dal maestro liutaio Ferdinando Garimberti e donati al Conservatorio dalla famiglia Berlucchi.

«La differenza, sempre e comunque, la fanno le persone, e per noi investire sulle nuove generazioni, così come sulla crescita del territorio in cui nasciamo e operiamo, è assolutamente strategico», dicono Sandro e Elisa Torchiani che su una cosa non hanno dubbi: il successo è un gioco di squadra, oggi come 90 anni fa. I numeri lo confermano: il 2017 si è chiuso in crescita per l'azienda di via Cacciamali, con il fatturato a quota 36 milioni di euro e i dipendenti che hanno superato le 50 unità. //