

FINECO

FINECO

QUOTIDIANO NAZIONALE

QNECONOMIA

Territori, innovazione e lavoro

Lunedì 19 gennaio 2026 - Anno X Numero 446 quotidiano.net/economia mail: economiaeavoro@quotidiano.net

L'azienda guida lo sviluppo di farmaci innovativi e sostenibili

Magnani alle pagine 2 e 3



CAPITANI D'IMPRESA

Le cure del futuro, in Italia Lilly rafforza l'hub fiorentino

INNOVAZIONE

La spinta internazionale
del Gruppo Balsamo
nei transfer di lusso

lelli a pagina 14



NEXT GENERATION

Polpastrelli per robot:
il materiale ultra tech
che semplifica la presa

Principini a pagina 21

FINANZA

La private equity
Koinos Capital
guarda alle pmi

Telara a pagina 29



FINECO

CHANGE IS GOOD.
Scopri di più su finecobank.com

MADE IN LOMBARDIA

Prometeo Stufe insegna
alle nuove generazioni
l'arte della maiolica

Bellagamba a pagina 5

Alessandro Azzoni, fondatore
dell'azienda specializzata
in stufe e caminetti ad
accumulo, rilancia il mestiere
antico grazie al lavoro
di giovani apprendisti

MADE IN TOSCANA

Abiogen Pharma
punta al globale:
nasce Ambros
per la ricerca

Masiero a pagina 6

La nuova società biotech
statunitense ottiene 125
milioni finanziamento
sviluppare il farmaco per
trattare l'algodistrofia

MADE IN EMILIA-ROMAGNA

Co.na.pi tutela le api
«Una cella conservatrice
per preservare il miele»

Costa a pagina 7

Il consorzio di Monterenzio
investe cinque milioni
in un magazzino sostenuto da
energia fotovoltaica e spinge
sulla crescita della filiera
internazionale dell'apicoltura

Innovazione Imprese

LA MOBILITY

ANGEL

CORPORATION

Nel corso del 2025 il Gruppo Balsamo ha consolidato ulteriormente la propria presenza internazionale, registrando risultati in crescita che trovano conferma anche nelle recenti operazioni di rafforzamento strutturale e societario, come l'acquisizione del 100% della statunitense. In foto: Pietro Trapletti, presidente del gruppo. Vicino: parte della flotta durante un evento



Da Bergamo a New York, passando per gli Emirati e la Corea «Puntiamo all'efficienza mantenendo il rapporto umano»

di Marcello Iezzi

Gruppo Balsamo: «Così gestiamo i transfer di lusso per vip e star»

IL GRUPPO Balsamo di Pietro Trapletti si occupa di transfer di persone d'alto livello per aziende, istituzioni, grandi eventi di moda e importanti personaggi della musica, stelle di fama mondiale, ma anche enti diplomatici e governativi. Tutto è iniziato nel 1989, a Casazza, quando il padre fondò una piccola compagnia con l'impiego di qualche mezzo e da allora l'azienda, portata avanti dal figlio Pietro dal 2002, ha registrato una crescita rapida e rilevante, estendendosi da Bergamo a Milano, da New York alla Corea, dal Canada

LA SCHEDA

Il viaggio mondiale con la Amerigo Vespucci

Il Gruppo Balsamo è una realtà indipendente che in pochi anni si è imposta come punto di

riferimento del mobility management. Non un semplice servizio di mobilità, ma un modello che risponde alle esigenze delle più prestigiose delegazioni internazionali, dei grandi brand del luxury, della moda, dell'entertainment e di

una clientela che richiede alti standard. Dalle fashion week a Milano, Parigi, New York, ai grandi eventi musicali, fino al tour mondiale della nave Amerigo Vespucci che ha toccato 30 porti tra i più trafficati del pianeta.

agli Emirati e dall'Australia all'America Latina. Il gruppo oggi dispone della collaborazione di oltre 900 autisti con auto nuove e di lusso, oltre che a collaborazioni sempre più strategiche nell'ambito dei servizi aggiuntivi al core business, come elicotteri, aerei privati, personal assistant concierge services.

Con il suo personale diretto, che va oltre le 90 unità attive fra Bergamo, Milano, Roma, Parigi e New York, è in grado di soddisfare qualunque esigenza del cliente con il massimo del confort. Nel corso del 2025 il gruppo Balsamo ha consolidato ulteriormente la propria presenza internazionale, registrando risultati in crescita che trova conferma anche nelle recenti operazioni di rafforzamento strutturale e societario, come l'acquisizione del 100% della statunitense Mobility Angel Corporation. L'affiliata francese, storicamente centrale per il settore moda e luxury, ha registrato nel 2025 una crescita significativa non solo durante la Paris Fashion Week, ma lungo tutto l'arco dell'anno. Una domanda più stabile, pluristagionale e diversificata, che conferma il riposizionamento della Francia come hub europeo strategico per la clientela fashion & lifestyle. Il 2025, appena concluso, si è confermato un anno di forte espansione anche per la controllata americana. L'operazione, dice il presidente Trapletti, «rafforza la presenza internazionale e la capacità di supportare i clienti ovunque nel mondo, ritenendo tuttavia centrale il mercato statunitense nei segmenti del lusso, della event industry, nonché del turismo di altissima fascia».

Accanto ai settori già consolidati emerge con forza la verticale del mondo della musica. Le principali etichette, tour manager e società di produzione richiedono oggi una copertura capillare sia sulla East Coast che sulla West Coast, con servizi

PIETRO TRAPLETTI, AD DEL GRUPPO BALSAMO

«Il nostro obiettivo è incrementare la capillarità sul territorio, così da generare opportunità locali che dialoghino con il nostro modello globale»

continuativi legati a concerti, tournée, festival e attività promozionali degli artisti: Lady Gaga, Mick Jagger e Madonna sono solo alcune delle pop star che hanno utilizzato i servizi del Gruppo. Prosegue anche la strategia di crescita nel Medio Oriente, area in cui il Gruppo sta chiudendo nuovi accordi di sviluppo commerciale, attivando partnership locali e iniziando a gestire i primi grandi eventi per clienti internazionali. Il tema della sostenibilità diventa negli ultimi anni una leva strutturale della strategia del Gruppo, che integra obiettivi ambientali e sociali in tutte le proprie affiliate.

«Nei prossimi anni — conclude Trapletti — immagino il Gruppo Balsamo come un'organizzazione ancora più efficiente, capace di interpretare i modelli industriali più evoluti senza perdere ciò che ci rende unici: il rapporto umano guida ogni scelta delle persone che ci affidano la loro mobilità. Il nostro obiettivo è incrementare la capillarità sul territorio, così da generare opportunità locali che dialoghino con il nostro modello globale. Una crescita che deve essere sostenibile dal punto di vista organizzativo: un sistema estremamente efficiente, in grado di mantenere marginalità corrette e, allo stesso tempo, garantire ai clienti un servizio altamente competitivo».