

VerbanoNews

Le news del Lago Maggiore

Settant'anni di invenzioni: la SPM di Brissago-Valtravaglia, dal palo per le gare di sci agli emblemi delle auto più belle

Stefania Radman · Thursday, May 28th, 2026

C'è un piccolo comune vicino al lago Maggiore, nel nord della provincia di Varese, che ha contribuito a rendere le gare di sci alpino più sicure in tutto il mondo. E' **Brissago Valtravaglia**, e qui ha sede la SPM — acronimo di Sigilli in Plastica e Metallo — fondata nel 1954 dal nonno della famiglia Berutti. A raccontarne la storia, nella puntata di giovedì 28 maggio di Materia d'Impresa, è **Beatrice Berutti**, terza generazione alla guida insieme al fratello Stefano e al padre, ancora attivamente in azienda.

L'invenzione che cambiò lo sci mondiale

Tutto cominciò da un infortunio. Il papà di Beatrice, appassionato di sci fin dall'infanzia, si fece male durante una gara. Il nonno, che all'epoca collaborava con **Oreste Pecedì** — leggendario allenatore della **Valanga Azzurra** — si mise a ragionare su come rendere i pali da slalom meno pericolosi. Il risultato fu uno snodo che permetteva al palo di piegarsi e poi tornare in posizione, evitando l'impatto rigido con gli atleti.

Il prototipo fu testato direttamente da **Ingemar Stenmark**, il più forte sciatore dell'epoca. Oggi, **a settant'anni di distanza, quel principio è ancora lo standard nelle gare internazionali**: un brevetto importantissimo, che però non è l'unico della società.

Tre — anzi quattro — anime in una sola azienda

La SPM è oggi divisa in quattro divisioni che, a prima vista, sembrano non avere nulla in comune: **sport, automotive, fashion** e — nata di recente da un'esigenza interna — **automazione robotica**. Il filo che le tiene insieme è lo stampo: tutti i prodotti, dagli anelli dello snodo ai loghi sulle ruote delle auto, passano per la lavorazione di plastica e metallo.

Per l'**automotive**, SPM produce innanzitutto emblemi, quei particolari che sulla carrozzeria — cofano, ruote, volante — evidenziano il marchio. Poi realizzano componenti aerodinamici: in particolare, gli aereolementi in alluminio e plastica applicati alle ruote delle auto elettriche per migliorarne l'efficienza. I clienti? I grandi marchi dell'automobile, che ovviamente, per contratto, non si possono nominare. Ma si può dire che un pezzo di Brissago-Valtravaglia se ne va in giro per tutto il mondo.

Nel **fashion**, l'azienda realizza sigilli di autenticità e accessori per marchi del lusso, oltre a sistemi di chiusura e sicurezza usati in farmaceutica, logistica e trasporti. Nel settore **sport**, invece, la

visione è ancora più ampia: **SPM non fa solo pali, ma allestisce intere piste**. Reti, cartellonistica, pannelli, materassi di protezione per i piloni, gonfiabili per i traguardi. È **fornitore ufficiale dei Mondiali di sci di Crans-Montana 2027** e di **Narvik 2029**, e ha appena completato l'allestimento di un circuito moto in Brasile, per il GP di Goiania.

Da Londra a Brissago, passando per il cioccolato

Beatrice non è entrata in azienda direttamente dopo gli studi in economia e marketing. Ha trascorso un anno a Milano in Unilever a vendere dentifrici, poi si è trasferita a Londra («pensavo di restare due anni, ne sono rimasta dieci») passando poi al cioccolato, lavorando per Mondelez, il gruppo proprietario di Milka e Cadbury. È tornata in Italia per la famiglia, e solo dopo aver ricevuto altre offerte di lavoro il padre le ha proposto di unirsi all'azienda. Lo stesso percorso ha fatto il fratello Stefano, oggi responsabile della divisione automotive.

«Entrare in azienda non era né un diritto né un dovere», dice Beatrice. Un principio che intende trasmettere anche ai propri figli — e a quelli del fratello — se un giorno dovesse presentarsi una quarta generazione.

Società benefit e responsabilità territoriale

Con oltre trecento dipendenti — pronta a superare la soglia della grande impresa — SPM è di gran lunga il principale datore di lavoro di una zona compressa tra la Svizzera, il lago e Milano. «Ci sentiamo responsabili di trecentocinquanta famiglie», dice Beatrice senza enfasi.

Questa consapevolezza ha portato l'azienda a diventare società benefit, iscrivendo nello statuto l'impegno a generare valore non solo economico: «Nel nostro statuto, oltre all'obiettivo di fare profitto, c'è anche quello di generare benefici per i nostri stakeholder – spiega – i dipendenti, il territorio, le nuove generazioni. In pratica, se tra dieci anni io e mio fratello ci svegliassimo e decidessimo che non ce ne importa più nulla, non lo potremmo fare. Ma del resto abbiamo formalizzato un impegno che la famiglia ha sempre rispettato, anche senza averlo scritto».

Tra le iniziative concrete c'è un micronido aziendale, gestito in convenzione con una cooperativa, che garantisce orari compatibili con i turni di lavoro: «Abbiamo messo a disposizione degli spazi e contribuiamo alla retta, con priorità ai figli dei dipendenti – spiega – È gestito da una cooperativa bravissima, con orari che arrivano dalle sette e mezza alle sei di sera, pensato per chi lavora in turno. Mio figlio c'è andato, quindi parlo anche per esperienza diretta».

La seconda iniziativa importante per il territorio è un corso IFTS in automazione e robotica, promosso insieme ad altre aziende della zona, con l'impegno di assumere i ragazzi in uscita. «Noi ne abbiamo presi tre – racconta Beatrice – Certo, c'è il rischio che li formiamo e vadano a lavorare in Svizzera. Ma dobbiamo prenderci questo rischio, fa parte del nostro tentativo di cercare di sviluppare il territorio».

This entry was posted on Thursday, May 28th, 2026 at 4:23 pm and is filed under [Economia](#). You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can skip to the end and leave a response. Pinging is currently not allowed.

