



Donne e impresa

Donatella Versace, Roberta Armani, Silvia Venturini Fendi e Camille Miceli: donne che hanno saputo mantenere immutata l'identità di aziende simbolo della moda italiana



Donne e istituzioni

Ritratti di due donne che si sono affermate nelle istituzioni superando lo scetticismo di una larga parte dei media e della classe dirigente del Paese: Giorgia Meloni e Marina Elvira Calderone

VALORE DONNA

Visioni, successi e leadership al femminile

NOMINE PARTECIPATE, UN BILANCIO DI GENERE



Lella Golfo, presidente della Fondazione Marisa Bellisario

Era un suo obiettivo e lo ha raggiunto. «La sfida non è su quante donne siedono in un consiglio di amministrazione, la sfida è su quando avremo il primo amministratore delegato donna di una società partecipata statale», aveva dichiarato il presidente del Consiglio Giorgia Meloni all'inizio della stagione delle nomine delle grandi partecipate dallo Stato. Una partita che, in base al Rapporto CoMar sulle nomine nelle partecipate statali, coinvolge 610 persone, di cui 403 consiglieri e 207 sindaci, di 105 società del Ministero dell'Economia e delle finanze. Una partita importante,

>>> segue a pagina 3



FONDAZIONE BELLISARIO

LOBBY DEL MERITO

Il premio Bellisario, è stato istituito da Lella Golfo nel 1989, da allora ogni anno assegna la Mela d'Oro a quelle donne che si sono distinte nelle diverse aree produttive, del sociale e culturali. Tra le innovazioni più recenti ci sono i riconoscimenti per Pmi e Società quotate che eccellono nell'ambito della parità di genere

IL POTERE DELLA CONDIVISIONE

Da fashion blogger apripista della rivoluzione digitale nel mondo della moda a influencer al vertice di un impero da 20 milioni di euro. Chiara Ferragni, con le sue capacità comunicative e gestionali, ha dato un volto al nuovo mestiere dell'imprenditore digitale



■ Suole all'avanguardia

Dami presenta i primi esperimenti di intelligenza artificiale sui fondi per calzature

■ Logistica al femminile

L'esperienza dell'imprenditrice Betty Schiavoni in un settore prettamente maschile

Quando si parla di imprenditoria digitale il pensiero corre immediatamente a lei, Chiara Ferragni, pioniera dell'influencer marketing, fashion blogger che ha saputo diventare imprenditrice di successo, sfruttando con grande abilità la sua propensione istintiva alla condivisione e all'auto-rappre-



Chiara Ferragni, influencer e imprenditrice digitale

sentazione sui social media. Propedeutica per la comprensione del fenomeno è la visione del documentario Chiara Ferragni: Unposted, diretto da Elisa Amoruso, approdato nel 2019 tra le critiche alla 76esima Mostra del Cinema di Venezia e poi sulla piattaforma Amazon Prime, dopo essere stato nelle sale come evento di tre giorni (rompendo ogni record di

incasso). Il documentario è la celebrazione della Ferragni, pioniera dello storytelling in un mondo dove il digitale ha preso ormai il sopravvento e soprattutto di una Ferragni modello di empowerment femminile a livello globale, impegnata anche sul fronte sociale in molte battaglie (bene-

>>> segue a pagina 18

A photograph of two young girls sitting on a blue pedestal outdoors. The girl on the left is wearing a white dress with a blue floral pattern and a large white ruffled collar. The girl on the right is wearing a blue dress with a white floral pattern and a large blue ruffled collar. Both girls are wearing matching ruffled sandals. They are both smiling and looking at each other. The background is a clear blue sky and a sandy beach.

MONNALLISA



GOLFARELLI EDITORE
INTERNATIONAL GROUP

Colophon

Direttore onorario
Raffaele Costa



Direttore responsabile
Marco Zanzi
direzione@golfarellieditore.it

Redazione
Renata Gualtieri,
Tiziana Achino, Lucrezia Antinori,
Tiziana Bongiovanni,
Eugenia Campo di Costa,
Cinzia Calogero, Anna Di Leo, Alessandro Gallo, Simona Langone, Leonardo Lo Gozzo,
Michelangelo Marazzita,
Marcello Moratti, Michelangelo Podestà,
Silvia Rigotti, Giuseppe Tatarella

Relazioni internazionali
Magdi Jebreal

Hanno collaborato
Fiorella Calò,
Francesca Druidi, Francesco Scopelliti,
Lorenzo Fumagalli, Gaia Santi, Maria Pia Telese

Sede
Tel. 051 228807 - Piazza Cavour 2
40124 - Bologna - www.golfarellieditore.it

Relazioni pubbliche
Via del Pozzetto, 1/5 - Roma

Supplemento di Dossier
Registrazione: Tribunale di Bologna
n. 7578/2005

Nomine partecipate, un bilancio di genere

La concentrazione delle leve gestionali nelle mani degli uomini rimane difficile da intaccare. E non può bastare la nomina di Giuseppina Di Foggia alla guida di Terna, prima ad di una grande partecipata pubblica

Era un suo obiettivo e lo ha raggiunto. «La sfida non è su quante donne siedono in un consiglio di amministrazione, la sfida è su quando avremo il primo amministratore delegato donna di una società partecipata statale», aveva dichiarato il presidente del Consiglio Giorgia Meloni all'inizio della stagione delle nomine delle grandi partecipate dallo Stato. Una partita che, in base al Rapporto CoMar sulle nomine nelle partecipate statali, coinvolge 610 persone, di cui 403 consiglieri e 207 sindaci, di 105 società del Ministero dell'Economia e delle finanze. Una partita importante, considerando che le società per le quali è previsto il rinnovo nel 2023 esprimono un fatturato di 189,9 miliardi di euro (160,6 solo considerando Enel ed Eni), utili per 10,6 miliardi, con 288.146 dipendenti (187.702 solo tra Poste Italiane ed Enel). La promessa di Giorgia Meloni è stata mantenuta. Il governo ha scelto Giuseppina Di Foggia alla guida di Terna e il 9 maggio il nuovo consiglio di amministrazione l'ha nominata all'unanimità amministratore delegato e direttore generale della società italiana operatrice delle reti di trasmissione dell'energia elettrica. Romana, classe 1969, Giuseppina Di Foggia viene dal mondo delle telecomunicazioni. Laureata in Ingegneria



Lella Golfo, giornalista e imprenditrice, fondatrice e presidente della Fondazione Marisa Bellisario

elettronica all'Università di Roma La Sapienza con master in "Professional Program Management" negli Stati Uniti, da aprile 2020 fino alla nomina è stata amministratore delegato e vice presidente di Nokia Italia.

LELLA GOLFO: «UN POTERE NON ANCORA PIENAMENTE CONTENIBILE»
«Non un bilancio esaltante per la parità». È il



Il piano di successione

Uno strumento di particolare efficacia con il cui il cda può chiedere al nuovo ceo di turno di farsi carico della formazione di una figura femminile da inserire a pieno titolo nella lista dei suoi potenziali successori

disilluso commento al quadro delle nomine delle big partecipate di Lella Golfo, giornalista e imprenditrice, fondatrice e presidente della Fondazione Marisa Bellisario, da cui deriva l'omonimo premio assegnato alle donne che si sono distinte nei diversi settori. Nel valzer delle nomine, si "perdono" due presidenti, Lucia Calvosa all'Eni (in favore di Giuseppe Zafarana) e Patrizia Grieco (Mps), mentre Poste conferma una presidente donna, Silvia Rovere, al posto di Maria Bianca Farina. Anche l'Enav sostituisce alla presidenza Francesca Isgrò con Alessandra Bruni. Lella Golfo rileva come Enel, Eni, Poste e Leonardo rispettino sostanzialmente la parità di genere nel cda; il risultato non è comunque soddisfacente. «Dovremmo festeggiare la prima ad dopo quasi mezzo secolo? Sì se non fossimo ambiziose. Il punto è che anno dopo anno- e ne sono passati quasi dodici- appare evidente come senza il salvagente della mia legge sulle quote di genere le donne sarebbero ancora al palo», scrive Lella Golfo nel blog della Fondazione Marisa Bellisario. Ricordiamo, infatti, che l'allora deputata Lella Golfo firmò con Alessia Mosca la legge n. 120/2011 sulle quote di genere nei consigli di amministrazione. Una norma che ha permesso all'Italia di compiere significativi miglioramenti nella direzione dell'uguaglianza di genere, facendo scuola anche in Europa. «La concentrazione delle leve gestionali rimane saldamente in mano maschile», asserisce Lella Golfo. Se la politica non ha dato il segnale sperato, la situazione ai vertici aziendali non è migliore. All'interno di un campione costituito dalle 50 principali società quotate, rappresentative di vari settori di business, la presenza femminile nei cda supera il 41 per cento, mentre nei comitati esecutivi si ferma al 13,7 per cento. Inoltre, su un centinaio di top manager, nessuna ricopre la posizione di ceo. Nonostante alcuni esempi virtuosi, l'allargamento della presenza delle donne nelle posizioni manageriali resta ancora una chimera. Da sempre si auspica un necessario cambio culturale, ma occorre accelerare sul piano pratico e dare un boost significativo alle carriere femminili. Come fa notare Lella Golfo, uno strumento di particolare efficacia è rappresentato dal piano di successione, con il cui il cda può chiedere al nuovo ceo di turno di farsi carico della formazione di una figura femminile da inserire a pieno titolo nella lista dei suoi potenziali successori. • **Francesca Druidi**

L'Ue e le sfide internazionali

Il presidente del Consiglio italiano sembra aver scongiurato il rischio di isolamento in Europa e a livello internazionale, superando lo scetticismo dei media. Resta la complessa discussione con l'Ue sul Pnrr. Giorgia Meloni punta sul cambiamento di paradigma in Africa

Sul fronte interno il Governo Meloni ha abbracciato con il Def una politica economica nel segno della prudenza. Il debito pubblico riduce lo spazio di manovra e molte delle promesse elettorali devono attendere. Rassicura la crescita del Pil del Paese nel primo trimestre, anche se l'inflazione resta elevata. Il presidente del Consiglio più che sul presidenzialismo ora se la dovrà vedere con piano della ricostruzione in Emilia Romagna, flagellata da alluvioni e frane. Ma come scrive su L'Espresso Carlo Tecce: Giorgia Meloni «ha capito che per riuscire a governare in Italia deve essere più forte nell'Unione europea».

ROMA-BRUXELLES, LE MATERIE IN DISCUSSIONE

Tra i dossier più critici in sede europea c'è quello sull'immigrazione. «Noi abbiamo chiuso l'era in cui l'Italia taceva: rivendichiamo il nostro ruolo attivo e chiediamo che anche gli altri stati costruiscano con noi una nuova politica migratoria europea. È nell'interesse di tutti», spiega il premier nella densa intervista a Il Foglio del 21 aprile scorso, ponendo sul tavolo il «Piano Mattei» per l'Africa: «un modello di cooperazione non «predatorio» che dia la possibilità alle nazioni africane di cogliere con il nostro aiuto le grandi opportunità che derivano dalle loro risorse». Il piano dovrebbe fare dell'Italia il nuovo hub di distribuzione di energia dal Nord Africa al cuore dell'Unione europea, liberando il nostro Paese dalla dipendenza russa, a partire dagli accordi per le forniture di metano che l'Italia ha già stipulato. Il Piano Mattei sarà presentato a ottobre in occasione del summit intergovernativo Italia-Africa, come annunciato da Giorgia Meloni durante la visita ad Addis-Abeba. Il nodo più critico da sciogliere tra Italia e Ue si chiama Pnrr. «Il Pnrr soffre degli stessi problemi di altri strumenti concepiti prima del cambio dello scenario geopolitico. Siamo in un'economia di inflazione alta, rialzo dei tassi e guerra, non più di emergenza post pandemia. Il Pnrr ha problemi di costi delle opere - aumentati a causa del rialzo dei prezzi dei materiali da costruzione, non solo dell'energia - e ha un approccio ideologico di cui risente una certa transizione green calata dall'alto che ha bisogno di una correzione di rotta: difetta di pragmatismo e per calarlo nella realtà italiana servono determinazione e calma, velocità e ponderazione», ha dichiarato Giorgia Meloni sempre a Il Foglio, indicando come la priorità sia quella di non perdere soldi.

«L'abbiamo ereditato, ci impegneremo al massimo per gli italiani», promette il presidente del Consiglio. La tensione però resta alta, di fronte ai crescenti rischi di ritardi nella messa a terra del piano. Mentre i lavori di valutazione della Commissione europea sulla terza rata dell'esborso all'Italia per finanziare il Pnrr sono ancora in corso (19 miliardi per gli obiettivi di fine 2022), il ministro per gli Affari europei Raffaele Fitto impone una necessaria accelerazione al processo di modifica. «Siamo al corrente del fatto che il governo italiano vuole rivedere il piano di ripresa e di resilienza - ha detto Veerle Nuyts, portavoce della Commissione europea per gli Affari economici e finanziari - ma non abbiamo ancora ricevuto una richiesta formale di revisione». L'Ue invita, inoltre, l'Italia a «non abbassare l'ambizione» del piano nazionale di ripresa e resilienza. Altri fronti aperti sono poi il Mes e la riforma del Patto di stabilità. La Commissione, dopo una lunga fase di consultazione, ha presentato la propria proposta che ora dovrà essere negoziata con gli Stati membri. In questo scenario si stagliano all'orizzonte le elezioni europee 2024, in previsione delle quali il presidente del Consiglio già da tempo lavora per costruire l'intesa tra Ppe e Conservatori: «un'alleanza che metterebbe fine all'ac-

Il presidente del Consiglio Giorgia Meloni



Il «Piano Mattei» per l'Africa
«Un modello di cooperazione non «predatorio» che dia la possibilità alle nazioni africane di cogliere con il nostro aiuto le grandi opportunità che derivano dalle loro risorse»



cordo ventennale con il gruppo del Partito socialista e darebbe vita a nuovi equilibri nell'Europarlamento. Per Giorgia Meloni sarebbe un'occasione straordinaria per maturare e fare il salto politico vero da partito di minoranza e di opposizione a partito di governo e delle istituzioni», ha commentato a ItaliaOggi Giulio Sapelli.

CREDIBILITÀ INTERNAZIONALE

Non è mancata qualche critica a Giorgia Meloni e al suo Esecutivo. Pensiamo all'attacco di Madrid al decreto Lavoro e del ministro francese Darmanin sulla questione migranti. Attacchi dettati più che altro da logiche interne e dalle strategie politiche in vista proprio delle elezioni europee. Più estemporaneo il commento del primo ministro canadese Trudeau sulle politiche Lgbtq+ del governo. Il presidente del Consiglio più dirsi soddisfatta dell'endorsement in questi mesi delle più importanti testate giornalistiche internazionali (Economist, Times e Le Figaro), ultima delle quali è stato il quotidiano francese Le Figaro. Nell'articolo L'Italia di Giorgia Meloni o Fratelli d'Europa, Nicolas Baverez scrive:

«Se è troppo presto per esprimere un giudizio definitivo, è evidente però che Meloni ha smentito gli oracoli che annunciavano il suo inevitabile fallimento». E ancora: «Lungi dall'essere emarginata nell'Unione europea o nella Nato, ha assunto il ruolo e confermato le responsabilità dell'Italia». Il giornalista sottolinea come il premier abbia saputo valorizzare il suo status di prima donna presidente del Consiglio, sfruttando la debolezza e le divisioni delle opposizioni. «Lungi dal rompere con l'Unione e con le democrazie occidentali, l'Italia di Meloni si presenta come uno dei suoi pilastri...Il principale merito consiste nell'aver accettato la realtà per cui l'Italia - incapace di curare i propri mali - non può salvarsi che attraverso l'Europa e nell'aver adattato di conseguenza il suo discorso e le sue azioni». Positivo è anche il bilancio del primo G7 di Meloni, che ha incassato l'attenzione degli altri leader su temi cari al premier come immigrazione e Piano Mattei, con bilaterali fruttuosi tra cui quelli con il presidente francese Macron, il premier britannico Sunak e il primo ministro giapponese Fumio Kishida. «Il prossimo anno toccherà all'Italia ospitare il G7, e lo faremo in Puglia, Regione simbolo dell'incontro tra Occidente e Oriente. È una grande responsabilità per l'Italia, ma saremo all'altezza del compito», ha concluso il presidente del Consiglio che dovrà presto prendere un'importante decisione sul rinnovamento, o meno, dell'accordo «Via della seta», il memorandum di intesa tra Roma e Pechino sottoscritto nel 2019 che scadrà il prossimo anno. • **Leonardo Testi**

«Non c'è alcun aumento della precarietà»

Un profilo tecnico, ma vicino alla politica. Marina Elvira Calderone è stata fortemente voluta dal presidente del Consiglio Giorgia Meloni alla guida del ministero del Lavoro e delle Politiche sociali. Oggi difende il decreto Lavoro dalle polemiche

Dalla guida dei consulenti del lavoro alla politica. Sarda, classe 1965, Marina Elvira Calderone è arrivata alla guida del ministero di via Veneto dopo un impegno trentennale nel mondo delle libere professioni. Laureata in Economia aziendale internazionale con successiva specializzazione in relazioni industriali, nel 1994 si iscrive all'Ordine territoriale dei consulenti del lavoro, iniziando una lunga carriera all'interno dell'associazione di categoria. Dal 2005 sino all'incarico governativo, infatti, è al vertice del Consiglio nazionale dell'Ordine dei consulenti del lavoro e promuove il Festival del lavoro, l'evento annuale e itinerante dei consulenti dove la partecipazione politica è sempre più trasversale. Dal 2009 è anche al vertice del Comitato unitario permanente degli ordini e dei collegi professionali (Cup). Diversi gli incarichi ricoperti negli anni. Cercata dall'allora presidente del Consiglio Matteo Renzi, Marina Calderone è, dal 2014 al 2020, componente del Cda di Finmeccanica, oggi Leonardo. Durante il governo Conte I si fa il suo nome per la presidenza dell'Inps, prima che l'incarico vada a Pasquale Tridico. Professionista conosciuta per il suo pragmatismo, apprezzata per le sue capacità organizzative e relazionali, Marina Elvira Calderone è sostenitrice della flessibilità contrattuale e del Jobs Act, contraria al salario minimo e promotrice dell'equo compenso per rafforzare la tutela dei professionisti. La Legge dell'equo compenso approvata ad aprile, con cui si riconosce ai professionisti il diritto a una remunerazione adeguata alla qualità e alla quantità del lavoro svolto, è definita dal ministro «una norma di civiltà». Fin dall'inizio del suo mandato, il ministro è contestato per l'intreccio di interessi che riguardano lei e il marito Rosario De Luca, avvocato e consulente del lavoro. Appena è stato chiaro che Marina Elvira Calderone sarebbe diventata ministro del Lavoro, De Luca, componente del Cda dell'Inps, rinuncia all'incarico «non per motivi di incompatibilità, o di altri impedimenti legali, ma perché in questo momento ritiene di lasciare spazio all'impegno di altri». Diventa subito dopo il nuovo presidente del Consiglio nazionale dell'Ordine dei consulenti del lavoro, ereditando il ruolo della moglie entrata in politica. La ministra finisce nuovamente al centro delle polemiche dopo che, secondo Il Fatto quotidiano, il marito avrebbe associato una Srl alla Fondazione Studi, la no profit costituita nel 2001 dal Consiglio nazionale dell'Ordine dei consulenti del la-



avoro, per eludere le regole sui licenziamenti. «Le illazioni formulate nei tanti articoli pubblicati da Il Fatto Quotidiano, suffragate soltanto da affermazioni anonime, sono fermamente respinte dalla Fondazione Studi consulenti del lavoro», è la risposta agli attacchi del quotidiano.

DECRETO LAVORO: «FAMIGLIE E IMPRESE TORNANO PROTAGONISTE DEL



Con il decreto Lavoro

Più attenzione alla salute e alla sicurezza di studenti e docenti, dentro gli ambienti scolastici così come durante la frequenza dei percorsi di alternanza scuola-lavoro

MONDO DEL LAVORO»

Oggi Marina Elvira Calderone è al centro della scena per il decreto Lavoro. Approvato dall'Esecutivo il primo maggio, ha ricevuto molte critiche, persino dalla ministra spagnola del Lavoro Yolanda Diaz, per alcune misure come lo smantellamento del reddito di cittadinanza e il superamento del decreto Dignità in merito alle causali per il rinnovo dei contratti a tempo determinato. Ospite di Non Stop News di Rtl 102.5, il ministro ha difeso il provvedimento dall'accusa di aumentare la precarietà del mondo del lavoro. «Si tratta di un'operazione di razionalizzazione delle causali contenute nel decreto Dignità. Nel decreto c'è una forte responsabilizzazione delle parti sociali, che dovranno individuare le causali che portano alla proroga di un contratto dopo 12 mesi. Va sottolineato che stiamo parlando di una condizione che interessa solo il 2,5 per cento dei contratti, in quanto la maggior parte dei contratti a termine dura meno del 12 mesi». Uscendo dal Cdm del primo maggio, Marina Elvira Calderone ha detto: «Credo sia un intervento di ampio respiro che dia risposte su tanti fronti e che, soprattutto, delinei un percorso che deve consentirci di

accompagnare chi, in questo momento, ha bisogno di lavorare ma anche voglia di lavorare». Con le misure messe in campo, rivendica Marina Elvira Calderone, il governo ha posto l'accento su «politiche attive, semplificazioni, tutela e sicurezza del lavoro», lavorando per rendere strutturale anche il taglio del cuneo fiscale. «Tante misure che mostrano la visione e la strategia più inclusiva che il mondo del lavoro deve avere». Più attenzione, dunque, alla salute e alla sicurezza di studenti e docenti, dentro gli ambienti scolastici così come durante la frequenza dei percorsi di alternanza scuola-lavoro. Il provvedimento introduce un Fondo per l'indennizzo dei familiari degli studenti vittime di infortuni in occasione delle attività formative e durante i percorsi per le competenze trasversali e per l'orientamento (Pcto). Sono dieci i milioni di euro a disposizione per il 2023 e due milioni di euro l'anno a partire dal 2024. L'obiettivo del governo è quello di risolvere il preoccupante mismatch tra domanda e offerta che caratterizza il mercato del lavoro italiano, rendendolo più dinamico. «Lo Stato non fornisce il lavoro, ma strumenti per rendere i lavoratori maggiormente occupabili», ha aggiunto Calderone a Non Stop News riferendosi al nuovo «Supporto per la formazione e il lavoro» che, insieme all'assegno di inclusione, sostituisce il reddito di cittadinanza. Ulteriore direttrice è il sostegno all'occupazione stabile dei giovani. Nel decreto ci sono, infatti, incentivi per assumere giovani inoccupati che non abbiano compiuto il trentunesimo anno di età e che siano registrati al Programma operativo nazionale Iniziativa occupazione giovani.

• **Leonardo Testi**

Marina Elvira Calderone,
ministro del Lavoro e delle Politiche sociali



La timoniera che piace al premier

Dalla divisione di una multinazionale da 300 milioni di euro l'anno a una "big five" che ne fattura quasi dieci volte tanto. È il balzo di carriera che attende Giuseppina Di Foggia, fortemente sponsorizzata da Giorgia Meloni alla guida di Terna

Guidare la transizione green del nostro Paese e garantirne la sicurezza energetica, alla testa del primo operatore indipendente d'Europa per rete elettrica servita. A questa avvincente sfida sarà chiamata nei prossimi tre anni Giuseppina Di Foggia, che dallo scorso 9 maggio ha assunto ufficialmente l'incarico di amministratore delegato e direttore generale di Terna, la società controllata dal Ministero dell'Economia che gestisce la distribuzione dell'energia elettrica italiana attraverso Cassa Depositi e Prestiti. Una nomina fortemente sponsorizzata dal premier Giorgia Meloni che, alla vigilia della festa dell'8 marzo, aveva lanciato la promessa di affidare a una donna il timone di una "big five" statale e che nel giro di neppure due mesi si è incarnata nella silhouette della 53enne manager romana. La seconda a salire in sella a una partecipata 42 anni dopo Marisa Bellisario che aveva rotto il ghiaccio con Italtel, ma la prima in assoluto a farlo in una partecipata quotata in Borsa.

ATTENZIONE PRIORITARIA

AI GIOVANI E A DISCIPLINE STEM

Ingegnera elettronica con laurea conseguita all'Università La Sapienza di Roma e perfezionata attraverso un master in Professional program management presso lo Stevens Institute del New Jersey, Giuseppina Di Foggia detta "Giusy" ha sempre lavorato nel settore delle telecomunicazioni. Facendosi le ossa con progetti finanziati dall'Unione Europea per la pianificazione e l'implementazione della rete radiomobile di terza generazione ed esordendo in azienda nel 1998 quando fa il suo ingresso in Lucent Technologies, divenuta Alcatel-Lucent a partire dal 2006, occupandosi di ricerca e



Giuseppina Di Foggia

La seconda a salire in sella a una partecipata 42 anni dopo Marisa Bellisario che aveva rotto il ghiaccio con Italtel, ma la prima in assoluto a farlo in una partecipata quotata in Borsa

sviluppo prima di essere nominata direttrice dell'area tecnica. Dieci anni più tardi il colosso franco-americano viene acquisito dalla finlandese Nokia, alle prese proprio in quegli anni con una ricalibratura del proprio raggio di business dal ramo dei cellulari a quello delle infrastrutture per le telecomunicazioni. Ed è in questa frangente che la carriera della Di Foggia conosce un primo importante giro di vite, che avviene con la nomina a capo dello sviluppo business per

l'Europa sud-orientale e poi, dall'aprile 2020, ad amministratrice delegata e vicepresidente di Nokia Italia. Questi anni di vertiginosa ascesa professionale, durante i quali la manager capitolina qualifica il suo operato per l'attenzione prioritaria riposta nella promozione dei giovani, nella digitalizzazione e nella diffusione delle discipline Stem, coincidono anche con l'assegnazione di una serie di prestigiosi incarichi collaterali tutt'ora ricoperti. Tra i più eminenti, quelli di membro dell'advisory board investitori esteri di Confindustria, membro del consiglio direttivo di Assolombarda, membro del consiglio generale di Anitec-Assinform, membro del cda del centro di ricerca Cefriel, membro del board of directors della Luiss, nonché presidente del Gruppo Gpi, che opera per la trasformazione tecnologica e sostenibile della sanità.

VIAGGI E MUSICA LE PASSIONI, DAL 2021 CAVALIERE DEL LAVORO

E dopo aver superato brillantemente tutti gli esami sostenuti finora, convincendo anche la rivista Forbes a inserirla nella lista delle 100 donne più influenti d'Italia, adesso per Giuseppina Di Foggia arriva la prova di maturità. Uno snodo cruciale di carriera che dall'amministrare la divisione italiana di una

multinazionale con un fatturato annuo sui 300 milioni di euro e 1.300 dipendenti, la porterà a capo di una fra le più strategiche aziende del Paese, che a Piazza Affari capitalizza circa 16 miliardi di euro, con ricavi vicini ai 3 miliardi e oltre 5 mila dipendenti. Ma le nuove avventure non sembrano affatto spaventare la neo ad di Terna, che anzi nei viaggi custodisce una delle sue passioni più genuine. «Il viaggio è per me una parte essenziale della vita, sinonimo di libertà, di crescita, di curiosità, di esperienza», ha ammesso in passato Giuseppina Di Foggia - che nella sua nuova destinazione professionale non porterà solo un'eccellenza curriculare decorata nel 2021 con il titolo di cavaliere del lavoro conferitole dal presidente della Repubblica Sergio Mattarella, ma anche il suo stile di leadership originale e con tutte le prerogative dell'essere donna. Che ieri significava nutrirsi di moda e di musica inseguendo il sogno, confessato qualche mese fa in un'intervista, di «diventare una cantante come Whitney Houston»: mentre oggi (da moglie e madre di due figli) significa concentrare gli sforzi per incoraggiare e premiare le nuove generazioni, abbattere definitivamente i pregiudizi legati al gender, usando il merito e il talento come metro di valutazione nei processi selettivi dei collaboratori. Una linea di condotta che sicuramente non esiterà ad applicare in Terna, dove Di Foggia si troverà in prima battuta a dare attuazione al Piano di sviluppo elaborato dal precedente management, che prevede investimenti per 21 miliardi di euro tra potenziamento delle reti elettriche e decarbonizzazione.

• **Giacomo Govoni**

Giuseppina Di Foggia, amministratore delegato e direttore generale di Terna



Una sensibilità tutta sabauda

Forgiata dalle donne imprenditrici di casa e dall'eccellenza accademica piemontese, Silvia Rovere assume la presidenza di Poste Italiane subentrando a un altro volto femminile. Florido anche il suo legame con il mondo accademico

Di buona durezza e tenacità, resistente alle sollecitazioni esterne e agli urti in generale. Giocando con la semantica del suo cognome, il destino di Silvia Rovere, in procinto di raccogliere il testimone da Maria Bianca Farina alla presidenza di Poste Italiane, sembra scritto già all'anagrafe. Indicata lo scorso 12 aprile dal Ministero dell'economia e delle finanze nell'ambito delle nomine per le partecipate statali, l'imprenditrice piemontese è l'unico volto femminile - assieme a quello di Giuseppina Di Foggia che entra in Terna in veste di ceo - a insediarsi ai vertici di una "big five" nostrana. Portando in dote al primo provider di distribuzione di servizi postali e logistici in Italia una tempra dirigenziale forgiata sul campo, ispirata da mentori eccellenti della regione sabauda come Domenico Siniscalco, Elsa Fornero e Gian Maria Gros-Pietro.

DETERMINAZIONE E SPIRITO D'IMPRESA NEL DNA DI FAMIGLIA

Ed educata alla cultura del fare già in tenera età dall'atmosfera laboriosa e dinamica che si respirava nella sua Caraglio, piccolo e orgoglioso comune della provincia di Cuneo che ospita il filatoio più antico del Vecchio Continente, definito oltretutto «il più insigne monumento storico-culturale di archeologia industriale in Piemonte» negli anni Novanta dal Consiglio europeo. «Anche a casa - rivela la neo numero uno di Poste Italiane - ero contornata da donne che hanno sempre lavorato, avevano una pasticceria e una gastronomia. Da mia nonna in avanti sono state tutte imprenditrici, da cui ho appreso dei valori intrinsecamente legati al lavoro e alla mia terra, un posto bellissimo e fondamentale per me». Altri valori come la

determinazione e lo spirito competitivo Silvia li eredita invece dal padre alpinista e dalla madre atleta, coltivandoli a sua volta nello sci e nel tennis, entrambi praticati a livello agonistico. Conseguita la maturità classica e laureata con lode a Torino alla Facoltà di economia (preferita a medicina e architettura per la varietà di materie, dalla statistica alle scienze sociali), Silvia Rovere inizia a calare a terra il suo eccellente curriculum formativo a 26 anni come financial analyst, per poi spaziare nei settori degli investimenti finanziari, del risparmio gestito e soprattutto della finanza immobiliare. Dal 2003 al 2005 indossa i panni di chief financial officer di Patrimonio dello Stato (Mef), con responsabilità sul programma dei fondi immobiliari pubblici e sugli strumenti di valorizzazione e privatizzazione del patrimonio dello Stato. In seguito Silvia Rovere si sposta a Londra in qualità di head of business development del gruppo Aedes, mentre dal 2009 al 2013 è direttore generale di Ream sgr, dove porta a termine con successo prima la fase di turn around e successivamente il piano triennale di crescita.

LA FINANZA ETICA E SOSTENIBILE TRA I SUOI CHIODI FISSI

L'ascesa incessante della nuova leader di Poste Italiane prosegue l'anno successivo con la nomina ad amministratore delegato di Morgan Stanley sgr, divisione del colosso finanziario americano specializzata nella costituzione e gestione di fondi chiusi immobiliari dove Silvia Rovere resta in sella fino al 2020, contribuendo allo sviluppo della finanza socialmente responsabile. Un'autentica specialità della casa, dal momento che in precedenza aveva già costituito e gestito due dei primi fondi di social housing in Italia. Mostrando una vocazione



In Poste Italiane

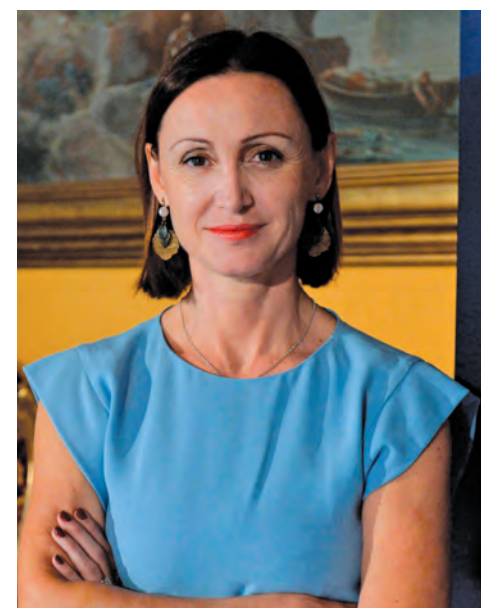
La nuova presidente si occuperà anche della supervisione sulle attività di audit e di curare i rapporti con organi istituzionali e autorità, d'intesa con l'amministratore delegato

fuori dal comune per questo modello di business etico che nel 2020 culmina nella fondazione di Sensible Capital, una società di consulenza per investimenti nel settore immobiliare, con uno specifico focus sugli Esg, ovvero i tre fattori centrali nella misurazione della sostenibilità di un investimento. Silvia Rovere figura inoltre tra i fellow member della Royal Institution of Chartered Surveyors, è membro del comitato esecutivo dell'Urban Land Institute Italia e del comitato direttivo di Fondazione Res Pubblica, uno dei più autorevoli think tank italiani. Nel frattempo, accanto all'attività professionale Silvia Rovere coltiva un rapporto con il mondo accademico che negli anni la vede impegnata in attività di ricerca e didattiche per il Dipartimento di economia politica e il Dipartimento di diritto commerciale della stessa facoltà torinese, per il Centro L. Einaudi sempre nel capoluogo piemontese e nell'ambito del master di finanza immobiliare per la scuola di direzione aziendale dell'Università Luigi Bocconi di Milano. Venendo agli anni più recenti, Silvia Rovere è membro del Consiglio di amministrazione di Ispis e, dal 2017, ricopre il ruolo di presidente di Confindustria Assoimmobiliare, dove in veste di advisor segue anche l'operazione di spostamento

della sede nei pressi della stazione Tiburtina in Roma. In Poste invece, la nuova presidente madre di due figlie e moglie di Andrea Munari, presidente di Bnl gruppo Bnp Paribas, si occuperà anche della supervisione sulle attività di audit e di curare i rapporti con organi istituzionali e autorità, d'intesa con l'amministratore delegato.

• **Gaetano Gemiti**

Silvia Rovere, presidente di Poste Italiane



Casa dolce casa

Peonia Real Estate è una realtà flessibile e accogliente, che accompagna i clienti nel momento in cui si accingono a fare il grande passo di vendere e acquistare un immobile

“Le case sono fatte per viverci, non per essere guardate” scrisse Francis Bacon. È innegabile però che ci sia stato un cambiamento nelle abitudini abitative e l'ambiente domestico è diventato un luogo da riconfigurare per rispecchiare le mutate esigenze. La casa è uno spazio in cui possiamo essere veramente noi stessi nel bene e nel male. Durante il lockdown la nostra abitazione ha acquisito un'ulteriore dimensione, diventando per molti anche il luogo in cui si lavora. «Proprio in quel periodo ho avuto l'idea di fondare la mia agenzia immobiliare», spiega Alessandra Sacchetti, titolare di Peonia Real Estate - e poco dopo ho aperto Peonia per proporre un concept innovativo, accogliente, tutto al femminile che esprimesse nelle relazioni con i clienti il mio amore per la casa. Siamo tutte donne, spesso davanti a una tazza di tè parliamo di progetti ma anche delle nostre vite, e tra una chiacchiera e l'altra, nascono tante idee. Siamo un gruppo di professioniste animate dalla stessa voglia di fare bene il proprio lavoro e soprattutto di farlo in armonia con i nostri clienti».

Chi è Alessandra Sacchetti?

«Sono una donna piena di entusiasmo e passione per tutto quello che faccio. Da buona meridionale ho un'indole positiva, solare plasmata dalla concretezza e dalla grinta che ho ereditato dalla mia città di adozione, Milano. Il rispetto e la



Il punto di forza di Peonia Real Estate È la creazione di valore e la gestione accurata, snella, puntuale e diretta dei clienti e delle loro specifiche esigenze e dei loro sogni

correttezza sono i valori su cui fondo la mia professione, valori che a volte trovano poco riscontro nel settore immobiliare. A differenza di quello che accade in altre realtà, cerco di creare un rapporto umano con i miei clienti, senza cavalcare l'onda della avidità, cercando di costruire tutto sulla fiducia. Nel 2021 ho fondato Peonia Real Estate, che è il risultato della mia passione per l'architettura, gli spazi abitativi, il design e del mio desiderio di creare una dimensione professionale declinata tutta al femminile. Fin da bambina disegnavo le case, le arredavo con i mobili che trovavo nelle riviste e che ritagliavo con infinita pazienza».

Peonia è un nome chiaramente evocativo, perché questa scelta?

«Considerata la regina di tutti i fiori, la peonia risale a circa 2000 anni fa. Per la sua ricchezza di petali, è simbolo di prosperità e buon auspicio, ma anche di onore, valore, nobiltà d'animo e, in piena fioritura, pace. Nel linguaggio dei fiori, regalare una peonia significa ringraziare la persona che la riceve attraverso la calma e serenità che essa trasmette».

Alessandra Sacchetti, titolare di Peonia Real Estate - www.peoniarealestate.com

tamente ai soldi, per me ad esempio è abitare in un luogo silenzioso con affaccio sul verde. Il punto di forza della rete è la creazione di valore e la gestione accurata, snella, puntuale e diretta dei nostri clienti. Per noi ogni cliente è diverso dall'altro, nelle sue necessità e nei suoi sogni, e viene trattato con serietà e correttezza. Peonia e le persone che lavorano insieme a me, tutte condividono i miei stessi valori».

Qual è la mission di Peonia Real Estate?

«Cerchiamo di diventare il punto di riferimento e arricchire la vita di chi vuole investire in immobili trasformandoli da un sogno nascosto alla dimora che ogni spazio può diventare. Abbiamo ad essere una rete di professioniste ispirate a dare il meglio e a creare valore reciproco e duraturo per i nostri clienti».

Quali servizi offrite alla vostra clientela?

«I servizi messi a disposizione spaziano in tutte le aree del settore, nello specifico riguardano: compravendita e locazione; valorizzazione del patrimonio immobiliare; progettazione architettonica e ingegneristica; progettazione d'interni; restauro e decorazioni; home staging. Siamo consapevoli che vendere un immobile prevede una serie di passi, ognuno con la sua importanza e delicatezza. Consigliamo e guidiamo i nostri clienti che si accingono a fare questo passo, ascoltando le loro necessità e cercando un buon equilibrio tra esse e il mercato, consapevoli del fatto che una valutazione ottimale dell'immobile è il miglior punto di partenza per vendere velocemente e con soddisfazione. Se necessario, facciamo una verifica tecnico urbanistica per individuare eventuali problemi che potrebbero ostacolare la vendita e li risolviamo. Accompagniamo i nostri clienti anche nella fase di negoziazione, per finalizzare la proposta più in linea con le loro aspettative, proteggendo gli interessi reciproci necessari a concludere un buon affare. Mediazione significa soprattutto relazione e non può prescindere dall'aspetto umano».

• **Cristiana Golfarelli**

TEAM

Alessandra Sacchetti - Agente Immobiliare e Coordinatrice progetti
Vania Timo - Agente Immobiliare
Chiara Guazzoni - Architetto
Patrizia Giannesi - Architetto d'Interni
Giuliana Doria - Decoratrice d'Interni
Karin Kunzli - Interior Designer
Milena Maesani - Restauratrice
Laura Vimercati - Home Staging
Barbara Francoli - Fotografa
Antonella Cumani - Comunicazione e Social media
Sabrina Elena - Grafica e Web Designer

PASSIONE ED EFFICACIA PER GLI OCCHIALI

Raffaela Da Riz ha costruito la sua carriera nel mondo dell'occhialeria con una storia di successo.

Per perseguire la sua passione, Raffaela si trasferisce a **Belluno**, rinomato distretto dell'occhialeria mondiale, dove inizia a lavorare per affermate aziende del settore. La sua carriera subisce una notevole accelerazione quando assume il ruolo di guida nelle distribuzioni delle più importanti aziende del settore.

Nel 2018, Raffaela Da Riz assume il ruolo di **CEO** presso **Go Eyewear Group**, un'azienda di rilievo nel settore dell'occhialeria. L'azienda ha una crescita esponenziale, contribuendo in modo significativo all'affermazione dei marchi del gruppo sul mercato internazionale. Composto da 6 marchi propri, **Ana Hickmann Eyewear**, **T-Charge Eyewear**, **Bulget Occhiali**, **Hickmann Eyewear**, **Bravewear**, e il marchio di lusso, Made in Italy, **Jo&Margot Milano**. La novità di quest'anno è che il gruppo incorporerà nel suo portfolio, il marchio di design italiano **TRUSSARDI**.

I marchi si completano a vicenda sia in termini di segmenti di mercato che in termini di prezzo Vs profilo del consumatore, con una gamma di materiali pubblicitari diversificati. Al fine di fornire un servizio migliore ai clienti, l'azienda ha migliorato il canale **B2B** che attualmente è in fase di sviluppo anche per il mercato americano, dove è presente con un ufficio in Florida.

Uno dei fattori di successo dei marchi sono i dettagli presentati negli occhiali, sia come decorazioni delle aste che per il tipo di materiale, che si traducono in una produzione di occhiali alla moda, di altissima qualità, ad un prezzo giusto.



Raffaela Da Riz nasce a Vittorio Veneto, in una famiglia di imprenditori, dove fin da giovane apprende le prime regole del commercio estero. Oggi, Raffaela Da Riz ricopre il ruolo di **CEO di Go Eyewear Group**, guidando l'azienda con determinazione e passione. La sua visione lungimirante e la sua competenza nel settore dell'occhialeria le hanno consentito di affrontare le sfide in modo innovativo e di consolidare il successo dell'azienda.



GO Eyewear Group crea e sviluppa occhiali da sole e da vista che sono sinonimo di design, tecnologia e qualità. GO Eyewear ha iniziato la sua espansione internazionale alla fine del 2009 e oggi è presente in tutto il mondo. Le sedi europee, nord-americana, e asiatica danno a GO Eyewear Group il supporto di oltre 80 manager e distributori selezionati con cura. La rete globale del gruppo oggi copre oltre 70 Paesi e con i marchi di proprietà offre il vantaggio di seguire l'intera filiera: dalla produzione alla vendita, includendo design, del prodotto fabbricazione, logistica distribuzione e comunicazione.

Imballaggi customizzati

«Il nostro brand è sinonimo di serietà, affidabilità, garanzia del prodotto e del servizio». Marzia Scaravaggi, amministratore di Tecno Imballi, ci racconta come la sua azienda abbia raggiunto i 40 anni di attività con un trend sempre in crescita

Nell'organizzazione professionale le parole d'ordine sono: precisione, flessibilità e puntualità, doti che diventano fondamentali per gestire ogni operazione in modo efficiente. Per questo le donne sono particolarmente adatte a svolgere ruoli importanti in questo ambito. «Noi donne - afferma Marzia Scaravaggi, amministratore di Tecno Imballi Srl - siamo naturalmente predisposte a una mentalità multitasking; la nostra determinazione e il nostro impegno garantiscono efficienza e puntualità e ci danno la possibilità di affermarci in qualsiasi settore. Il mio ruolo è quello di imprenditrice e l'imprenditore non deve essere di un genere o un altro, tuttavia conciliare l'essere madre con questa ulteriore responsabilità implica un maggior sforzo organizzativo».

Tecno Imballi è stata fondata dal padre degli attuali titolari nel 1982, in provincia di Cremona, e si è da subito specializzata nel settore degli imballaggi industriali in legno. «Abbiamo appena festeggiato il quarantesimo anno di attività con un ottimo e incoraggiante bilancio - sottolinea Marzia Scaravaggi -. Mio fratello e io, entrati in azienda nel 2006, rappresentiamo la seconda generazione: la nostra è una grande sfida perché ad oggi sono aumentate molto le problematiche relative alla gestione del personale, della sicurezza, della burocrazia. In questo momento le risorse umane rappresentano un

Marzia Scaravaggi, alla guida della Tecno Imballi di Pandino (Cr) - www.tecnoimballi.it



Servizi di alta qualità

Cerchiamo di coniugare le nostre attività in base alle esigenze specifiche dei clienti, progettando imballi su misura, per ogni esigenza, utilizzando le tecnologie più efficienti

forte problema perché non si trova personale».

Quali servizi offrite ai vostri clienti?

«Progettiamo e produciamo imballaggi industriali su misura, differenziandoci dai classici standard. Forniamo imballaggi per ogni esigenza e servizi di elevata qualità, utilizzando le tecnologie più efficienti e compatibili con l'ambiente e la sicurezza al fine di raggiungere la massima soddisfazione del cliente. Il nostro obiettivo principale è salvaguardare il materiale del cliente e proteggerlo durante il suo trasporto fino a destinazione. Ci focalizziamo nello studio delle migliori soluzioni di imballaggio da realizzare a seconda delle diverse destinazioni, tipologie di merce e trasporti richiesti dal cliente e proponiamo disamine dettagliate delle spedizioni delle merci al fine di ottimizzare costi di imballo e trasporti. Ci prefiggiamo di creare valore e sviluppare l'azienda a lungo termine; contribuire al benessere e alla crescita professionale dei dipendenti e collaboratori; mirare a un miglioramento continuo dei processi e dei

strutture in legno a disegno; l'attività logistica e di magazzinaggio».

Fiore all'occhiello dell'azienda è il vostro programma di progettazione, ce lo può descrivere?

«Il nostro programma di progettazione raccoglie oltre 35 anni di esperienza nel settore. L'imballo viene studiato e progettato ad hoc per ogni commessa e ogni sua componente strutturale viene verificata attraverso l'utilizzo del programma di validazione della progettazione, certificato annualmente. Abbiamo un software creato da noi per questo servizio e riusciamo a condurre un'operazione di verifica di tutti gli imballi in caso di sinistro. Con questo strumento, il nostro ufficio tecnico è in grado di garantire al cliente imballi adeguati, robusti ed efficienti. Il nostro team è a completa disposizione del cliente per qualsiasi servizio annesso e connesso alla commessa da spedire. Alcuni servizi aggiuntivi che offriamo alla clientela sono lo studio personalizzato del carico; l'elaborazione di specifiche di imballo; l'assistenza sulla spedizione».

Quali certificazioni avete?

«Dal 1995 Tecno Imballi, per offrire alla clientela prodotti e servizi di qualità perseguendo un obiettivo di miglioramento continuo, è certificata secondo la norma Iso 9001. Dal 2006 siamo autorizzati da ConLegno a produrre, trattare, commercializzare e preparare prodotti a marchio lppc/Fao. Attraverso la certificazione Fsc garantiamo che il legno utilizzato per i nostri imballaggi proviene da foreste gestite in maniera responsabile. Di recente, abbiamo ottenuto dall'agenzia doganale il rilascio dell'Aeof». • **Cristiana Golfarelli**

prodotti. Cerchiamo di coniugare le nostre attività in base alle esigenze specifiche dei clienti, offrendo diversi servizi, tra cui: la progettazione di imballi su misura; la realizzazione di casse, gabbie, pallet e

Il controllo dell'intera filiera produttiva

Ogni fase della produzione dell'imballo avviene all'interno dell'azienda cremasca: dal taglio della materia prima con macchinari a controllo numerico, al pre-assemblaggio con banchi di lavoro attrezzati fino al controllo della qualità del prodotto finito prima della consegna al cliente. «Tale articolazione ci permette di garantire immediatezza nei tempi di consegna ai nostri clienti e una buona flessibilità nel completamento delle attività connesse alla fornitura - specifica Marzia Scaravaggi -. Per quello che concerne lo stivaggio della merce presso la sede del cliente o del fornitore, garantiamo il sopralluogo delle nostre squadre che svolgono il lavoro in loco munite di tutte le attrezzature necessarie per completare le attività di imballo in completa autonomia e sicurezza. Presso le nostre piattaforme logistiche siamo in grado di offrire un servizio completo all'interno delle nostre sedi dislocate nel nord Italia, dall'imballaggio fino al trasporto, includendo attività di magazzinaggio e logistica».

I benefici della cosmesi termale

Formulazioni naturali per viso e corpo, che coniugano ricerca, innovazione, qualità e sostenibilità. Con Patrizia Giovanelli, una delle titolari, scopriamo la produzione di Girzi Line Natural Cosmetics

Le argille e le acque termali, si sa, sono due grandi alleati per tutti i tipi di pelle. Sfruttare tale ricchezza trasformandola in linee di prodotti per il viso, per il corpo e per i capelli non è da tutti. Ci vuole comunque competenza, caparbietà e determinazione. Qualità che a Mariella Mammana Giovanelli non sono mancate quando nel 1983 decise di fondare la sua azienda Girzi Line Natural Cosmetics basandosi proprio sulla cosmesi termale, dopo una lunga esperienza nella direzione dell'Officina Farmaceutica delle Terme di Boario. Oggi Girzi Line è un'azienda dinamica che ha saputo evolversi nel tempo, specializzata in ricerca, sviluppo, consulenza, formulazione, produzione di cosmetici conto terzi, capace di offrire un servizio completo, dallo studio della formula alla definizione del packaging. «Girzi Line è anche un'impresa con una forte tradizione familiare e con un grande valore aggiunto rappresentato da un team tutto rosa - afferma Patrizia Giovanelli -, composto da Mariella Mammana Giovanelli, farmacista, Renata Giovanelli, chimica cosmetologa, Laura Marchi, chimica cosmetologa e ovviamente da me. Costantemente aggiornate su formulazioni e materie prime di tendenza, operiamo ogni giorno con passione e determinazione per vincere le sfide complesse di un mercato che richiede sempre più professionalità».

La vostra forza è la cosmesi termale, quali tipologie di prodotti comprende?

«La collocazione dell'azienda in un territorio ricco di acque termali ha indotto le nostre formulatrici a sfruttare tale ricchezza trasformandola in linee di prodotti per il viso, per il corpo e per i capelli: argille,

La dottoressa Mariella Mammana Giovanelli, fondatrice di Girzi Line



Patrizia e Renata Giovanelli, Laura Marchi, titolari della Girzi Line di Boario Terme (Bs) www.girziline.it

Prodotti green

Tutte le formule spa sono clean beauty con naturalità superiore al 97 per cento e possono essere personalizzate secondo le diverse tipologie di pelle e secondo gli inestetismi da trattare

acque termali, attivi cosmeceutici, estratti naturali e fragranze si fondono e si trasformano in sospensioni ed emulsioni che regalano emozioni e benessere. Le nostre formulazioni sono specifiche per trattamenti relax, trattamenti rigeneranti, detossinanti, drenanti sono "clean beauty" con naturalità superiore al 97 per cento e possono essere personalizzate secondo le diverse tipologie di pelle e secondo gli inestetismi e le problematiche da trattare. I nostri cosmetici naturali per la cura e la bellezza di viso, corpo, capelli sono senza parabeni, sls/sles, oli minerali, siliconi, peg e coloranti sintetici. Con il full service diamo la possibilità ai nostri clienti di appoggiarsi a noi anche per la ricerca del packaging, dai flaconi ai vasi all'astuccio. Forniamo il prodotto completo di tutto, anche della parte legislativa».

Che cosa vi contraddistingue rispetto ai competitor?

«La costante attenzione nei confronti delle esigenze dei nostri clienti costituisce la premessa e la base della nostra politica aziendale, ispirata alla massima trasparenza e all'eccellenza nella qualità, ed è la forza del nostro lavoro. La particolare attenzione per la componente green ci porta a realizzare prodotti naturali con ingredienti, principi attivi e processi sempre più sostenibili. Un'intera sezione del nostro stabilimento è dedicata allo studio di nuovi prodotti. Ci piace infatti interpretare e anti-

cipare i trend del mercato per creare formulati unici mediante processi innovativi con le più moderne tecnologie. La nostra capacità di innovare e fare ricerca per-



mette al cliente di godere di un'ampia gamma di opportunità che vengono personalizzate sulla base delle sue richieste, garantendo soluzioni specifiche formulate con le migliori materie prime certificate Ecocert e Cosmos».

Come avviene il processo produttivo?

«Studiata la formulazione, questa viene sottoposta a molteplici test che ne verifichino la conformità agli standard qualitativi. Il nostro staff specializzato effettua prove sulla stabilità della formula ad alte e basse temperature, monitora la velocità di invecchiamento e lo stress del prodotto per vibrazione e irradiazione, nonché la stabilità delle fragranze e l'interazione tra le materie prime. Attraverso test scrupolosi possiamo ottimizzare la formula prima di passare alla fase di industrializzazione del prodotto, così da essere certi di fornire un cosmetico di altissima qualità. Controlli scrupolosi, monitoraggio costante e attenzione per le esigenze del cliente sono le componenti essenziali del nostro ciclo di qualità».

Quali criteri usate nella realizzazione dei vostri prodotti?

«Selezioniamo materie prime di esclusiva origine naturale e di elevata qualità, corredate da test d'efficacia ed emulsionanti di nuova generazione. Il nostro personale specializzato segue scrupolosamente il metodo produttivo nel rispetto delle norme di qualità ambientali, di sicurezza e delle Good Manufacturing Practice - Gmp. I prodotti sono lavorati con appositi turbo emulsori, temperatura, grado di omogeneizzazione e tempi di mescolamento sono monitorati e controllati tramite dispositivi elettronici. Su tutti i prodotti si valuta la conformità dei parametri chimico-fisici e microbiologici e le misure vengono registrate sul software gestionale dedicato». • **Beatrice Guarnieri**

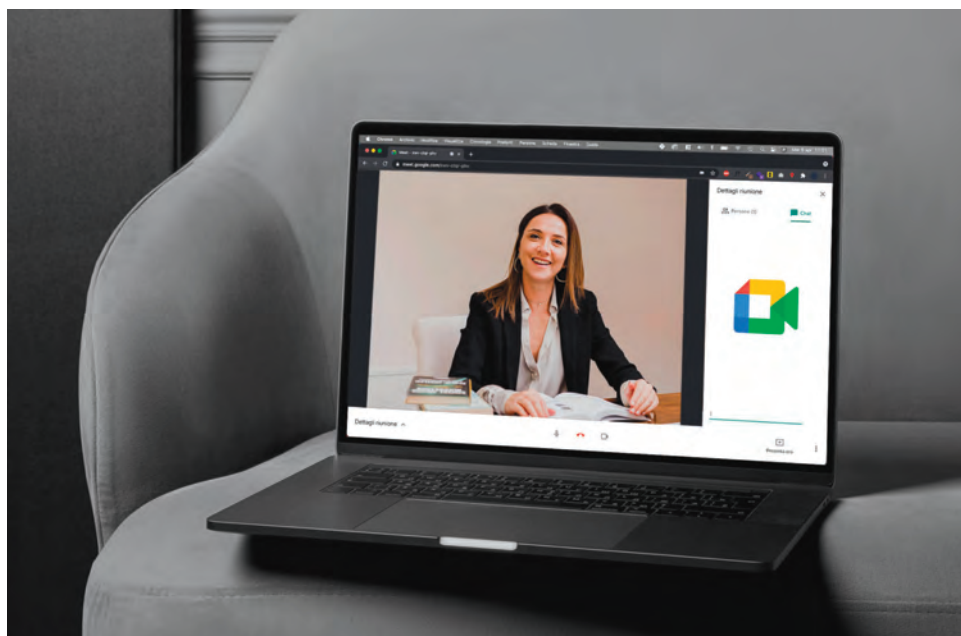
Qualità e trasparenza

«Disponiamo di laboratori di controllo qualità, microbiologico e chimico-fisico che ci consentono di monitorare ogni passaggio dei processi produttivi, intervenendo sul controllo delle materie prime, del semilavorato e del prodotto finito - afferma Patrizia Giovanelli -. Operiamo con un sistema di qualità certificato secondo le norme Iso 9001, per una completa trasparenza e tracciabilità di ogni passaggio produttivo. Operiamo nel pieno rispetto delle pratiche di buona fabbricazione dei cosmetici, Gmp. Girzi Line è associata Cosmetica Italia (Associazione nazionale Imprese Cosmetiche) - Gruppo Produzione Conto Terzi».

Estendere i confini della cura oltre i luoghi fisici

Con Monica Faganello approfondiamo la nuova frontiera della figura del farmacista che oggi diventa anche digitale. Con coaching 1:1 e corsi appositi, pensati da una farmacista per i farmacisti, la formazione è completa e porta una crescita delle competenze dei professionisti e un servizio migliore ai cittadini

Un punto di riferimento accogliente, che sa prendersi cura delle persone e le consiglia. La farmacia e le donne hanno molte qualità in comune ed è proprio da questi punti di contatto che nasce l'idea di promuovere questo presidio anche digitalmente per ampliare la sfera della cura alla persona anche al di fuori di uno spazio soltanto fisico. Farmacista Digitale è, appunto, un portale che nasce nel 2020 dall'idea di Monica Faganello, farmacista che vanta più di sedici anni di esperienza al banco, esperta di comunicazione e di marketing digitale sanitario, con l'obiettivo di promuovere la trasformazione e l'innovazione in chiave digitale della farmacia e del farmacista attraverso una formazione specifica.



Una nuova visione

La farmacia come hub di riferimento per la sanità territoriale attraverso un'offerta di attività e servizi evoluti che mettono al centro il cittadino

«Alla base vi è una nuova visione della farmacia che non è più solo un luogo di dispensazione del farmaco ma diventa un hub di riferimento per la sanità territoriale attraverso un'offerta di attività e servizi evoluti che mettono al centro il cittadino e non il prodotto, e un luogo di coordinamento tra le professioni sanitarie territoriali. Il farmacista non è più solo il professionista che dispensa il farmaco ma l'interlocutore centrale nella sanità territoriale, punto di riferimento per la salute e il benessere del cittadino» puntualizza Monica Faganello.

Complice anche la recente pandemia, la farmacia sta infatti assumendo una funzione diversa rispetto al passato: è un presidio cui rivolgersi quando si ha qualche piccolo problema e quando si necessita di un supporto nell'ambito di un percorso diagnostico-terapeutico. Qui si trova già un primo hub di servizi dove poter avere un primo approccio di cura, di monitoraggio e di diagnosi. Durante il periodo della pandemia, la farmacia è rimasta ovunque un presidio sempre aperto e di prima accoglienza per il cittadino. «Ma si può fare un passo in più – afferma la dottoressa Faganello –: credo che attraverso l'introduzione di strumenti digitali, la farmacia possa di tra-

sformarsi e innovarsi ulteriormente, per assicurare un servizio migliore ma soprattutto più continuativo anche al di fuori dei tradizionali spazi fisici e degli orari di apertura. Insomma, una maggiore presenza attraverso i canali digitali contribuirebbe a garantire un'offerta sanitaria più estesa al servizio del cittadino e del territorio». In tal senso è rivolta la proposta di Monica Faganello: «Se attraverso i corsi online il farmacista può acquisire competenze di base che gli permettono di costruire una presenza online e di comprendere le logiche che regolano la comunicazione digitale per operare le scelte migliori per la propria realtà, il coaching 1:1 si concentra sull'utilizzo strategico dei social media per aumentare notorietà, autorevolezza, clienti e fatturato. Social media farmacia è infatti un percorso formativo personalizzato, dedicato a tutti i farmacisti e professionisti sanitari che hanno compreso il potere del digitale e dei social per valorizzare la propria professione e la propria attività. È rivolto a tutti coloro che sanno fare bene il loro lavoro e desiderano usare i social non come luogo dove postare ma come luogo per creare relazioni e connessioni con i pazienti fino a portarli ad affidarsi a loro, dopo averli visti e ascoltati in un contesto digitale».

Nel nostro settore, sono più numerose le donne degli uomini, un ruolo che si conferma tra i più rosa del Sistema Sanitario Nazionale probabilmente anche a causa della loro innata predisposizione all'accoglienza, alla cura e al consiglio. La farmacia incarna perfettamente tutte queste caratteristiche tipicamente femminili soprattutto dal punto di vista della salute e del benessere. Non dimentichiamo che la donna – in famiglia ma anche altrove – è la raccoglitrice delle esigenze, dei bisogni e delle paure. A livello sanitario lo è la farmacia».

• Luana Costa



Monica Faganello vive a Treviso e opera in tutto il territorio nazionale

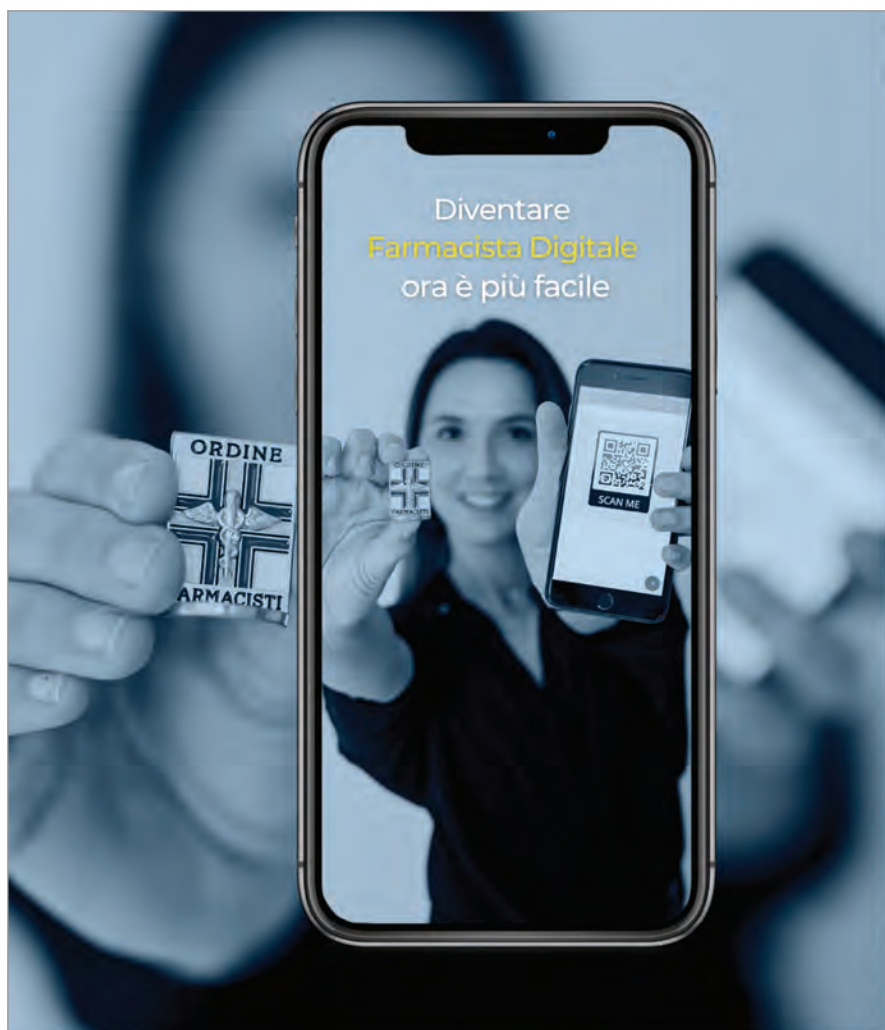
www.farmacista-digitale.it

[@farmacistadigitale](https://www.instagram.com/farmacistadigitale)

L'obiettivo finale è di acquisire indipendenza nel modo di comunicare per saper come vendere, come essere empatici, come comportarsi. «La mia offerta è indirizzata principalmente alla formazione e alla valorizzazione in rete delle competenze tipiche del farmacista. In genere, si sceglie una farmacia ad un'altra per la capacità di accoglienza o per i consigli. Si tratta adesso di mettere l'acceleratore alla sua attività promuovendola in un modo diverso e sfruttando i canali digitali: portare lì la sua presenza, il suo consiglio, la sua consulenza, una divulgazione etica allo scopo di poter stare più vicino alle persone e creare nuovi luoghi dove rafforzare la cura e la relazione». E non è affatto un caso che l'idea sia stata partorita da una donna: «La donna è accoglienza e cura.

La trasformazione digitale

Monica Faganello è laureata in Farmacia, conosce le problematiche, le incertezze e le difficoltà dei farmacisti in una fase di approccio al digitale e di successivo investimento. Questo aspetto abbate le barriere, accresce la fiducia e rende la collaborazione agile. In un contesto di mercato totalmente cambiato, con un cliente sempre più connesso e digitalizzato, l'acquisizione di una cultura digitale diventa fondamentale per operare una vera trasformazione digitale della farmacia che prevede l'introduzione di supporti tecnologici in grado di liberare tempo al banco per la consulenza al cliente e quindi per la presa in carico del cliente-paziente; l'introduzione di strumenti digitali per garantire efficacia, efficienza e continuità in termini di relazione, informazione e servizio e introdurre canali e strumenti di marketing digitale che lavorino in sinergia con quelli del marketing tradizionale per affiancare al valore assoluto della prossimità della farmacia quello della omnicanalità. Si parla di omnicanalità di prossimità per raggiungere e soddisfare i bisogni del nuovo cliente, l'utente omnicanale con una comunicazione integrata, personalizzata e interattiva.



**FARMACISTA
DIGITALE**
farmacista-digitale.it

DESIDERI AUMENTARE LA VISIBILITÀ DELLA TUA FARMACIA NEI CANALI DIGITALI E INCREMENTARNE IL FATTURATO?

Migliorare la comunicazione digitale con strategie mirate per differenziarti dai competitor, fidelizzare, ampliare la base clienti e potenziare i servizi? Vuoi diventare un farmacista digitale, operare nei social media in modo professionale, costruire il tuo company brand o il personal brand e diventare divulgatore sanitario per una competenza specifica oppure occuparti della comunicazione digitale della farmacia?

Il primo passo è acquisire una buona cultura digitale con la formazione specifica. Grazie alla mia esperienza con farmacie e farmacisti, ho realizzato corsi e percorsi di formazione per formare il team della farmacia e renderlo sempre più autonomo nella scelta delle soluzioni digitali più efficaci e nella loro gestione, al fine di promuovere anche online prodotti e servizi. Il risultato sarà un netto miglioramento del servizio al cliente mettendo sempre al centro della comunicazione, le tue soluzioni e le tue risposte ai bisogni di salute e benessere delle persone.

Il coaching è rivolto ai farmacisti che desiderano diventare autonomi nella gestione dei social per aumentare visibilità, notorietà, autorevolezza e fatturato. L'obiettivo è aiutare il farmacista e la farmacia ad operare una vera e propria digital transformation per digitalizzare il consiglio e la consulenza, offrire un servizio più efficiente e migliorare l'esperienza d'acquisto del cliente.



www.farmacista-digitale.it
@farmacistadigitale



L'approccio che fa la differenza

Betty Schiavoni racconta la sua esperienza alla guida dell'azienda di famiglia, specializzata in un settore prettamente maschile come il trasporto e la logistica. Competenza, capacità e la naturale propensione femminile all'accoglienza e al mettersi in gioco le hanno permesso di arrivare ai vertici e di ricoprire incarichi importanti in diversi ambiti

«**H**o imparato il mio lavoro lavorando». È questa la premessa che ha innervato l'approccio professiona-

le di Betty Schiavoni, milanese, 61 anni, alla guida assieme al fratello Primo dell'azienda Freschi & Schiavoni, una family-company che opera da più di sessanta anni nel trasporto su gomma di merci import - export, destinate o provenienti da aeroporti italiani ed europei. Aspetti come la formazione e la personalizzazione dei servizi hanno assunto sempre più una posizione predominante in segmenti di nicchia e che richiedono competenze specifiche e massima attenzione. Freschi & Schiavoni è una piattaforma multiservizi a disposizione di compagnie aeree, spedizionieri, Gsa e Nvocc. «Siamo denominati handling agent off airport nel settore aereo ma non ci identifichiamo come semplici spedizionieri. Disponiamo, infatti, di camion allestiti come aerei. Tutto deve essere natural-



Betty Schiavoni. Freschi e Schiavone ha sede a Vignate (Mi) - www.freschieschiavoni.eu

mente svolto nella massima sicurezza e attenzione dal momento che gestiamo anche merce farmaceutica, deperibile, pericolosa e merce ad alto valore seguendo le varie norme di riferimento».

Un'attività prettamente maschile ma che non ha impedito a Betty Schiavoni di raggiungere i vertici della sua azienda e imporsi per competenza e capacità. «Ho iniziato a lavorare molto presto - racconta - e non mi sono laureata ma nel corso degli anni ho perfezionato le mie conoscenze sul campo seguendo corsi di formazione. È stata questa mia forza di volontà che mi ha consentito di evolvermi in un ambiente molto maschile». Dopo il diploma come interprete in lingue straniere, intraprende la propria carriera lavorativa nell'azienda di famiglia Freschi & Schiavoni, fondata nel 1962. Ricopre inizialmente ruoli amministrativi e contabili per poi de-



L'impronta rosa

A differenza degli uomini che spesso si impongono e difficilmente si mettono in discussione, la donna è più propensa a farlo e in questo approccio ci guadagna tutto l'ambiente lavorativo

dicarsi ai processi operativi, dalle attività di trasporto internazionale alla gestione dei documenti doganali e non, frequentando negli anni corsi di formazione e aggiornamento professionale per trovare soluzioni sempre più avanzate, sostenibili e innovative. Ferma sostenitrice dell'assunto secondo cui la costante frequentazione nell'ambito associativo si rivela fondamentale per l'approfondimento e il confronto di tematiche del settore, attualmente Schiavoni ricopre la carica di presidente di Alsea, associazione lombarda spedizionieri e autotrasportatori, è vicepresidente Confetra, componente del Consiglio Direttivo di Fedit e membro dell'IRU di Bruxelles. Oltre a fare parte del consiglio camerale della Camera di Commercio di Milano, Brianza e Lodi. «Mi sono evoluta in un mondo difficile per le donne ma in cui, attraverso la buona volontà, la costanza e l'impegno, sono riuscita a emergere e portare avanti l'azienda grazie al prezioso contributo di mio fratello. Quel che mi ha aiutato è entrare a far parte dei sistemi associativi dove attualmente rivestivo cariche importanti. Devo dire che le competenze e la professionalità acquisita nel corso degli anni sono il frutto di una intensa applicazione nel mio lavoro assieme allo spirito di servizio perché si tratta di cariche non remunerate. La spinta in più è arrivata sicuramente dalla mia ferma volontà di apprendere e di ap-

profondire anche nel confronto con altri manager e con altri imprenditori» spiega ancora. Tutte qualità messe a servizio dello sviluppo e della crescita dell'azienda familiare che non a caso è rimasta sempre allineata alle esigenze del mercato, dimostrandosi innovativa e promuovendo molta formazione per il personale. «La mia storia è quella di una donna che si è dedicata interamente al suo lavoro - aggiunge - ma credo di aver apportato un importante

contributo. Penso che bisogna credere in quel che si fa e che sia necessario appassionarsi. E la donna riesce di più, secondo me, perché è eclettica, è capace di gestire più cose contemporaneamente e di creare armonia perché è naturalmente orientata all'accoglienza. A differenza degli uomini che spesso si impongono e difficilmente si mettono in discussione, la donna è più propensa a farlo e in questo approccio ci guadagna tutto l'ambiente lavorativo. La donna tende a voler sistemare le cose e lo fa con una visione a 360 gradi. È questa la grande differenza e, quindi, il valore donna: di riuscire ad avere un quadro più generale, a tenere in considerazione più aspetti, tra cui la sensibilità propria e quella degli altri. Perseveranza, volontà di imparare e di mettersi in discussione. Sono questi i punti focali del mio approccio di manager». • Luana Costa

Le certificazioni di Freschi & Schiavoni

Significative le certificazioni ottenute da Freschi & Schiavoni: «Siamo stati pionieri dell'applicazione dei sistemi di gestione, ovvero le Iso applicate al trasporto e alla pallettizzazione delle merci aeree. Negli anni abbiamo esteso dalle Iso tutte le certificazioni successive. Le Gdp, con orientamento anche verso quanto impone Ceiv Iata per le spedizioni farmaceutiche e health care nel contesto del cargo aereo. Per le merci ad alto valore abbiamo ottenuto sia la certificazione Tapa Fsr 2020 dei magazzini di Vignate, con "classificazione A" che la certificazione Tapa Tsr 2020 "Level 1 - massima sicurezza" per i servizi di trasporto erogati dalla flotta di automezzi di proprietà o tramite fornitori qualificati. Sui nostri fornitori qualificati operiamo controlli, selezione e qualifica, attraverso criteri di controllo stringenti. Il costante orientamento a migliorare le proprie prestazioni in tema di qualità, ambiente, innovazione, digitalizzazione e sostenibilità, rappresentano la strategia aziendale che si declina attraverso il perseguimento e il raggiungimento dell'effettiva soddisfazione dei clienti. Quest'anno abbiamo ottenuto certificazione ambiente Iso 14001, sempre per mantenerci allineati con il mercato».



FRESCHI & SCHIAVONI, LA GARANZIA DELL'ESPERIENZA

Freschi & Schiavoni effettua trasporti nazionali e internazionali di linea, trasporti ad hoc in tutta Italia, servizi di ritiri e consegne, servizi di trasporto espressi e dedicati, movimentazione merce, controlli di sicurezza con i raggi X.

La società provvede alla gestione documenti di trasporto per merce industriale, via mare e via aerea import ed export, servizi personalizzati per compagnie aeree, spedizionieri, courier. Le attività sono gestite attraverso processi integrati al proprio sistema di qualità Uni En Iso 9001:2015 da cui radicano procedure di gestione su attività sempre più specifiche, al fine di rendere servizi con un alto grado di efficienza, valore aggiunto e sicurezza perseguendo la massima soddisfazione della propria clientela.

Attraverso le competenze su attività e servizi "special" legati al pharma, agli alimentari, alle merci "dangerous" e ai "vulnerable cargo", Freschi & Schiavoni gestisce le commesse dei clienti in compliance alle certificazioni ottenute nel tempo, che ben si sposano con la crescente necessità di professionalità in un settore in continua evoluzione.

Eroga servizi ai committenti con competenza e cortesia da parte di tutto lo staff, in primis da parte degli operatori documentali, dall'ufficio trasporti e dal personale viaggiante. Il team annovera un'ampia gamma di specificità professionali raggiunte attraverso la formazione continua che l'azienda promuove con costanza.



Freschi & Schiavoni

Via Monzese, 34

20052 Vignate (Mi)

Tel. 02 959395211

www.freschieschiavoni.eu

Un'imprenditrice illuminata

Paola Butali riesce a coniugare arte e agricoltura nella sua azienda agricola La Cerreta, fiore all'occhiello delle imprese virtuose in Italia. I suoi 120 ettari di superficie sono dedicati all'allevamento di diversi animali, all'agriturismo e alla fattoria didattica

Sulle colline del Lago Trasimeno, immerso nella rigogliosa campagna umbra a pochissimi chilometri da Cortona, Perugia e Siena, sorge il luogo ideale per chi vuole lasciarsi conquistare dalla bellezza della natura e dal contatto con gli animali, godendo del comfort di una splendida e raffinata location. Le attività dell'Azienda Agricola La Cerreta spaziano dall'allevamento di vacche da latte, struzzi e Angus australiani, alla coltivazione degli ulivi e alle agroenergie, fino a una raffinata ospitalità. Una realtà eclettica che rispecchia la personalità di chi la guida: Paola Butali, critica d'arte, mamma di Andrea e Ilaria, che ha creato oltre che una fattoria didattica per eccellenza, un esempio di come fare innovazione puntando sulla bellezza e sui veri valori della vita. L'imprenditrice ha infatti saputo integrare l'attività della sua impresa con il percorso artistico "en plein air", costituito da 14 installazioni d'arte contemporanea, una vera passeggiata tra le opere dei più importanti artisti dei giorni nostri.

Con quali obiettivi nasce il percorso Arte Cerreta all'interno dell'azienda agricola?

«Il progetto ha lo scopo di esaltare in chiave contemporanea il binomio arte e natura. L'idea mi è venuta visitando la Fondazione Gori, a Pistoia: sono rimasta affascinata da come l'arte possa uscire dai confini dei musei. Tutti gli anni ho inaugurato un'installazione all'interno dell'azienda agricola. Partita come passione personale,

Paola Butali. L'Azienda Agricola La Cerreta ha sede a Castiglione del Lago (Pg)
www.relaiscerreta.com



Il ruolo della donna

Con le sue qualità di accoglienza, delicatezza e sensibilità, è fondamentale per il rinnovamento della società e del mondo. Bisogna però mantenere un equilibrio tra le qualità preminenti femminili e la leadership

nel tempo e a grande richiesta si è aperta alle visite guidate con un percorso dove sculture e installazioni si amalgamano perfettamente alla natura, al ritmo del lavoro quotidiano nei campi, dando vita a un'occasione unica in Italia. Alcune opere si prestano per la fattoria didattica, in quanto

sono propositrici di esperienze sensoriali e visive che sollecitano i ragazzi a prendere coscienza delle proprie emozioni. Il cuore della nostra fattoria didattica è rappresentato dall'allevamento di struzzi, che affascinano i tanti bambini che tutti gli anni vengono a visitarci».

Su quale filosofia si impronta la sua attività di imprenditrice?

«La bellezza è stile di vita, passione che rende più piacevoli tutte le cose che facciamo. Ci vogliono tanto coraggio e fiducia, ma noi donne ce l'abbiamo. È importante rendere bello l'ambiente in cui viviamo quotidianamente e io cerco di farlo attraverso l'arte, l'accoglienza e il turismo».

Come vede il mondo dell'imprenditoria femminile per le prossime generazioni?

«Purtroppo c'è ancora tanta strada da fare, la parità non è stata raggiunta ovunque e anche dove così sembra, per la donna resta sempre più difficile emergere in certi ruoli rispetto all'uomo; in alcuni settori siamo ancora parecchio indietro. Credo si debba partire dall'educazione: noi donne possiamo aspirare a tutti i ruoli e a tutte le discipline, anche alla scienza. Penso che la donna con le sue qualità di accoglienza,

delicatezza e sensibilità, rivesta un ruolo fondamentale per il rinnovamento della società e del mondo. Deve però stare attenta a non imitare troppo gli uomini, mantenendo un equilibrio tra le qualità preminenti femminili e la leadership. La nostra associazione Aidda, di cui sono presidente, è un piccolo esempio di come noi donne, unite, riusciamo a essere una vera forza, insieme affrontiamo problemi e troviamo sempre le soluzioni più opportune».

Non è facile gestire un'attività così diversificata come la vostra, come ci riuscite?

«Un buon gruppo di lavoro e la capacità di stare al passo con i tempi è il nostro punto di forza, a questo proposito devo ringraziare il mio staff e mio figlio Andrea che collaborano in modo armonico e coeso, raggiungendo ottimi risultati, rispettando sempre la natura e le sue complicate dinamiche. Le caratteristiche particolari dell'ambiente consentono di ottenere una produzione di grande qualità come l'olio extravergine di oliva biologico Armonia, contraddistinto da un aroma fruttato, dal gusto deciso e avvolgente, con piacevoli sensazioni amarognole e leggermente piccanti. Fiore all'occhiello dell'azienda è l'allevamento di bovini da latte di razza Frisone, alimentati naturalmente con foraggi auto prodotti, la produzione di latte di alta qualità viene poi conferita alla cooperativa Grifo Latte di cui sono la vicepresidente. Altro aspetto importante, sono le due strutture ricettive capaci di ospitare più di 60 persone che possono usufruire di tutti i comfort moderni in un contesto agricolo, paesaggistico e artistico esclusivo».

La Cerreta è stata anche premiata da Confagricoltura per il suo modello di economia circolare basato su ricerche di laboratorio, recupero di antiche pratiche agricole e minima lavorazione per conservare la fertilità del suolo e ridurre le emissioni.

«Siamo particolarmente sensibili al tema della tutela ambientale e perseguiamo un'economia sostenibile, con il minor impatto ambientale possibile. A questo scopo abbiamo realizzato un impianto per la trasformazione del biogas in energia elettrica. Della potenza di 300 kw, è alimentato con letame proveniente da allevamento bovino, cereali, insilati dedicati, oltre a sottoprodotti reperiti sul mercato. Inoltre, i reflui degli animali vengono riciclati nel grande biodigestore che produce 7000 kw al giorno e diventano ammendante, cioè un concime non inquinante per i campi». • Bianca Raimondi

La più alta artigianalità orafa

Da oltre 40 anni, coniugando perizia artigianale e alta tecnologia, Filostil realizza insuperabili prodotti di alta gioielleria, in grado di soddisfare le più sofisticate esigenze di clienti e dei migliori brand del mondo. La titolare Giorgia Cattelan ci racconta i segreti del suo successo

L'artigianato orafa possiede un valore che supera i confini del tempo e che offre in dono opere d'arte indossabili. Ciò che rende tale un gioiello è infatti il progetto che ci sta dietro, la grande abilità manuale, lo stile unico, in cui è tangibile lo spessore di chi lo realizza.

Ma il valore aggiunto che completa e arricchisce l'operato quotidiano di Filostil, uno dei laboratori di oreficeria e incastonatura più affermati e all'avanguardia sul territorio nazionale, sta anche nella sua capacità di promuovere la valorizzazione della figura femminile all'interno del ruolo imprenditoriale: «Grazie all'estro creativo e alle abilità manageriali delle nostre donne collaboratrici vantiamo una risorsa imprescindibile a livello aziendale ma soprattutto umano - spiega Giorgia Cattelan, titolare di Filostil -. Sono nata e cresciuta all'interno dell'azienda, fondata da mio padre Francesco nel 1974, respirando e vivendo profondamente il mondo della gioielleria artigianale Valenzana, imparando sul campo il mestiere, accompagnata e guidata da persone di elevato talento e professionalità. Ho cercato di dare un'impronta di immenso spessore in termini di qualità e artigianato, proprio perché sin dall'infanzia sono stata coinvolta nella vita dell'azienda, apprendendo e conoscendo il work-flow interno e il know-how che ci caratterizza. La realizzazione a mano dei nostri gioielli rende il nostro stile sempre riconoscibile e inimitabile. Oggi cerco di assolvere, gestire e supervisionare in prima persona l'operato svolto dall'intero personale e ricopro il ruolo di mediatore tra la fabbrica, i reparti commerciali, amministrativi e di customer care».

Quali aspetti contraddistinguono maggiormente i vostri gioielli?

«L'amore per il nostro mestiere, la passione che ci anima, il connubio tra tradizione artigianale e innovazione tecnologica sintetizzano il cuore del nostro operato e ci



Piccole opere d'arte

Poter vedere il gioiello nascere, da quando è ancora allo stato embrionale per arrivare al suo splendore finale, è un'emozione che ogni volta si ripete con la stessa intensità

permettono di raggiungere ogni giorno un nuovo standard qualitativo e un'accurata attenzione per i dettagli, che si tramanda con passione da oltre 40 anni. Molte delle nostre creazioni vengono lavorate a filo: le lavorazioni più complesse ed esclusive sono prodotte ed elaborate interamente a mano, a partire dal disegno. Il gioiello viene impostato su cera mediante il posizionamento di ogni singolo componente. Parallelamente al pezzo unico e all'oggetto su misura, offriamo ai brand/aziende la possibilità di creare le proprie nuove collezioni, partendo dall'idea iniziale fino alla resa del prodotto finito. Queste linee sono state studiate per consentire al cliente di realizzare il suo progetto e avere al suo fianco un gruppo di professionisti che lo accompagnano lungo tutte le fasi di produzione.

Ogni gioiello è realizzato interamente all'interno del laboratorio artigianale dell'azienda. Qui infatti si svolge l'intera filiera produttiva che va dallo studio alla modellazione alla funzione e realizzazione finale. Poter vedere il gioiello nascere, da quando è ancora allo stato embrionale per arrivare al suo splendore finale è un'emozione che si ripete ogni volta con la stessa intensità. L'anima pulsante del nostro team risiede nell'esperienza e abilità dei talentuosi maestri orafi, che ogni giorno realizzano preziosi dall'estetica originale e incomparabile, dove rigore e controllo caratterizzano l'essenza ultima dell'atelier».

Quali sono le vostre più recenti innovazioni?

«Sebbene la manifattura artigianale rimanga il nostro fiore all'occhiello, l'introduzione delle nuove proposte tecnologiche consente di rendere sempre più efficiente i nostri reparti di produzione, in un'ottica migliorativa e rivolta all'idea di crescita e sviluppo aziendale. Una delle più importanti innovazioni vede nell'inserimento del reparto di progettazione Cad, che agevola e velocizza il processo produttivo, un ottimo alleato nella riduzione delle tempistiche, tutto a fronte di una garanzia: la qualità della manifattura orafa artigianale, fedele alla tradizione italiana. Il nostro reparto creativo del design vanta la

collaborazione con un designer tra i più rinomati nel panorama orafa italiano, il quale ci consente di realizzare disegni personalizzati, adattabili alle esigenze di ogni nostro cliente, dando così vita a gioielli su misura unici ed esclusivi. Modelliamo e definiamo il concetto del disegno e la tecnica applicata al mondo del lusso, diventando partner di tutti i brand che ripongono immensa fiducia nelle nostre competenze professionali».

Come definirebbe l'attuale situazione dell'azienda?

«Filostil rappresenta una realtà in forte crescita; l'ideale aziendale vede i nostri collaboratori come i protagonisti di un percorso evolutivo, tanto personale come professionale, in termini di qualità, efficienza e affidabilità, che investe con passione e costanza le sue risorse nei confronti di uno staff professionale, in grado di tenere il passo delle richieste di un mercato costantemente in evoluzione. A partire dal mese di gennaio 2023 abbiamo ulteriormente rafforzato e fidelizzato i nostri dipendenti attraverso un sistema di welfare aziendale che include premi concreti atti a consolidare il senso di appartenenza aziendale, fondamentale per il raggiungimento e il successo dei nostri obiettivi. Siamo consapevoli di tutte le potenzialità che la nostra azienda custodisce e per questo motivo la nostra vision è quella di poter dar merito alla nostra azienda, sotto un'ottica di unicità e amore per la tradizione, dove nasce la manifattura artigianale interamente made in Italy». • **Bianca Raimondi**

Giorgia Cattelan, titolare della Filostil di Valenza (Al) - www.filostil.com



La chiave del successo

«Professionalità e grande abilità manifatturiera sono gli elementi distintivi della nostra attività che offre non solo la massima qualità di ogni manufatto prezioso ma garantisce altresì serietà, assoluta riservatezza e un servizio preciso e puntuale - precisa Giorgia Cattelan -. Soddisfare i desideri dei clienti e stupirli è la nostra sfida ogni giorno. Affidarsi a Filostil è certezza di valore, competenza e grande affidabilità. Riservatezza, attenzione e cura di ogni singolo progetto sono elementi chiave per ottenere la soddisfazione del cliente».

Il potere della condivisione

Da fashion blogger apripista della rivoluzione digitale nel mondo della moda a influencer al vertice di un impero da 20 milioni di euro. Chiara Ferragni, con le sue capacità comunicative e gestionali, ha dato un volto al nuovo mestiere dell'imprenditore digitale

Quando si parla di imprenditoria digitale il pensiero corre immediatamente a lei, Chiara Ferragni, pioniera dell'influencer marketing, fashion blogger che ha saputo diventare imprenditrice di successo, sfruttando con grande abilità la sua propensione istintiva alla condivisione e all'auto-rappresentazione sui social media. Propedeutica per la comprensione del fenomeno è la visione del documentario Chiara Ferragni: Unposted, diretto da Elisa Amoroso, approdato nel 2019 tra le critiche alla 76esima Mostra del Cinema di Venezia e poi sulla piattaforma Amazon Prime, dopo essere stato nelle sale come evento di tre giorni (rompendo ogni record di incasso). Il documentario è la celebrazione della Ferragni, pioniera dello storytelling in un mondo dove il digitale ha preso ormai il sopravvento e soprattutto di una Ferragni modello di empowerment femminile a livello globale, impegnata anche sul fronte sociale in molte battaglie (beneficienza durante il Covid, contro il cyberbullismo e la violenza sulle donne, a supporto della gender equality e della comunità Lgbtqia+).

VIVERE L'ERA DIGITALE

Nata il 7 maggio 1987, figlia del dentista Marco Ferragni e della scrittrice Marina di Guardo, Chiara Ferragni cresce felicemente a Cremona con le sorelle minori Francesca e Valentina. Frequenta l'università Bocconi a Milano dove studia giurisprudenza. Non conclude gli studi, ma intraprende un percorso che la porterà lontano, seguendo il suo istinto, la passione per la moda, i viaggi e la fotografia, con una marcia in più: una profonda sicurezza in sé stessa. Racconta Chiara in un'intervista: «Quando avevo 17 anni, ho iniziato a scattare foto di me stessa e a pubblicarle in diversi siti web di social media in modo da poter vedere le reazioni degli altri. Era una sorta di "diario fotografico" della mia vita quotidiana. Tutti sembravano molto interessati a quali marchi stavo indossando e dove li avessi acquistati, e io alle domande dei miei amici rispondevo con piacere nei commenti». Il primo tassello della sua ascesa è il blog di moda e lifestyle TheBlondeSalad.com, che apre nel 2009 con l'allora fidanzato Riccardo Pozzoli.

PROFESSIONE FASHION BLOGGER

Il crescente numero di visite del blog e la partecipazione alle fashion week (prima le vivrà a sue spese, poi da invitata) le permettono- da outsider- di scardinare l'elitario sistema moda, che ancora fatica a



The Ferragnez

Parte la seconda stagione della docuserie in chiave reality vip dedicata alla famiglia di Chiara Ferragni con il marito Fedez e i figli Vittoria e Leone

comprendere e accettare il fenomeno dei fashion blogger. Chiara è la migliore in Italia e conquista una fama planetaria, testimoniata dalle numerose copertine straniere delle principali riviste di settore. Dimostra alla sua community di farcela in un mondo che pareva irraggiungibile dai comuni mortali, riuscendo ad avvicinare sempre di più consumatore e prodotto. Il model business di The Blonde Salad, con l'inserimento di prodotti nei contenuti e i programmi di partnership con molti brand di diversi settori, risulta all'inizio vincente. Poi la strategia cambia, soprattutto dopo il boom di Instagram. Consacrata dall'Harvard Business School- che fa della sua carriera un caso di studio per la rivoluzione digitale apportata nel campo della moda e della comunicazione- e poi da Forbes, Chiara Ferragni ha il merito di ridefinire confini e contenuti del fashion business. The Blonde Salad non è ormai più solo un blog ma un'azienda, di cui è presidente e ceo (la separazione imprenditoriale con Pozzoli, avventura nel 2018, non è pacifica): Tbs Crew comprende un magazine online, ma anche una talent e marketing strategy agency oltre a una piattaforma di e-commerce. L'agenzia offre consulenze di marketing digitale e rappresenta talenti nativi digitali. Il primo talent è ovviamente Chiara Ferragni, ambasciatrice e influencer di marchi di moda, beauty e li-

festyle tramite sponsorizzazioni, partnership e collaborazioni (Bulgari, Hublot, Ghd). «Fin dall'inizio della mia carriera sono stata molto selettiva e ho detto di no a tante aziende e contratti. Questo per preservare la mia integrità e la fiducia dei miei follower. Ciò nel tempo ha pagato», spiega nel documentario Chiara Ferragni: Unposted.

CHIARA FERRAGNI BRAND

Nel 2010 arriva la prima linea di scarpe. È la genesi del marchio che porta il nome dell'imprenditrice, brand immediatamente riconoscibile dal logo dell'occhio azzurro con tanto di lunghe ciglia. Chiara Ferragni, infatti, non si limita alle collaborazioni con marchi e capsule collection (dalle prime Yamamay, Superga, Steve Madden alle più recenti Lancôme, Oreo, Nespresso) ma avvia nel 2013 un brand di calzature poi evolutosi in total look, che produce abbigliamento, accessori, borse, fino a costumi, intimo, pigiama, gioielli e occhiali. Nel 2016 il brand, il cui target sono le giovani donne contemporanee, indipendenti e determinate, muove i primi passi verso un'espansione globale, lanciando pop up store in boutique selezionate (Le Bon Marché a Parigi, LuisaViaRoma a Firenze, Apropos a Colonia, Breeze Center a Taiwan, Selfridges a Londra). Il brand si rafforza dal luglio 2017

con l'apertura di flagship store nel cuore delle città più cool: Milano, Parigi, Shanghai e Hong Kong.

UN NUOVO ASSETTO SOCIETARIO

Durante il festival di Sanremo 2023, che ha co-condotto per due serate, Chiara Ferragni (che dal 2021 è consigliere del Cda di Tod's) ha secondo il giornale Open messo in ordine le sue aziende, creando una sorta di capogruppo holding cui fanno capo tutte le attività. Si tratta della Sisterhood (la società di consulenza per le attività di marketing, eventi e gestione di diritti d'immagine dei talent), che già deteneva il 100 per cento del capitale della Tbs Crew, a cui è stata apportata la partecipazione della società Fenice, titolare dei diritti di sfruttamento del marchio dell'imprenditrice che è l'amministratore delegato. Come specifica Open, «ora la Sisterhood ha la gestione del brand Ferragni in tutte le sue declinazioni, dai marchi commerciali lanciati ai diritti d'immagine della stessa influencer», dalla consulenza alla gestione immobiliare e all'organizzazione di pubbliche relazioni. In arrivo anche un nuovo socio per Fenice, con l'obiettivo di crescere ulteriormente. L'impero Ferragni guarda costantemente al futuro. Intanto, approda su Amazon Prime la seconda stagione di The Ferragnez, la docuserie in chiave reality vip dedicata alla famiglia di Chiara Ferragni con il marito Fedez (sposato il 1 settembre 2018) e i figli Vittoria e Leone. Continua la saga mediatica che espande alla dimensione più intima la già nota esistenza social della coppia (il cui marchio, Ferragnez appunto, è riconosciuto dalla Treccani).

• Francesca Druidi

Chiara Ferragni, influencer e imprenditrice digitale



L'innovazione è un processo strategico per la competitività delle imprese che deve essere concepito, programmato e realizzato. La finanza agevolata è il 'boost' per accelerare e potenziare la capacità di innovare delle imprese. «Crediamo nel potere dell'innovazione di migliorare le nostre vite e creare nuove opportunità di sviluppo per i nostri clienti. Il valore che portiamo ai nostri clienti è un mix unico di competenze specialistiche per la gestione dell'innovazione e soluzioni personalizzate per l'utilizzo delle risorse di finanza agevolata» afferma Silvia Ferrari, amministratrice di Pertec Srl. Da oltre 25 anni la società di consulenza modenese opera al fianco delle imprese per favorire l'innovazione e la crescita dei propri clienti, offrendo un servizio di consulenza personalizzato per individuare e gestire le migliori opportunità agevolative adatte ad ogni realtà. «Siamo esperti nell'utilizzo dei più appropriati strumenti di finanza agevolata per dare massimo impulso all'innovazione dei nostri clienti. Operiamo con misure agevolate a procedura automatica (crediti di imposta e bonus fiscali) e a valutazione tramite bandi regionali, nazionali ed europei».

L'azienda è impegnata in un miglioramento costante dei propri servizi, perseguendo valori di etica, integrità, competenza e professionalità, mettendo sempre al centro le esigenze del cliente. Nello scenario di competizione globale e di rapida evoluzione dei paradigmi tecnologici e commerciali in cui viviamo, la leva della finanza agevolata è diventata un fattore competi-

Silvia Ferrari, amministratrice della Pertec di Modena - www.pertec.it



tivo imprescindibile, per moltiplicare le risorse a disposizione e sostenere la crescita dell'impresa. Dalla quotidiana esperienza sul campo, affiancando migliaia di imprese nel costruire e realizzare i propri progetti innovativi, Pertec ha sviluppato due servizi, 'pertecopernico' e 'pertecartesio', concepiti per portare efficienza nei processi di sviluppo dell'impresa e rendere sistematico e strutturale l'accesso alla finanza agevolata.

«Negli ultimi anni le opportunità di finanza

Finanza agevolata per innovare ed eccellere

Silvia Ferrari, amministratrice di Pertec, racconta la sua esperienza alla guida della società modenese con oltre 25 collaboratori impegnati nella consulenza per l'innovazione. L'impegno nella costante ricerca dell'eccellenza e dell'efficacia nei servizi di consulenza per la finanza agevolata, per portare valore e risultati ad imprese di ogni settore e dimensione



Gli strumenti di Pertec

Con pertecopernico e pertecartesio vogliamo mettere a disposizione dei nostri clienti le nostre competenze per pianificare il loro successo, per promuovere un accesso sistematico e strutturato alle migliori risorse di finanza agevolata

agevolata sono cresciute per numero e varietà. Di contro, la dinamica di accesso alle misure agevolative ha subito un'evidente accelerazione - spiega Silvia Ferrari, amministratrice di Pertec -. Il tradizionale approccio alla finanza agevolata, basato sull'attesa della pubblicazione dell'opportunità per strutturare la proposta, risulta inefficace e talvolta penalizzante. Per questo abbiamo sviluppato per-

tecopernico, il nostro servizio di consulenza per mettere al centro le esigenze e gli obiettivi dei nostri clienti, elaborando strategie di utilizzo della finanza agevolata di breve-medio periodo a supporto dei loro piani di investimento». Pertecopernico rappresenta un valido strumento per valorizzare al meglio le potenzialità e la strategia dell'impresa, con l'obiettivo di costruire la 'matrice delle opportunità' ed elaborare

scenari competitivi, utili a definire la migliore strategia di utilizzo della finanza agevolata. Nel contesto altamente competitivo in cui operiamo è diventato molto rischioso e costoso dedicare risorse a progetti e investimenti senza un'adeguata pianificazione delle azioni necessarie ed un'accurata analisi dei benefici perseguiti. Per supportare i clienti a costruire progetti solidi, evitando costi 'nascosti' e perdita di opportunità, Pertec ha introdotto il secondo servizio 'pertecartesio'. «Pertecartesio è il nostro servizio di consulenza per supportare ogni progetto di innovazione con un accurato cronoprogramma e un solido business plan, per minimizzare i rischi e centrare gli obiettivi, favorendo l'accesso alle migliori misure di finanza agevolata. Tante volte abbiamo visto progetti innovativi che stentavano a decollare o ad arrivare a completamento, perché inseriti in un contesto aziendale in forte crescita o perché privi di una pianificazione accurata. Con pertecopernico e pertecartesio vogliamo offrire ai nostri clienti le nostre competenze per pianificare il loro successo, per un accesso sistematico e strutturato alle migliori risorse di finanza agevolata. Passione per l'eccellenza e impegno per i risultati guidano le nostre attività di consulenza sempre al servizio dei nostri clienti».

Pertec lavora ogni giorno al fianco di imprese di ogni dimensione, supportandole nei loro investimenti in ricerca e innovazione. In oltre 20 anni di esperienza ha accompagnato nella realizzazione dei propri progetti di investimento migliaia di imprese in diversi settori industriali: dall'automotive al food, dalla meccatronica al biomedicale, dalla ceramica all'Ict. «Siamo specialisti nel fare progetti e operiamo con una metodologia semplice ed efficace: sappiamo ascoltare l'imprenditore e il management, li aiutiamo a definire gli obiettivi e identifichiamo gli strumenti di finanza agevolata che meglio possono supportare lo sviluppo dell'impresa. La nostra mission è diventare nei prossimi cinque anni i protagonisti della consulenza per la finanza agevolata come strumento per crescere e innovare. L'obiettivo è costruire una squadra competente e determinata, capace di offrire soluzioni e creare opportunità per supportare le imprese italiane in ogni fase del loro processo di evoluzione e sviluppo».

• **Guido Anselmi**

Migliorarsi sempre

Lavorare per ricercare costantemente l'eccellenza dei propri servizi con etica, professionalità e passione: sono questi gli ingredienti vincenti della squadra di Pertec. «Crediamo che le aziende debbano occuparsi del proprio core business e utilizzare le risorse agevolative pubbliche come mezzo per crescere: il compito di Pertec consiste proprio nel sostenere le imprese in modo professionale ed efficace».

La favola della principessa Azzurra

Di tenue e delicato ha solo il nome. Per il resto, Azzurra Caltagirone è una donna che per radici familiari e per storia personale ha a che fare da sempre con i colori forti e intensi del potere, della ricchezza e di un protagonismo duraturo nelle stanze più assolate dell'establishment del Belpaese. Una posizione privilegiata che nel suo primo mezzo secolo di vita compiuto quest'anno ha saputo amministrare e consolidare, capitalizzando la fortuna di essere venuta al mondo e cresciuta nella famiglia dell'ottavo re di Roma. Grazie alla corona ad honorem che cinge la testa del padre Francesco Gaetano, capace di mettere in piedi un impero economico e finanziario partendo da tre fabbricati acquistati nel lontano 1966 nella zona di Villa Pamphili attraverso la società di costruzione aperta con il cugino Gaetano e ricalcando le orme dell'onomimo genitore nel ramo dell'edilizia.

UNA GIGANTESCA HOLDING DA OLTRE DUE MILIARDI DI EURO

Da quei tre fabbricati sorgono 43 appartamenti, primo trampolino di lancio di un Gruppo che da lì in avanti realizza circa 200 complessi immobiliari di quasi 800 edifici, la cui consistenza è vicina ai 3,3 milioni di metri quadrati ed equivalente a una città di 150 mila abitanti. Negli anni Settanta variano gli equilibri azionari con il cugino Gaetano e Francesco Gaetano diviene socio di maggioranza alla pari con il fratello Edoardo. Insieme avviano una serie di operazioni finanziarie parallele all'attività edilizia che si rivelano decisamente azzeccate: la più significativa nel 1984, con l'acquisto dallo Ior della società Vianini, operante nel settore edilizio e nella produzione industriale di manufatti in cemento; seguita nel 1992 dall'acquisizione attraverso un'asta pubblica della Cementir, quarta società italiana nel comparto del cemento e del calcestruzzo. Nel frattempo, cinque anni prima, il fratello Edoardo viene liquidato dalla società e si arriva



Nella famiglia dell'ottavo re di Roma Francesco Gaetano, fondatore di un impero edilizio ed editoriale, l'ultimogenita di casa Caltagirone si è fatta largo innovando e generando valore. In mezzo, la storia-finita- con l'ex leader Udc



a metà degli anni Novanta con il papà di Azzurra che assume il pieno controllo del Gruppo Caltagirone. Altra data chiave è il 1995, quando il processo di diversificazione industriale si espande al mondo editoriale con una raffica di acquisti: prima de la Società editrice romana, Il Messaggero e Il Mattino, rilevati dal Gruppo Montedison; poi integrati nel primo decennio del Duemila con Il Corriere Adriatico e Il Gazzettino. Il tutto viene accorpato nella Caltagirone Editore, oggi secondo gruppo editoriale italiano che si segnala tra l'altro anche per la fondazione di Leggo, il primo free press stampato a livello nazionale. Un cammino di ascesa incessante che attualmente configura la Caltagirone come una holding quotata alla Borsa di Milano con un fatturato di oltre 1,5 miliardi di euro e un patrimonio netto di circa 2,1 miliardi di euro, che comprende anche i più recenti ingressi nelle Assicurazioni Generali e in Mediobanca, dove è arrivato a detenere rispettivamente l'8 e il 5 per cento delle quote.

TANTI RUOLI DIREZIONALI E DUE FIGLI CON L'EX CASINI

Innovare con creatività, generando valore per gli azionisti e senza mai perdere di vista la solidità patrimoniale è la filosofia applicata dal padre Francesco Gaetano, che permette oggi alla famiglia Caltagirone di essere una delle più influenti del panorama economico italiano. Con il primogenito Francesco a

Azzurra Caltagirone, presidente della Caltagirone Editore e vicepresidente di Caltagirone Spa

presidiare la parte "edilizia" dell'impero in qualità di presidente e amministratore delegato della Cementir Holding, il fratello Alessandro alla guida di tutte le attività immobiliari del gruppo e la sorella Azzurra appunto, la più piccola, a ricoprire una serie di ruoli direzionali fin dal termine del suo ciclo formativo concluso con il diploma in Storia dell'Arte conseguito a Londra. Subito dopo inizia la propria carriera professionale all'interno del Gruppo Caltagirone, che la proietta nel 2000 sulla sedia di vicepresidente della Caltagirone Editore, carica che ricopre tutt'ora. Attualmente è vicepresidente di Caltagirone Spa, amministratore delegato de Il Messaggero e presidente de Il Gazzettino. Inoltre oc-

cupa un posto nei consigli di amministrazione di Cementir Holding, di altre società del Gruppo Caltagirone e della Fondazione Musica per Roma. Dal mese di giugno 2016 infine, è amministratore non esecutivo di Banca Generali. Ma parlando dei passaggi salienti della storia di Azzurra, non si può naturalmente tacere del lungo rapporto sentimentale avuto con Pier Ferdinando Casini, ex presidente della Camera dei Deputati e leader di Area Popolare. Una legame, suggellato nel 2007 da matrimonio con rito civile, che li ha resi la coppia più influente della politica italiana per quasi due lustri, dopo i quali Azzurra e il marito hanno annunciato la separazione consensuale e «in amicizia» come descritto dalle cronache dell'epoca. Una decisione maturata dopo una lunga riflessione e senza troppi clamori mediatici, assunta nell'impegno comune di far crescere i due figli Caterina e Francesco in un clima di condivisione. • **Giacomo Govoni**

158 mld

Fatturato

Della Caltagirone, holding quotata alla Borsa di Milano, con un patrimonio netto di circa 2,1 miliardi di euro



Mete insolite alla ribalta

Unicità, esclusività e autenticità sono i valori su cui si fonda Only4u, attraverso i quali promuove i luoghi meno conosciuti d'Italia ma non meno ricchi di fascino. La ceo Isabella Perazzoli racconta come fare una vera esperienza sensoriale attraverso il nuovo concept "Autentico"

Nonostante la fama del Belpaese, apprezzato e conosciuto in tutto il mondo, rimangono alcuni luoghi in Italia dove l'offerta turistica è ancora piuttosto frammentaria e disorganizzata. Proprio per colmare queste lacune è nata Only4u, ideata da Isabella Perazzoli: «Ho intrapreso questo business con l'idea di applicare un processo più strutturato sul mondo del turismo rispetto a quello che è oggi – spiega l'imprenditrice -. L'Italia ha bisogno di un'offerta turistica organizzata anche per i territori poco conosciuti che sono comunque in grado di offrire tantissime risorse ai visitatori offrendo anche la possibilità di un turismo diverso, magari più orientato verso il green. Il nostro obiettivo è unire questo mondo alle mete più note e ambite del nostro territorio, e lo perseguiamo anche attraverso la tecnologia: abbiamo creato un booking engine con caratteristiche molto particolari che hanno l'ambizione di "unire l'Italia" e di consentire al cliente finale di acquistare un'esperienza in un click solo».

Quale percorso l'ha portata a ideare questo progetto?

«Vengo da una famiglia di imprenditori che operano sin dal 1922 nel settore delle perforazioni ai pozzi per acqua e nel settore dell'Oil&Gas. Dopo aver collaborato con loro come responsabile amministrativo e finanziario, nel 2015 ho iniziato un'attività personale di consulenza, orientandomi a creare una società tutta mia con alcuni amici provenienti da esperienze imprenditoriali diverse: da qui è nato Only4u nel 2016 nel Castello di Rivalta (PC), con il desiderio di portare un approccio innovativo al settore del turismo e con la convinzione che lo stesso potesse essere un motore economico importantissimo per il nostro Paese. Abbiamo cercato di trasferire il concetto imprenditoriale al turismo:



durante la mia precedente attività avevo sempre avuto modo di ospitare persone straniere, sia clienti che fornitori, e mi prestavo a portarli in giro per le città, osservando il loro stupore nel vedere posti nuovi, autentici, di cui non avevano mai sentito parlare. Da qui ho iniziato a capire che era necessario fare emergere i territori ancora inespressi per generare su di essi ulteriore valore».

Come è iniziata l'attività di Only4u?

«Only4u è partita come piccola agenzia di viaggi in Emilia e poi ci siamo espansi in Sicilia e in tutta Italia. Abbiamo approcciato le dimore storiche italiane, diventando il loro tour operator. Siamo poi diventati il punto di riferimento di tutti quei luoghi autentici e poco conosciuti che possono offrire un'enogastronomia di eccellenza unita a una stimolante offerta culturale. Only4u, attraverso l'agenzia di viaggio e il tour operator, l'organizzazione di eventi in location particolari, la consu-

lenza alle pubbliche amministrazioni, è stata in grado di creare questo mondo virtuoso e dare valore ai territori che in Italia ancora non hanno la possibilità di accedere a un vero e proprio filone turistico. È diventata in pochi anni il tour operator/dmc (destination management company) italiano che attraverso l'innovazione del settore turistico punta a promuovere la gestione integrata dei territori. Operiamo non solo offrendo servizi turistici ma soprattutto come attori di opportunità, per lo sviluppo dei territori specialmente quelli con alta vocazione turistica ancora inespressa affinché possano diventare destinazioni di pregio. Per raggiungere questo obiettivo abbiamo sviluppato cinque business unit che operano in modo integrato tra loro: l'Agenzia Viaggi-Tour Operator, ovvero un team di esperti in grado di confezionare viaggi ed esperienze tailor made veramente uniche; il settore eventi; la consulenza alla Pubblica amministrazione; il concept store Autentico; Only4u Tech».

Chi sono i vostri clienti?

«Ci rivolgiamo a una fascia medio alta di pubblico che ha una nuova idea del viaggiare: predilige luoghi nascosti, autentici, che escono da tutto ciò che è standardizzato e omologato. Lavoriamo sia per la parte B2B che B2C. B2C comprende i normali clienti che facciamo viaggiare anche all'estero, sempre sul fil rouge delle esperienze. Lavoriamo moltissimo con il B2B, con i tour operator internazionali diventando per loro corrispondenti in Italia e facendo viaggiare la loro clientela. Abbiamo

inoltre le piattaforme di welfare, organizziamo eventi per aziende su format particolari da noi creati».

Può descriverci il vostro ultimo progetto?

«Collaborando in modo stretto con gli operatori enogastronomici abbiamo avuto l'idea di creare un concept store che si chiama Autentico a Milano davanti al Cenacolo di Leonardo, qui abbiamo rac-

**Scoprire posti inediti
Siamo diventati il punto di riferimento di tutti quei luoghi autentici e poco conosciuti che possono offrire un'enogastronomia di eccellenza unita a una stimolante offerta culturale**

chiuso la selezione di prodotti italiani, piccole produzioni di altissima qualità, attraverso le quali parliamo del territorio e del produttore. Proponiamo un percorso sensoriale mediante i sapori e i profumi del nostro paese. Già toccando e degustando i prodotti, gli utenti vivono un'esperienza turistica all'interno del negozio, inoltre si può organizzare anche il viaggio alla scoperta dei luoghi in cui nascono i sapori che si sono assaggiati. Vogliamo esportare questo format anche all'estero e unire l'agenzia di viaggi a un negozio di degustazione enogastronomica». •Guido Anselmi



Isabella Perazzoli, ceo della Only4u di Cortemaggiore (Pc) - www.only-4u.it

Il booking engine firmato Only4u

Only4UTech è una start up tecnologica interna che ha realizzato un booking engine unico nel suo genere, in grado di interconnettere le singole strutture ricettive e di servizio di ogni territorio, per renderlo fruibile e acquistabile attraverso un singolo click. Tutto ciò permetterà al turista di conoscere l'offerta del territorio e configurare la propria esperienza a 360 gradi acquistandola immediatamente. Questa piattaforma sarà aperta anche al segmento B2B dei tour operator nazionali e internazionali permettendo loro di acquistare oltre alle destinazioni tradizionali, anche e soprattutto quelle meno conosciute e, sino ad oggi, meno organizzate, a beneficio della "hidden Italy" ancora autentica.

La pasta simbolo del made in Italy nel mondo

Con Teresa Mintrone, al timone insieme al marito Lorenzo Loizzo del gruppo Food Service, scopriamo i segreti di Pasta Lori. Disponibile in oltre 100 formati, si distingue per qualità, genuinità e salubrità, tanto da essere apprezzata anche sui mercati internazionali

Altamura, cittadina agricola della Murgia pugliese, è un importante centro per la coltivazione del grano duro. Un clima mite e secco e un terreno particolarmente fertile hanno contribuito a fare di quest'area, fin dai tempi più remoti, il granaio d'Italia. «La magia di questa terra e la cultura contadina hanno determinato nei secoli una lunga tradizione nella produzione della semola e della pasta di grano duro, determinando un grande vantaggio competitivo per l'azienda, che ha potuto utilizzare al meglio le risorse naturali e culturali di cui il territorio è particolarmente ricco» afferma Teresa Mintrone, titolare di Pasta Lori. Grazie alla sua posizione geografica favorevole, all'ascolto scrupoloso delle esigenze del mercato e alla capacità di creare la giusta miscela di grani, l'azienda detiene oggi un ruolo leader in questo settore.

Come è nata la vostra azienda e come si è sviluppata nel corso del tempo?

«Pasta Lori è il marchio appartenente alla Food Service Srl, azienda a conduzione familiare operante da oltre 30 anni nel settore cerealicolo, mugnaio e pastaio, oggi giunta alla terza generazione. La famiglia Loizzo ha fatto del brand Lori un simbolo di alta qualità e garanzia conosciuto in tutto il mondo. Sin dal 1997, con grande sforzo e lungimiranza, abbiamo portato avanti un progetto, realizzando un assortimento di circa 20 formati



Gli ingredienti in più

La passione per il nostro lavoro, la selezione delle materie prime, la competenza e la ricerca sono il nostro valore aggiunto

di pasta biologica con solo grani biologici 100 per cento italiani provenienti dalle regioni della Puglia e Basilicata. Abbiamo creato un prodotto di alta qualità e garanzia

che ben presto si è fatto conoscere ovunque, anche grazie al rapporto trasparente e flessibile con i clienti con cui collaboriamo. Oggi infatti Pasta Lori oltre ad affermarsi sul territorio italiano, soprattutto nel canale della ristorazione collettiva, grazie alla sua consistenza che resta inalterata anche nel veicolato, è diventata un player globale riuscendo a incontrare i gusti dei consumatori

di ben 80 paesi nel mondo».

Come concilia il suo essere donna e madre con la vita professionale?

«Collaboro a fianco di mio marito, Lorenzo Loizzo, da tantissimo tempo e devo dire che non ho mai riscontrato particolari ostacoli o problemi nel conciliare il mio ruolo di moglie e madre, tra l'altro di tre meravigliosi figli Giuseppe, Giovanni ed Eva, con la vita professionale che svolgo all'interno dell'azienda. Certo, i sacrifici e le rinunce ci sono stati, ma sono fiera di averli fatti per lasciare ai miei figli un futuro sicuramente migliore».

La vostra azienda ha sempre posto particolare attenzione a ottenere nella sua



L'organizzazione di Food Service

Il gruppo Food Service ha il controllo di ogni fase della produzione dal momento che comprende un mulino per la produzione di semola per circa 58.000 tonnellate annue con annesso pastificio per la produzione di pasta alimentare e pasta biologica con una capacità annuale di circa 30.000 tonnellate. L'azienda inoltre collabora con realtà produttrici di pasta di mais al 100 per cento senza glutine per celiaci, un'azienda che produce sughetti pronti e conserve in olio. azienda di olio extravergine di oliva, olio biologico, olio di semi di girasole e mais. Tutti questi prodotti sono disponibili sia nei marchi del gruppo (Pasta Lori, Bio Lori e Chicco d'oro) che in private label.

Il fatturato del gruppo Food Service è in continua crescita e per fornire un servizio eccellente nella consegna dei propri prodotti, per facilitare le richieste di informazione e per ragioni logistiche, possiede uffici commerciali posizionati strategicamente in tutto il mondo.



Food Service ha sede Matera
www.pastalori.it



produzione degli standard qualitativi sempre più alti. Come ci siete riusciti?

«La passione per il nostro lavoro, la selezione delle materie prime, la competenza e la ricerca sono il nostro valore aggiunto. Producendo pasta da più di 30 anni abbiamo imparato a conoscere i gusti e i bisogni dei nostri consumatori ai quali abbiamo dedicato, oltre ai prodotti tradizionali, anche prodotti biologici, pasta integrale bio e pasta senza glutine. Sicuramente uno dei nostri punti di forza è che l'integrazione tra prima e seconda trasformazione in un unico sito produttivo, ovvero la produzione di semola dedicata alla pastificazione e il trasferimento diretto della semola dal mulino all'annesso pastificio, genera molteplici vantaggi in differenti processi: programmazione generale; continuità della fornitura; garanzia di qualità costante e omogenea; controllo dal grano fino al prodotto finito; riduzione dei tempi e dei costi delle operazioni logistiche e amministrative; riduzione delle scorte e aumento della shelf life a scaffale del distributore».

Come avviene la lavorazione?

«Fare la pasta è innanzitutto un'arte ricca di

Tradizione e innovazione

Siamo sempre dalla parte del progresso ma senza trascurare i concetti su cui si fonda la tradizione. Solo così infatti si può proporre un prodotto unico, attuale ed estremamente competitivo

conoscenza e tradizione: richiede tempo, pazienza e cura. La selezione diretta delle materie prime sicuramente aiuta a ottenere un'alta qualità, ma sottoponiamo i nostri ingredienti a test di laboratorio e monitoriamo accuratamente i processi di produzione e di essiccazione. Si tratta di processi lenti per poter ottenere sempre la stessa genuinità. Con una produzione annuale di circa 30.000 tonnellate sia convenzionale che biologica, Pasta Lori rispetto alle altre paste ha una differenza significativa: grazie al 13 per cento di proteine e all'elasticità del glutine, riesce a rimanere sempre al dente».

Come viene prodotta la Pasta Bio Lori "dal Seme alla Pasta"?

«Innanzitutto per la produzione della pasta

Bio Lori, vengono scelti solo i grani migliori che le regioni Puglia e Basilicata offrono, derivati esclusivamente da colture biologiche controllate e certificate dal marchio Icea. È questa la materia prima con cui la nostra azienda lavora, al fine di portare sulle tavole di tutto il mondo un prodotto superiore, dedicato a quelli che scelgono una migliore qualità di vita. I grani selezionati, certificati e raccolti, vengono analizzati nel laboratorio strutturato all'interno dell'azienda stessa, per controllare le proprietà sostanziali del grano: proteine, ceneri, umidità e assenza di pesticidi. Il valore aggiunto delle semole biologiche utilizzate da Pasta Bio Lori è dato soprattutto dall'indice di colore giallo mai inferiore a 25, dalla granulometria calibrata e

dall'elasticità del glutine che la rendono ideale per la produzione di pasta secca di alta qualità».

Quali sono i benefici della pasta integrale?

«La ricerca del gusto e di una materia prima che sia efficiente per il corpo è da sempre al centro della dieta mediterranea. La pasta integrale biologica ne è l'esempio migliore: il risultato di una ricerca che si fonda su tradizione e benessere, declinata in una pasta ottenuta da un lavoro attento sul chicco di grano duro che una volta liberato dalle sostanze estranee e dalle impurità viene completamente macinato, conservando tutte le proprietà nutrizionali. Scegliere una pasta integrale biologica fa bene alla salute e alla natura. Integrare la pasta biologica all'interno della propria dieta è una scelta lungimirante che dà benefici soprattutto a lungo termine, a partire dal controllo del peso. Altri vantaggi rilevanti sono l'apporto di minerali e vitamine; l'agevolazione del transito intestinale grazie alle fibre; la sensazione di sazietà; il minor apporto calorico; l'indice glicemico più basso; il minor assorbimento di grassi e colesterolo».

Da sempre l'azienda si impone come obiettivo principale la salvaguardia dell'ambiente, che rappresenta la prerogativa per un futuro di benessere alimentare e ambientale.

«Siamo sempre dalla parte del progresso, ma senza trascurare i concetti su cui si fonda la tradizione. Solo così infatti si può proporre un prodotto unico, attuale ed estremamente competitivo. Abbiamo intrapreso un consistente investimento per l'installazione di pannelli fotovoltaici nel nostro impianto per la produzione di energia elettrica in autoconsumo, acquisendo una certificazione per il modello produttivo di sostenibilità ambientale. Oggi siamo al 35 per cento di utilizzo di energia alternativa. Entro fine anno utilizzeremo l'80 per cento di energia alternativa grazie all'ampliamento dell'impianto. Inoltre abbiamo instaurato una stretta collaborazione con i produttori agricoli locali, che dà vita alla filiera corta e alla produzione a chilometro zero. Anche i nostri packaging sono in linea con questa filosofia, infatti l'impiego di materie plastiche è sempre più limitato, quindi si ha un minimo spreco di energia o di acqua per il confezionamento, la lavorazione e la conservazione. Utilizziamo anche packaging plastic free e per la ristorazione il sacco carta. Altrettanto ridotto è l'impiego di carburante per il trasporto che si traduce in una minima emissione di CO2 nell'ambiente».

Quali progetti avete per il futuro?

«Da sempre siamo particolarmente sensibili verso le richieste del mercato, pertanto stiamo pensando a prodotti molto innovativi, che rispondano alle esigenze sempre più sentite di salute e benessere. Ci concentreremo sui nutraceutici, i prodotti a basso contenuto di sale e soprattutto su quelli healthy per ampliare le proposte del nostro "mangiar sano e biologico"».

• **Cristiana Golfarelli**

Le certificazioni

In Food Service ogni pacco di pasta viene esaminato con le più moderne tecnologie per il controllo della qualità, dai metal detector alle bilance elettroniche, oltre che dal laboratorio interno di ricerca e controllo, costantemente collegato con la Facoltà di Agraria dell'Università di Bari, rispettando le procedure Haccp. L'azienda effettua più di 20 analisi al giorno per monitorare la qualità delle materie prime, semilavorati e prodotti finiti.

Serietà, qualità e solidità dell'azienda sono attestate anche dalle numerose certificazioni ottenute, tra cui Iso 22005:2015 per la tracciabilità della filiera alimentare; Iso 9001:2015 per forniture derrate alimentari; Iso 14001:201 per la gestione ambientale; Ifs (International food standard); Brc per la qualità e sicurezza dei prodotti alimentari; certificazioni biologiche: Jas, Ab, Usda, Icea -Ifam; membership piattaforma online Sedex.

Tecnologia custom al servizio del cliente

Barbara Lombardo porta l'esempio della sua esperienza diretta in un settore dominato da una febbrile corsa all'innovazione, in cui assume un peso sempre più determinante la personalizzazione su misura

Personalizzazione è una parola spesso abusata. Ci sono, però, realtà imprenditoriali che ne fanno un tratto distintivo senza il quale perderebbero la propria identità e, va da sé, la propria posizione sul mercato. È il caso della padovana Camec Srl: nata 30 anni fa come piccola officina meccanica, oggi l'azienda veneta è specializzata in carpenteria medio-pesante e nella progettazione e costruzione di macchine e impianti chiavi in mano per il riciclaggio e la movimentazione di materiali. «La customizzazione in Camec rappresenta la pietra miliare su cui si fonda tutta la nostra policy aziendale – spiega Barbara Lombardo, alla guida commerciale dell'impresa –. Unità ad una grande capacità di ascolto del cliente, permette la progettazione e realizzazione di soluzioni sempre innovative e tecnologicamente avanzate. Proprio l'innovazione tecnica è il perno sul quale abbiamo fondato le tre divisioni di re-

Customizzazione
La pietra miliare su cui si fonda tutta la nostra policy: permette soluzioni sempre innovative e tecnologicamente avanzate



cycling, handling e industrial, che ci hanno consentito di costruire un prestigioso portafoglio clienti presenti in tutto il mondo. In particolare, il carattere di internazionalità si esprime nell'apertura della nuova sede in Spagna che supporta non solo il territorio locale, ma anche il mercato portoghese e di tutta l'America Latina. Infine, da un punto di vista di assistenza al cliente, abbiamo una new entry: My Camec, un programma



Camec ha sede a Cittadella (Pd)
www.camec.net

di manutenzione a più livelli con particolari condizioni e scontistiche».

Quali sono le caratteristiche principali che vi distinguono?

«Ci occupiamo di progettazione e costruzione di macchine e impianti chiavi in mano, offrendo un servizio personalizzato a 360 gradi con studi di fattibilità, simulazione 3d, revamping, assistenza post-vendita, manutenzione ordinaria e straordinaria e sistemi di supervisione e controllo impianti da remoto. Il processo produttivo completamente interno permette a Camec di essere design and build a tutto tondo garantendo al cliente il dialogo con un unico interlocutore: il controllo costante sulla realizzazione chiavi in mano del macchinario o impianto garantisce il controllo costante del processo produttivo in vista del risultato finale. Una delle nuove sfide, poi, è il carattere internazionale che Camec ha assunto negli ultimi anni. Questo ha avuto una crescita così rapida e forte da togliere quasi il fiato e, allo stesso tempo, la spinta su mercati sempre nuovi e anche più lontani ci rende orgogliosi di portare la nostra qualità completamente made in Italy in tutto il mondo».

In quale direzione si stanno evolvendo le richieste dei clienti negli ultimi anni?

«Negli ultimi anni le richieste stanno diventando sempre più specifiche e personalizzate, intendendo con ciò che se fino ad anni fa i materiali da riciclare erano i materiali più comuni che ognuno di noi poteva incontrare anche nella normale quotidianità, ora si incontra la necessità di riciclare materiali sempre più particolari come pale eoliche, pannelli fotovoltaici, tappeti di erba sintetica».

o cambi di direzione dettati dal mercato. Da qui, poi, l'importanza di investire su macchinari che siano sempre più performanti e su sistemi tecnologici che aiutino a velocizzare i processi e a ridurre al minimo i possibili errori».

Come immagina l'innovazione tecnologica nel prossimo futuro?

«Partiamo dal presupposto che noi lavoriamo su innovazione tecnica e tecnologica ogni mese, ogni settimana, ogni giorno. A parte questo stiamo preparando una grande novità per la fiera Ecomondo di Rimini di novembre, fiera italiana per eccellenza nel mondo del recycling. Porteremo un macchinario che riassumerà i 30 anni della storia di Camec che si festeggiano proprio quest'anno. Allo stesso tempo stiamo già mettendo in campo le macchine che porteremo in fiera Ifat a Monaco di Baviera per il prossimo anno 2024, che rappresenteranno l'evoluzione e la versatilità di Camec. Tutto questo è Camec: la storia di un'azienda tutta italiana, proiettata in un panorama internazionale».

• Remo Monreale

Parlavamo di customizzazione. In che modo impatta sulla vostra attività?

«La customizzazione fa parte della nostra attività e della nostra vita lavorativa come un PC o una saldatrice, una produzione versatile in qualità e quantità sarà sempre in grado di rispondere ad eventi improvvisi



Recycling, handling, industrial

Camec Srl si compone di tre divisioni, di cui la co-titolare e responsabile commerciale Barbara Lombardo ci parla entrando in dettaglio. «La Divisione Recycling nasce per lo sviluppo e la progettazione di macchine e impianti di riciclaggio per il trattamento di rifiuti industriali e urbani. Grazie a un know-how sviluppato negli anni e sostenuto da una continua ricerca tecnologica, Camec è in grado di operare in quasi tutti i settori di riciclaggio e trattamento rifiuti interfacciandosi con le più svariate problematiche. La Divisione Handling realizza macchine per la movimentazione industriale sulla base delle esigenze e delle richieste dei singoli clienti: portata, dimensioni, materiale, velocità di ribaltamento e molte altre variabili possono essere personalizzate. Infine, la Divisione Industrial si occupa di carpenteria pesante ad elevato contenuto qualitativo, con impianti ad alta automazione, ed è specializzata nella realizzazione di forniture complete di montaggio di macchine funzionanti. Partendo dall'approvvigionamento dei materiali, Camec trasforma la materia prima con lavorazioni meccaniche a disegno di alta precisione».

Autotrasporti, la sicurezza prima di tutto

Un settore strategico per definizione e spesso critico per l'elevata competizione. L'esempio di Antonietta Caso centrato «sullo sviluppo di un modello di impresa che pone alla base la centralità delle persone e la dignità del lavoro»



Puntualità, affidabilità, competitività. Tutte parole d'ordine che qualsiasi azienda tiene in massima considerazione, sinonimi di successo. Ma c'è chi fa discendere il proprio successo imprenditoriale dall'attenzione ad aspetti meno immediati eppure legati agli obiettivi squisitamente economici. Il caso di Antonietta e Giuseppe Caso, titolari della milanese Pegaso Trasporti Srl, è emblematico in questo senso. «La parola chiave è "sicurezza", su tutti i fronti – spiega Antonietta Caso –: parliamo di sicurezza delle merci trasportate, ma soprattutto sicurezza sulla strada. E fondamentale è quella del personale durante lo svolgimento delle proprie mansioni. Poniamo una maggiore attenzione su questo argomento poiché solo quando

vengono soddisfatti tutti i criteri di sicurezza, allora il risultato finale è davvero soddisfacente per tutta la filiera dell'autotrasporto, dal committente al conducente. Da qui discende la nostra massima considerazione verso temi come la salute, il rispetto delle regole, dell'etica del lavoro e dei diritti dei propri lavoratori: elementi cardine della nostra mission aziendale». La filosofia aziendale dell'impresa lombarda, dunque, punta al miglioramento continuo del proprio servizio. «Fra le linee guida che ci siamo dati – dice Caso – una delle prime è la soddisfazione del cliente e di tutto il nostro entourage. Poi, altrettanto fondamentale è il rispetto dei requisiti legislativi nazionali e internazionali, oltre che degli impegni sottoscritti nei confronti di terzi. Infine, puntualità, affidabilità, compe-

Etica e mission
La nostra considerazione è massima verso temi come la salute, il rispetto delle regole, del lavoro e dei diritti dei lavoratori

titività e qualità dei servizi erogati. Pegaso Trasporti vuole collocarsi tra le migliori aziende per i servizi di trasporto di merci per conto terzi, attraverso lo sviluppo di un modello di impresa che pone alla base del proprio essere la centralità delle persone e la dignità del lavoro. Il nostro obiettivo per il futuro è continuare a perfezionare la nostra piattaforma logistica integrandola alla nuova tecnologia che ci consenta di essere al passo con i tempi, ottimizziamo il nostro lavoro e quello dei nostri clienti e ci renda competitivi per qualità e costi di servizio». In questa ottica «nel 2015 abbiamo ampliato l'impresa con la realizzazione del servizio groupage –aggiunge Caso – e ci impegniamo anche in trasporti di collettate, svolgendo ritiri e consegne in 48/72 ore, anche di piccole spedizioni. Il tutto compiuto con il variegato parco veicoli, che rappresenta ogni tipologia di trasporto stradale, nelle regioni di Lombardia, Piemonte, Liguria, Emilia Romagna e Toscana. Sempre nel 2015, poi, è stata intrapresa l'at-

tività dedicata al settore delle lavanderie industriali, con il trasporto e la consegna di biancheria, indumenti e/o complementi, organizzati in roll».

La qualità è uno dei presupposti alla base del lavoro di Pegaso Trasporti che ha investito considerevoli risorse, come sottolinea Giuseppe Caso, «per migliorare costantemente il livello di servizio, oltre che per monitorare efficacemente i processi interni e i centri operativi. Il personale dell'ufficio operativo e il personale viaggiante sono esperti e qualificati in materia di trasporto, e sono regolarmente formati con vari corsi. Il software gestionale adottato per logistica e trasporti consente di mettere a disposizione gli strumenti necessari per una gestione facile, un ritorno rapido delle Ddt o delle prove di consegna. È inoltre possibile per i nostri clienti, conoscere la posizione della merce in consegna grazie al supporto del nostro staff e del continuo monitoraggio della flotta tramite il sistema di localizzazione collegato a una Centrale Operativa attiva 24h, (servizio svolto dalla Multiprotection Srl, Società leader in ambito Telematics & Security e Membro TAPA) presidiata esclusivamente da Guardie Giurate (GPG) che, grazie ai dispositivi antirapina e controllo rotta installati sui mezzi, garantiscono il trasporto di qualsiasi tipo di merce».

In conclusione, dovendo riassumere i punti che permettono di soddisfare le esigenze di affidabilità e puntualità espresse dal mercato «indicherei sicuramente l'enorme impegno nella gestione organizzativa e amministrativa – aggiunge l'imprenditrice –, l'attenta valutazione del personale viaggiante e, infine, l'adeguata selezione della partnership (per quanto riguarda meccanica e assicurazione sui veicoli, oltre che antifurti satellitari, sicurezza sul lavoro, sorveglianza sanitaria ecc.)».

• Renato Ferretti

La Pegaso Trasporti ha sede legale a Milano e sede operativa a Tavazzano (Lo)
www.pegaso-trasporti.it



Antonietta Caso

Un parco mezzi variegato

Antonietta e Giuseppe Caso, alla guida della Pegaso Trasporti Srl, descrivono il parco mezzi su cui la società milanese può contare per il proprio lavoro nel settore degli autotrasporti. «La Pegaso Trasporti conta più di 180 veicoli, di variegata tipologia: furgoni e motrici, semirimorchi centinati, frigo, portacontainer molti dei quali con sponda idraulica – dice Caso –. Mezzi che consentono di soddisfare tutte le eventuali esigenze del trasporto richiesto dal cliente nell'ambito di trasporti completi e/o dedicati. Disponiamo anche di un mezzo in Adr (Accordo europeo relativo al trasporto internazionale di merci pericolose su strada), adibito al trasporto extra-rete dei carburanti/oli lubrificanti, dotato di attrezzatura specifica (pompa di travaso e contaltri) per la misurazione della quantità del prodotto trasportato».

Lavoro e moda, il punto di vista di una head hunter

Oggi in Italia si evidenzia un eccesso di offerta di profili creativi rispetto a una carenza di profili tecnici. Delicata anche la transizione verso una moda sostenibile. L'analisi di Elisabetta Berla, co-fondatrice dell'agenzia Between Design Research

Oggi il mismatch tra domanda e offerta di lavoro è una grave criticità del mercato in Italia, che riguarda anche il settore della moda. Ne parliamo con Elisabetta Berla, co-fondatrice insieme a Sabrina Damassa dell'agenzia di fashion consulting ed head hunting Between Design Research.

Avete fondato Between Design Research nel 1999. Qual è stato il vostro approccio al fashion talent scouting?

«Quando abbiamo fondato l'agenzia avevamo entrambe alle spalle diversi anni di esperienza professionale in brand del lusso. La conoscenza delle particolari dinamiche di queste aziende, costrette a un ritmo intenso di produzione di creatività, ci ha facilitato a essere credibili nel proporci in veste di head hunter e consulenti. All'inizio della nostra start up ci siamo occupate soprattutto di profili creativi, facendo un lavoro di sistematizzazione di un processo di selezione in cui le scelte venivano fatte negli anni Novanta in maniera imprecisa, basata sul passaparola e non sull'analisi di competenze e soft skill. In seguito, il nostro raggio di azione si è ampliato e oggi ci occupiamo di tutte le professioni che operano all'interno delle aziende del settore moda, dai C-level ai tecnici».

Quali sono i profili oggi più richiesti e le competenze che fanno la differenza?

«Oggi il mercato è molto segmentato. Il successo di un marchio è determinato da una col-

Elisabetta Berla, co-fondatrice Between Design Research



laborazione stretta tra diverse competenze: brand direction, stile, merchandising e dalla possibilità di adottare una visione a lungo termine, la cui immagine sia riconoscibile».

Oggi il mismatch tra domanda e offerta di lavoro in Italia è particolarmente significativo, anche nella moda. Per quali ragioni si è giunti a questa situazione e quali soluzioni possono essere messe in campo?

«Le rispondo parlando del mondo dello stile: le scuole di moda hanno per anni investito in corsi costosissimi dedicati al design, accogliendo studenti che provenivano da ogni parte del mondo, in particolare dall'Asia. Nessuno ha mai pensato di proporre seriamente delle alternative allo stile, alternative di professioni più tecniche. Penso ai modellisti, sempre molto richiesti in quanto difficili da reperire. Il Giappone, ad esempio, ha formato una generazione di modellisti che tutto l'Occidente invidia. Ma non basta formare, bisogna nobilitare queste professioni che agli occhi di chi vuole intraprendere una carriera nella moda paiono ancora minori. Nel campo della sostenibilità, solo da qualche anno esistono corsi di master e un solo corso triennale collegato con la Fondazione Pistoletto in Piemonte, che forma professionisti esperti in filiera tessile sostenibile».

Between Design Research ha realizzato una serie di lezioni online dedicate pro-

con due obiettivi: il primo è quello di proporre masterclass tenute da professionisti che si occupano di sostenibilità relativa al mondo della moda; il secondo, di costruire un archivio di persone che occupano posizioni chiave nella transizione delle aziende verso questa nuova frontiera. La formazione è la restituzione dell'esperienza accumulata in vent'anni di attività; ne beneficiano i giovani professionisti a cui diamo consulenza su come performare nei colloqui di lavoro, i neo laureati a cui forniamo consigli per affrontare la professione e gli studenti durante i seminari di fine corso a cui partecipiamo. L'internazionalizzazione ancora oggi è uno degli stimoli più forti della nostra attività. Operiamo in due ambiti: da un lato, c'è la volontà di conoscere com'è strutturato e come si evolve il mondo dei creativi in tutte le sue declinazioni (prêt à porter, accessori, calzature) attraverso il costante contatto con i professionisti, a partire dagli emergenti in uscita da scuole internazionali fino a chi lavora ad alti livelli nei brand del lusso europei. Interessante anche il network sviluppato attraverso le giurie nelle scuole e nei concorsi di moda più significativi in Europa. Dall'altro, in maniera assolutamente pionieristica, c'è stata la voglia di esportare il nostro modello di attività in Cina e questo ha comportato l'immersione in una realtà fatta di aziende di dimensioni e dinamiche per noi inimmaginabili. Abbiamo iniziato a lavorare con i gruppi cinesi nel 2007 e abbiamo aperto insieme a una collega cinese la sede di Shanghai nel 2014».

Between Design Research è stata la prima a introdurre professionisti della moda nel mercato cinese. Come avete sviluppato questo dialogo nel corso degli anni? Con quali opportunità e criticità?

I modellisti, profili molto richiesti ma difficili da reperire

Bisogna nobilitare queste professioni che agli occhi di chi vuole intraprendere una carriera nella moda paiono ancora minori. Il Giappone, ad esempio, ha formato una generazione di modellisti che tutto l'Occidente invidia

prio a chi vuole lavorare nella moda sostenibile.

«La sostenibilità è ormai un percorso irrinunciabile sia per questioni di legislazione che per motivi etici. Il percorso si è tuttavia rilevato più difficile e lento di quanto avessimo previsto e forse alla maggior parte delle aziende non sono ancora chiare quale siano le priorità di investimenti da adottare. Anche in questo la nostra società può aiutare le aziende a fare scelte maggiormente adatte a loro».

Sostenibilità, formazione e internazionalizzazione sono i tre pilastri della vostra agenzia. Come si declinano in concreto nella vostra attività?

«Restando sul tema della sostenibilità, durante il primo lockdown insieme alle colleghe dell'ufficio di Shanghai abbiamo creato una piattaforma on line gratuita, Between Conscious,

«Siamo senz'altro state pioniere dello headhunting per i gruppi di moda cinesi e all'inizio abbiamo pagato caro il prezzo della nostra intraprendenza. Siamo da poco rientrate dal primo viaggio a Shanghai dopo la pandemia. Abbiamo trovato un paese trasformato, meno globale più locale. Molti stranieri sono tornati in Europa ma oggi, con la riapertura, le opportunità per chi è rimasto sono estremamente interessanti. In questi anni Between Cina ha guadagnato credibilità e ampliato il numero di clienti fidelizzati. Siamo convinte ci sia ancora molto lavoro da fare. Per conquistare i clienti asiatici una chiave fondamentale è il tempo, le relazioni si costruiscono negli anni, cena dopo cena, incontro dopo incontro».

• **Francesca Druidi**

Pucci, la casa gioiosa e imperfetta

Sono i due principali attributi che Camille Miceli, prima direttrice artistica donna della maison fiorentina, intende valorizzare. Una personalità eclettica e trasversale, "svezzata" alla corte di giganti quali Chanel, Vuitton e Dior

Una militanza trentennale nel mondo degli accessori e gioielli di grandi brand come Dior e Vuitton. Con questo bagaglio professionale, accumulato per lo più lontano dalle luci della ribalta, si è presentata Camille Miceli alla corte di Emilio Pucci, blasonata maison di moda fiorentina che a settembre di due anni fa ha scelto di affidarle il posto di direttrice artistica. La



shion community, la 52enne di sangue per metà italiano e per metà transalpino riprende così il controllo a tempo pieno del timone della fashion house fiorentina, dopo che per cinque anni era stato governato a singhiozzo da guest designer quali Christelle Kocher e Tomo Koizumi. E mettendo al servizio di Pucci una personalità eclettica e trasversale di cui si coglieva il valore fin dagli albori della sua carriera, cominciata da giovanissima con uno stage presso Azzedine Alaïa. Appena maggiorenne fa il suo ingresso ufficiale nel mondo della moda occupandosi di relazioni pubbliche per Chanel e poi, otto anni più tardi, da communication director di Louis Vuitton assunta direttamente da Mark Jacobs. Nel 2009 è la volta di Dior couture, dove vive una parentesi professionale in qualità di director for fashion jewellery and creative consultant for leathers goods lunga cinque anni, per poi rientrare da Vuitton sotto il corteggiamento serrato dell'amico Nicolas Ghesquière come responsabile creativo delle linee gioielli, occhiali e piccola pelletteria. «Quando lavori per case come Dior e Vuitton hai delle chance enormi di confrontarti con persone con un grande savoir faire» sottolinea Camille Miceli, che finora ha dimostrato di non lasciarsene sfuggire alcuna facendosi apprezzare

Camille Miceli, direttore artistico di Pucci



prima donna a ricoprire questo incarico in oltre 70 anni di storia di un marchio oggi appartenente al 100 per cento al gigante francese del luxury LVMH, che tre anni fa l'ha acquistato. Lasciando un terzo delle quote nelle mani di Laudomia Pucci, figlia del fondatore Emilio che fu marchese di rango sociale e stilista e politico di mestiere, oltre che aviatore pluri-decorato con tre medaglie d'argento al valor militare.

UNA CAPACITÀ MAGNETICA DI ISPIRARE I GRANDI DESIGNER

«Emilio Pucci per me è la casa della gioia, delle stampe e del lifestyle, rappresenta tutto il bello dell'Italia» ha affermato Camille Miceli al momento della nomina, fortemente voluta dal numero uno di LVMH Sidney Toledano che ne aveva notato il buon gusto e il talento già messi in mostra in altre maison del gruppo. Quotatissima tra i migliori insider della fa-

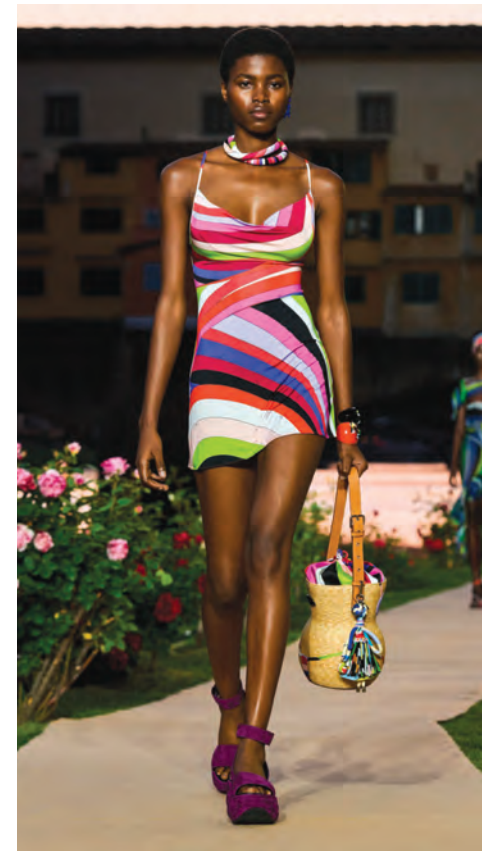


molto dagli addetti ai lavori per la sua capacità magnetica di ispirare grandi designer, di suscitare emozioni attraverso le sue produzioni e, in più circostanze, di smussare gli angoli imperfetti di un brand e ricondurli a un gusto e a una forma più in linea con i nuovi desiderata del pubblico.

DALLA RISCOPERTA DELL'HERITAGE AL "SEE NOW, BUY NOW"

La stessa missione che ora Camille Miceli conta di portare a compimento in casa Pucci, lavorando al rilancio delle sue collezioni verso nuovi mercati e con una cifra in grado di soddisfare bisogni immediati, ma tenendo sempre come stella polare il grande archivio di concept e abiti disegnati dal fondatore Emilio. «L'heritage della maison- spiega Camille Miceli- rappresenta per me una principale fonte di ispirazione: parto dalle stampe, vado in archivio proprio perché voglio lavorare sui disegni originali, poi li rielaboro manualmente senza computer per non perdere l'imperfezione del disegno fatto a mano. Come direttrice artistica credo sia fondamentale avvicinarci al marchio, non

viceversa, averne rispetto e tradurne il suo dna». Un'operazione di riemersione della brand identity attraverso le suggestioni visionarie e psichedeliche della prima ora, che spiega chiaramente la scelta di Camille Miceli di ambientare a Firenze il suo debutto sulle passerelle. «Initials E.P.» il titolo della collezione presentata l'altra settimana nella sede della Società Canottieri sulla riva dell'Arno, che rievoca lo stemma nel logo disegnato da Emilio Pucci nel 1971 per l'equipaggio dell'Apollo 15, la quarta missione dell'uomo sulla superficie lunare. Materiali pregiati, abiti leggeri e fluenti, stampe anche su denim, maglieria, costumi e accessori (dalle borse ai gioielli) compongono lo stile per la primavera-



estate 2023 che la mente di Camille Miceli ha concepito per essere vissuto durante l'intera giornata e non solo nelle occasioni particolari. «Immagino un moderno modo di essere e di muoversi, un guardaroba ultracontemporaneo che affonda le radici nella storia della maison Pucci. La mia idea è che le collezioni seguano la vita di una famiglia durante tutto l'anno, dalle otto della mattina alle quattro di notte». Capi sostenibili e senza steccati generazionali, immaginati dall'estro di Camille Miceli indosso a donne che amano osare e per riposizionare il brand verso un paradigma "see now, by now" dopo anni in cui è rimasto confinato in una nicchia glamour e sofisticata. • Giacomo Govoni

Un guardaroba ultracontemporaneo

«La mia idea è che le collezioni seguano la vita di una famiglia durante tutto l'anno, dalle otto della mattina alle quattro di notte»

Anche la suola diventa intelligente

Dami, azienda marchigiana produttrice di fondi per calzature da oltre 50 anni, ha presentato i primi esperimenti di intelligenza artificiale per la prototipazione delle suole. Elisabetta Pieragostini, direttrice generale di Dami ci racconta le ultime novità della sua azienda sempre al passo con l'innovazione tecnologica e sempre più orientata verso materiali green

Il made to measure dell'intelligenza artificiale permette di riportare la persona al centro della produzione, tracciando scenari in cui devono essere gli ambienti e le macchine ad adattarsi alle persone e non viceversa, sviluppando soluzioni ritagliate sui bisogni dei clienti: questo Dami, importante suolificio di Sant'Elpidio a Mare, lo ha capito molto bene e ne ha fatto la sua mission aziendale.

L'azienda, che affonda le sue radici nelle botteghe artigiane del Trecento, è nata alla fine degli anni 60 per mano di Alberto Catalini e Ennio Pieragostini come laboratorio adibito a tranceria cuoio, oggi è guidata da quattro donne: Elisabetta e Daniela Pieragostini ed Elisa e Michela Catalini, figlie dei fondatori dell'azienda. «Siamo la nuova guida femminile - spiega Elisabetta Pieragostini - di una grande azienda familiare che ha attraversato oltre mezzo secolo di storia credendo nel valore dell'innovazione. Per noi Dami non è solo un'impresa: stiamo creando un nuovo modello di business rispettoso dell'ambiente, delle persone e della comunità. Siamo fiere di essere un'azienda femminile sostenuta da valori importanti come la socialità, la cooperazione, la mentalità innovativa, l'empatia, l'inclusività».

Elisabetta Pieragostini, direttrice generale della Dami di Sant'Elpidio Mare (Fm) - www.dami.it



Donne coraggiose, oltre che cugine e sorelle, e lungimiranti, che hanno capito l'importanza dell'innovazione tecnologica e delle nuove frontiere che attraverso di essa si possono aprire anche nel settore della moda e in particolare nella calzatura.

Grazie a loro l'azienda riesce a stare al passo con l'evoluzione tecnologica, abbracciando i sistemi di intelligenza artificiale per l'ideazione di fondi per calzature. Spinte da una forte volontà di innovare, cercano sempre di introdurre nuove tecnologie per essere più competitive e performanti nel realizzare i prototipi e le suole per i propri clienti.

«Il vecchio concetto di azienda cominciava ad essere un po' riduttivo per noi e per le nostre ambizioni, oggi infatti cerchiamo di proporre un nuovo modello di business, che contempla anche uno sguardo attento verso l'ambiente e il benessere della società, con una nuova filosofia aziendale che si colora di verde. Perseguendo questi obiettivi green è nato il DWay, una sorta di agenda di eco sviluppo che si esplica completamente nel DLab, un laboratorio di ricerca e sviluppo, stimolante e creativo, dove testiamo i materiali, progettiamo i modelli, creiamo prototipi, spingendo i nostri clienti a perseguire un'ottica improntata sulla sostenibilità ambientale coniugata al design e alla funzionalità. Mettiamo comunque sempre al centro la qualità. Con un percorso di innovazione che parte dalle persone e prosegue nel processo fino ad arrivare al prodotto, rispondiamo ai bisogni e ai desideri dei nostri clienti. L'innovazione scaturisce dalla formazione delle persone che lavorano con Dami, perché crediamo che crescere insieme, come squadra, sia la chiave per un successo duraturo».

L'azienda produce fondi per calzature con design molto personalizzati ad alta tecnologia. Ricerca sempre materiali all'avanguardia, senza mai perdere di vista la funzionalità, l'estetica e l'ambiente.

«Siamo l'evoluzione di un progetto per la produzione di suole, nato dall'unione tra l'esperienza consolidata nel distretto calzaturiero marchigiano e la creatività maturata in contesti internazionali. Le nostre suole si adattano ai cambiamenti delle condizioni meteorologiche, sono realizzate con materiali specifici, leggeri e traspiranti oppure più caldi e resistenti all'acqua. Vengono sempre garantiti massimo comfort e sicurezza per offrire un prodotto di qualità, altamente performante, esteticamente piacevole e duraturo. Utilizziamo diverse tipologie di materiali, tra cui Eva, Pvc, Tr, Tpu.



Tecnologie del futuro

Oltre a disegnare le nuove prospettive della customized production e ad aprire le porte alla realtà aumentata, Dami si propone con il made to measure dell'artificial intelligence di riportare la persona al centro della produzione

Ogni materiale viene rigorosamente testato per verificare la resistenza, la capacità di assorbire gli urti e la traspirabilità. Siamo in grado di proporre la soluzione più adatta ad ogni esigenza e tipologia di calzatura. La durabilità e il comfort sono sempre al primo posto nella nostra produzione di fondi e suole per calzature».

Ma Dami si è spinta molto oltre e ha cominciato a sperimentare anche le grandi potenzialità che l'innovazione tecnologica può portare nel mondo della calzatura e in occasione di Lineapelle, la più importante

fiera internazionale di pelli, accessori e tessuti, ha presentato i primi modelli di intelligenza artificiale applicata alla prototipazione delle suole.

«Nelle operazioni di prototipia, attraverso l'inserimento di alcuni parametri, gli algoritmi restituiscono automaticamente il più adatto, quello che chiamiamo il best fit, tra il modello di suola ipotizzato e quello che più si conforma alle specifiche esigenze richieste. Si tratta di un'innovazione dei processi produttivi che consente di progettare interamente fondi per calzature con una

Parità di genere

La parità e l'inclusione, oltre che indubbia valenza etica, hanno per Dami un valore strategico per l'efficacia e l'efficienza dell'impresa e sono certamente una buona nuova strada.

«Abbiamo scelto di intraprendere un costante e visionario investimento sulla valorizzazione delle risorse umane e in questa logica parità e inclusione sono semplici ed obbligati passi verso una nuova idea di azienda: umanistica e votata a un ruolo virtuoso di società benefit - spiega Elisabetta Pieragostini -. Dal 2022 Dami ha conseguito la certificazione sulla parità di genere Uni/PdR125:2022. Un piccolo passo verso il futuro che vogliamo contribuire a costruire».

procedura completamente informatizzata, aumentando i prototipi disponibili e le possibilità di ingegnerizzazione e industrializzazione. Si crea così una suola intelligente. Oltre a disegnare le nuove prospettive della customized production e ad aprire le porte alla realtà aumentata, Dami si propone con il made to measure dell'artificial intelligence di riportare la persona al centro della produzione».

La nuova collezione propone colori nitidi e solari, che fanno emergere un gusto giovane e fresco e consapevole, volto a privilegiare tinte verdi, arancio e glicine. Sandali bassi, mocassini, running, intonati al dinamismo di chi avanza i propri passi senza nessuna paura del futuro.

In particolare due sono i modelli di scarpe: le scarpe alate e i boot lunari che partono dall'idea dello scarpone dell'uomo che può arrivare sulla luna, per fare capire come l'innovazione tecnologica può portare a raggiungere obiettivi assolutamente ambiziosi. Le scarpe con le ali sono stivali alati che esprimono il concetto del sogno divenuto realtà.

Dami è inoltre molto attenta all'impatto ambientale, infatti la sostenibilità e la qualità sono fattori fondamentali nella produzione delle sue soles. «Per garantire la massima sostenibilità nella produzione delle nostre soles utilizziamo materiali green ed ecosostenibili.

Seguiamo standard elevati, dalla ricerca dei materiali all'attenzione nell'evitare gli sprechi. La nostra mission infatti è quella di promuovere la sostenibilità ambientale in ogni sua forma per contribuire a un futuro migliore per tutti».

La certificazione Grs - Global Recycled Standard, che copre l'intera catena di fornitura, garantisce che i prodotti di Dami siano realizzati secondo standard elevati di sostenibilità e che il contenuto di materiali riciclati sia stato verificato. La spinta green dell'azienda si riflette in tanti progetti dal Recycled Eva, realizzato per il 20 per cento da scarti di fondi per calzature. Nature Bio derivanti da compound bio based, Re Sole ricavato dal riuso di materiali di scarto in Tpu e Tpu, ai fondi realizzati con la bioplastica derivante da microalghe in eccesso, una componente che può trasformare il fenomeno delle proliferazioni alcali da problema in opportunità, un espanso flessibile ed alte prestazioni. Altra versione ecofriendly del reale è restituita dal liquid wood, lignina pura o associata a fibre naturali, che garantisce ottime performance ambientali rispetto ad altri polimeri. Infine il PA2200 Polyamide 12, prototipo di tessuto stampato in 3d: la texture ricorda la pelle dei rettili, così come la flessibilità e la resistenza, oltre alla solidità, alla durezza e alla biocompatibilità della struttura che è perso-



Il coraggio di un'impresa al femminile *La ceo di Dami ha spinto l'acceleratore sull'innovazione tecnologica aprendo l'azienda a nuove importanti opportunità commerciali e sulla formazione continua del personale*



La Carta Eco-Etica

Dami è la prima azienda a dotarsi di una Carta Eco-Etica con la quale si impegna a legare il business alla più nobile causa del miglioramento della qualità della vita del nostro Pianeta.

I principi su cui si fonda la Carta Eco-Etica di Dami, attraverso la quale si esprime la strategia For Better Living, sono: Be Innovative con il quale l'azienda si impegna ad aver sempre un approccio innovativo e ad orientarsi verso un miglioramento continuo; Promote Low Waste per promuovere il risparmio in tutte le sue forme ed eliminare gli sprechi aziendali; Promote Respect per stimolare il rispetto verso tutti.

nalizzabile in un'ampia varietà di forme e grandezze ed è Skin contact.

«Fondamentale è l'utilizzo delle stampanti 3d, grazie alle quali abbiamo una lunga serie di vantaggi che vanno dal realizzare una prototipazione rapida, alla personalizzazione dei manufatti, ad un recupero di materiali biologici e riciclabili, alla netta riduzione degli sprechi di materiali, riduzione delle emissioni di carbonio e aumento delle soluzioni creative. Ci consente inoltre di poter realizzare qualunque forma, taglia, colore di fondi per calzature, personalizzati e su specifica richiesta del cliente, in tempi rapidi e tempestivi. Grazie alle strutture in lattice, le nostre soles fanno passi da gigante, mantenendo le caratteristiche tecniche del Tpu usato anche nella produzione tradizionale, ma con una struttura di suola reticolare e ad alveare, alleggerita nel peso e più confortevole. Un altro aspetto che ci preme sottolineare è la realizzazione della prima rete d'impresa del distretto calzaturiero marchigiano nel settore accessori che è nata qualche mese fa proprio da Dami, Del Papa e Top Model. Queste connessioni e interrelazioni sono le vere chiavi del futuro e possono davvero stimolare i cambiamenti effettivi delle imprese».

A Lineapelle, Demi ha presentato la nuova collezione realizzata con materiali eco friendly, dalla bio plastica derivante da microalghe in eccesso al liquid wood, un polimero composito, termoplastico ottenuto da lignina, cellulosa e fibra di lino. E il futuro cos'ha in serbo per l'azienda marchi-



giana? «È sempre più evidente l'idea di un modello di società in movimento capace di transitare verso uno sviluppo responsabile – conclude Elisabetta Pieragostini -, e si intuisce anche dalla collezione Dami autunno inverno 2023/2024 che suggerisce un ritorno al city style e alla street fashion, tendenze sorte direttamente dai mutamenti sociali, oggi tornate d'attualità per identità plurime ma consapevoli di un medesimo cammino comune». • **Cristiana Golfarelli**

Fendi, uno dei luxury brand più prestigiosi sulla scena globale, sarà lo special guest di Pitti Uomo 104. Presenterà la collezione uomo Primavera/Estate 2024 in una sfilata speciale- su invito- in programma nel tardo pomeriggio del 15 giugno presso la recentemente inaugurata Fendi Factory, il polo d'eccellenza della maison nel cuore della campagna toscana a Capannuccia (Bagno a Ripoli). «Sono entusiasta che la prossima sfilata uomo si tenga in una location per me così speciale, il cuore pulsante di Fendi, un luogo simbolo della creazione dove sviluppo, innovazione, formazione artigianale e produzione sono uniti sotto lo stesso tetto. Sarà un'occasione unica per vedere i nostri prodotti prendere vita proprio nel luogo in cui i nostri artigiani li realizzano, ponendoli per quel giorno al centro della scena», ha commentato Silvia Venturini Fendi, direttore artistico degli accessori e del menswear della maison romana.

QUANDO LA MODA È UN AFFARE DI FAMIGLIA

Sin dal 1918, quando Adele Casagrande aprì un laboratorio di pellicce a Roma, il marchio è condotto da donne. Fondato ufficialmente nel 1924 da Adele e suo marito Edoardo Fendi, si sviluppa alla fine della seconda guerra mondiale sotto la gestione delle cinque figlie della coppia, Paola, Anna, Franca, Carla e Alda, che Federico Fellini adorava chiamare "fendine". Silvia Venturini Fendi, esponente della terza generazione della famiglia, ricorda con ammirazione la nonna Adele: «Sapeva esattamente quello che voleva. Era il vero capo della famiglia e io ho sempre nutrito tantissimo rispetto per lei; era davvero una donna molto astuta». Anche la madre Anna, la secondogenita, ha incarnato un esempio importante. «Lavorava notte e giorno. Per una donna, essere al capo di una compagnia e riuscire a ottenere i grandi successi che aveva, significava dover lavorare tre volte più duramente di quanto un uomo avrebbe dovuto fare». Nata nel 1961, Silvia Venturini Fendi respira moda fin dall'infanzia, gioca nell'atelier e, a sei anni, posa per una campagna pubblicitaria indossando un bomber in castoro e un cappello abbinato. Ha solo quattro anni quando, nel 1965, Karl Lagerfeld diventa direttore creativo della maison, esercitando su di lei e sul marchio

Silvia Venturini Fendi, direttore artistico degli accessori e del menswear della maison romana



F come Fendi e famiglia

Guida stilistica del menswear e degli accessori del marchio special guest al prossimo Pitti, Silvia Venturini Fendi è una figlia d'arte che ha saputo mantenere immutata l'identità di un'azienda simbolo della moda italiana all'interno del gruppo Lvmh



La Baguette, una it-bag che non smette di fare tendenza

Celeberrima è la scena di Sex and the city in cui la protagonista, Carrie Bradshaw, chiede al rapinatore di non prendere la sua Baguette

un'influenza rivoluzionaria. «Pensavo fosse un mago», racconta Silvia Venturini Fendi. «Era incredibile cosa potesse fare con un foglio di carta bianco e una matita, non ho mai visto nessuno fare uno schizzo tanto bene e tanto velocemente. Ogni qual volta c'era Karl, piuttosto che rimanere a casa a giocare con le bambole, facevo di tutto per farmi portare lì da lui». Un sodalizio quello tra il brand romano e il designer tedesco che durerà fino alla scomparsa dell'uomo, avvenuta nel 2019. Sua è l'ideazione dell'iconica doppia F del logo che racchiude l'anima di Fendi, impostosi nel panorama internazionale come sinonimo di lusso e qualità senza tempo.

LA FORZA DEL SODALIZIO CREATIVO

Con un mentore come Karl Lagerfeld, summa di genialità creativa, la giovane Fendi studia a Londra e in Italia per poi ricevere un'ampia formazione in tutti gli aspetti aziendali. Fa il suo ingresso ufficiale lanciando la linea Fendisime (1987), in cui le pellicce si mischiavano con lo sportswear in maniera anticonformista. La stilista ha modo di perfezionarsi, lavorando al fianco di Karl Lagerfeld nella direzione creativa del marchio e nel 1994 diventa responsabile degli accessori. Nel 2001, anno in cui l'azienda diventa parte della divisione Fashion & leather Goods del portafoglio del

gruppo francese Lvmh, diventa responsabile anche del menswear e della linea bambino. Dopo la scomparsa di Karl Lagerfeld, Silvia Venturini Fendi ricopre il ruolo di unico direttore creativo fino alla nomina del britannico Kim Jones, responsabile delle collezioni di alta moda, prêt-à-porter e pellicce per donna.

LE BORSE ICONICHE SIMBOLO DI FENDI

A Silvia Venturini Fendi si devono grandi successi della maison. Ad esempio, la linea Selleria, che riprende la tradizione dei maestri sellai, ma soprattutto una lunga serie di modelli di bag timeless, tra cui spiccano la Baguette e la Peekaboo. Scigno morbido dalla forma rettangolare, dotato di un manico corto che permette l'incastro sotto le braccia, richiamando l'abitudine francese di portare il pane di ritorno dalla spesa, la Baguette, creata nel 1997, diventa presto una it-bag che ancora oggi non smette di fare tendenza. Celeberrima è la scena di Sex and the city in cui la protagonista, Carrie Bradshaw, chiede al rapinatore di non prendere la sua Baguette. A renderla un oggetto di culto è la produzione in numerose versioni. «La scelta di realizzarla in tante versioni diverse ci ha portato a dover ragionare fuori dalle tradizionali logiche di produzione. La conseguenza immediata è stata la scarsità che a sua volta ha fatto sì che si creassero

delle ricerche spasmodiche di una versione piuttosto che di un'altra, liste d'attesa infinite», ha spiegato Silvia Venturini Fendi a Vogue Italia. Per la stilista la Baguette è stata fondamentale, anche a livello personale. «Perché essere "figli di" ti porta sempre a degli equivoci», ha rivelato alla rivista MFF. Altrettanto clamoroso è il successo di Fendi Peekaboo, che unisce tradizione artigianale, sperimentazione e creatività. Questa It-Bag, presentata per la prima volta nel 2009, è costruita con una chiusura a girello posta su entrambi i lati e il peso degli elementi metallici sulla nappa leggerissima fa sì che resti sempre aperta, creando l'iconico "sorriso" che ne svela l'interno. Un'icona senza tempo, anche questa oggetto di molteplici reinterpretazioni.



Sarah Jessica Parker sul set di And Just Like That il sequel di Sex and the City con il ritorno della famosa Fendi Baguette

LA STORIA CONTINUA NEL SEGNO DELLE DONNE

Talent scout eccezionale- ha coltivato talenti del calibro di Alessandro Michele, Pierpaolo Piccioli, Maria Grazia Chiuri, Virgil Abloh e Giambattista Valli- e presidente di Altaroma, Silvia Venturini Fendi sta conducendo verso il futuro la maison, dove oggi lavora la quarta generazione di famiglia. «È meraviglioso lavorare con mia figlia (Delfina Delettrez Fendi). Essendo una madre che sa cosa significa il fardello dell'essere figlia d'arte, quindi lo scetticismo della gente, che tende a non valutare obiettivamente la persona in quanto tale, non le avrei mai proposto di lavorare in azienda. È stato Kim Jones, allora, a chiedermi il permesso di inserirla nel team (alla direzione stilistica dei gioielli del marchio, ndr)», ha confessato la stilista a MFF. • **Francesca Druidi**

Un evento speciale è degno di un palcoscenico altrettanto straordinario. Che sia un evento aziendale, una convention, un matrimonio, una ricorrenza o un qualsiasi altro momento che meriti di essere celebrato e vissuto come un'esperienza memorabile. Dall'idea iniziale all'elaborazione e realizzazione, tutte le fasi devono essere curate nei minimi dettagli. «Parte dell'attività quotidiana di un'agenzia di organizzazione di eventi - spiega Carolina Santarelli, ceo di Affresco Events Group - consiste proprio in questo: scegliere una cornice, una destinazione, un luogo capaci di accogliere un evento, raccontare la cultura del nostro straordinario paese e saperle presentare come quadri. Non a caso abbiamo scelto questo nome: come artisti davanti a una tela, con tavolozza e colori in mano, il team di Affresco, composto da talentuose professioniste, disegna in modo unico ogni evento. Expertise, creatività e stile sono i nostri punti di forza».

Chi è Carolina Santarelli?

«Per capirlo è necessario guardare attraverso le mie origini italo-americane: papà italiano e mamma americana mi hanno trasmesso il meglio di entrambe le culture, modellando la mia natura poliedrica e innata curiosità, portandomi a guardare al di là di ogni confine, sempre alla ricerca di nuove idee. Credo nelle donne, nella nostra forza: cerchiamo e troviamo bellezza e

Carolina Santarelli, ceo e founder di Affresco Events Group che ha sede a Montelupo Fiorentino (Fi) - www.affresco.it



Fare vivere un'autentica luxury experience

Bellezza, creatività ed eleganza sono le caratteristiche che Carolina Santarelli, ceo e founder di Affresco Events Group, esprime nel proprio lavoro, consapevole che la presenza di questi elementi permette di vivere in modo profondo l'emozione di ogni evento



Una società al femminile

Le nostre professioniste portano avanti giorno per giorno l'obiettivo di offrire ai clienti un nuovo modo di vedere l'Italia, creando itinerari e allestimenti fuori dall'ordinario, regalando scenari sofisticati e grandi emozioni

raffinatezza in ogni cosa, e proprio per questo ho fondato una società tutta al femminile, con professioniste dotate di grande cultura, grinta, talento, che portano avanti, con me, giorno per giorno l'obiettivo di offrire ai nostri clienti un nuovo modo di ve-

dere l'Italia, creando esperienze ed allestimenti fuori dall'ordinario, disegnando scenari sofisticati e di grande effetto. Il sorriso, lo stupore, le emozioni dei nostri clienti riescono ancora, dopo tanti anni, a riempirmi di gioia».

Di che cosa si occupa la vostra azienda?

«Nel 1993, coniugando la grande passione per il mio lavoro con la visione strategica del business, ho fondato Affresco Events Group, una destination management company radicata in Toscana ma specializzata nella realizzazione di eventi in tutta Italia, espressione di una sinergia perfetta tra competenze e originalità, capace di garantire risultati straordinari e su misura. Da oltre 30 anni, in partnership con esperti di comunicazione, collaboriamo con aziende leader in tutto il mondo nella progettazione di manifestazioni ed eventi artistici e culturali, incentive, convention, meeting, lanci di prodotto e eventi di gala. La nostra

formula di 'Travel designing' è il risultato di una conoscenza capillare del territorio italiano e di tutte le migliori realtà ricettive in ogni destinazione e offre, attraverso la nostra rete di esperti locali, un accesso privilegiato nel cuore della più autentica cultura ed eccellenza italiana».

Come definirebbe il vostro approccio all'organizzazione di un evento?

«Il nostro è un approccio trasversale che può declinarsi in cinque diverse identità: Affresco Corporate, Affresco Wedding, Affresco Chic Celebration, Affresco Life Style ed Event-in-a-Box. Cinque modi diversi, un unico fil rouge: rendere memorabile ogni esperienza. L'ultima divisione, nata nel 2020 inizialmente per fronteggiare il difficile momento dell'events industry durante la pandemia, progetta e produce scatole e items su misura per rendere l'evento virtuale interattivo e farne una vera esperienza "phigital". Oltre a questo, il nostro preparatissimo team grafico crea e adatta ogni packaging al tema richiesto, considerando il gifting parte integrante dello storytelling di ogni celebrazione. Tra i nostri più originali laboratori scenografici, immersi in atmosfere uniche, sono orgogliosa particolarmente delle tavole a tema che hanno riscosso grande successo anche in televisione, nelle nostre presentazioni a Uno Mattina su Rai 1».

Qual è il compito principale per un organizzatore di eventi?

«Il compito dell'organizzatore di eventi è quello di non lasciare mai nulla al caso, non ci sono dettagli scontati o secondari, ciò che sembra ovvio non lo è mai in un evento. La fase iniziale è come un disegno su una tela bianca, si tratta di accompagnare i nostri clienti attraverso in un viaggio immaginario, con l'aiuto di visuals, moodboards e contenuti. Raccontiamo la meraviglia dell'Italia e la maestria degli italiani. La fase successiva si basa sulla capacità di pianificare: ogni evento richiede metodologia, costanza, capacità di problem solving, aggiornamento continuo e una grande capacità di ascolto. C'è poi un ingrediente magico, che rende tutto perfetto: la particolare chimica ed empatia che si stabilisce tra di noi e il cliente, un rapporto personale e diretto che nasce da un accordo: noi ci prendiamo cura di ogni aspetto e a loro rimane il piacere del sogno». • **Beatrice Guarnieri**

Un lavoro di squadra

Il team di Affresco si compone di preziosi esperti del settore, ognuno con il proprio talento e con una grande esperienza nella meeting industry. Le competenze e le idee delle varie divisioni vengono costantemente messe a confronto, così come ogni progetto, per garantire sinergicamente la massima creatività e ottenere la massima efficienza anche nella gestione degli eventi più complessi. Il laboratorio di allestimenti tematici Chic Celebration è capitanato da Emanuela Galli, scenografa di lunga esperienza, creatrice di setting di impareggiabile fantasia. Nell'ottica di rinnovare continuamente il proprio know how interno, Affresco crea delle partnership e collaborazioni per moltiplicare idee e servizi al fine di offrire al cliente soluzioni sempre più suggestive. Ogni evento è il risultato di una perfetta armonia fra proporzione, emozione e sorpresa.

Il lusso di chiamarsi Donatella

Bionda platino dall'età di 11 anni, l'intuizione delle supermodelle in passerella, la tragedia di Gianni, la cocaina, l'amicizia con le dive. Storia senza noia di un'icona di stile, che ha proiettato il marchio di famiglia nella leggenda

Ha vestito tutte le più grandi pop star e top model che la adorano, ha rivoluzionato il guardaroba delle donne di mezzo mondo, eppure ancora oggi negli istanti che precedono l'inizio di una sfilata un tormento interiore la assale. Racchiuso nella domanda "ma agli altri piacerà?". Perché per Donatella Versace aver riscritto i codici estetici dagli anni Novanta a oggi non autorizza a rilassarsi o a campare di rendita, anzi: c'è un tempo presente da ascoltare e interpretare, un heritage stilistico da rinverdire e una missione che la stilista calabrese si sente addosso. «Voglio riuscire a far capire che cosa è Versace oggi- sostiene- ovvero un unicum nel panorama internazionale. È lusso vero. Voglio fare in modo che questa maison rimanga rilevante non soltanto nella moda, ma in generale nella conversazione culturale globale».

MUSA DEL FRATELLO GIANNI E CON TANTE "SORELLE" ACQUISITE

Un impegno vissuto come un'urgenza emotiva da Donatella specialmente da quando non c'è più il fratello Gianni, fondatore della fashion house brutalmente assassinato nel 1997 nella sua villa di Miami Beach. La pagina più nera nella storia della famiglia e del marchio, che segna un prima e un dopo nella vita della sorella. Il prima comincia nel maggio del 1955 a Reggio Calabria, dove Donatella nasce ultima di quattro fratelli da un

La stilista Donatella Versace

uomo d'affari e una sarta dell'aristocrazia locale. Proprio Gianni è il primo a tagliare il cordone ombelicale con la terra natale trasferendosi a Milano nel 1972 per avviare la sua carriera di stilista, raggiunto poco tempo dopo da Donatella che con la laurea in lingue conseguita a Firenze entra a far parte della nascente azienda di moda. Occupandosi da principio di pubbliche relazioni e di studiare strategie per destare curiosità e attirare le attenzioni del fashion system: sua l'intuizione pionieristica e vincente di far indossare gli abiti griffati Versace alle big star dei red carpet mondiali. «Quell'idea mi venne perché all'epoca c'era una distinzione netta tra le modelle da show-ricorda- e quelle che apparivano nei servizi fotografici, già famose. Io proposi di usarle per le sfilate, erano terrorizzate di dover camminare in passerella, ma a loro dissi semplicemente essere se stesse, di divertirsi e di comportarsi come amiche, anzi sorelle». Tra di loro e anche nei confronti di Donatella, che ancora oggi tali considera Linda, Cindy, Claudia, Kate, Naomi, Gigi e Bella, con ognuna delle quali si è instaurato un rapporto che va ben oltre quello professionale. Nel frattempo Donatella diventa vicepresidente dell'azienda, consolida il suo ruolo di braccio destro e musa del fratello, supervisiona campagne pubblicitarie diventate leggendarie, con fotografi come Bruce Weber, Richard Avedon e Helmut Newton. Nel 1994 Donatella è la capo designer della Versus, la linea più giovane e ribelle, e nel 1995 Gianni le dedica un



Power woman

«Versace è sempre stato un brand per donne forti che non hanno paura di uscire, di esporsi ed essere glamour. Le attrici, ad esempio, hanno esattamente questa confidenza che io cerco»

profumo, Blonde.

COLLEZIONI PER "POWER WOMAN" COME MADONNA E LADY GAGA

Due anni più tardi invece, inizia il dopo. Con la tragica scomparsa di Gianni Versace che genera un profondo shock nella sorella, le fa incontrare la cocaina di cui resta schiava per molti anni, la induce a un ricorso massiccio alla chirurgia estetica per ricostruirsi un'immagine distante, aggressiva, spaventosa. «Avevo l'impressione che tutto il mondo mi guardasse con i coltelli negli occhi- ha confessato in un'intervista relativamente recente- così ho creato una maschera per proteggermi, non volevo che nessuno capisse le mie emozioni». Allo stesso tempo però, il 1997 coincide con il momento in cui, giocoforza, Donatella diventa direttrice artistica della Medusa e inizia a correre da sola. Riverstando il suo universo di energie e la sua opulenza creativa nella prima linea moda disegnata di suo pugno, presentata nel 1998 davanti a un parterre gremito di celebrities. Da allora ha diretto la maison verso una nuova epoca e una nuova generazione,

mostrando una capacità straordinaria di unire il lusso estremo con lo street style e, soprattutto, di esaltare la femminilità e il "power woman" attraverso le sue collezioni. «Versace è sempre stato un brand per donne forti- ha dichiarato più volte- che non hanno paura di uscire, di esporsi ed essere glamour. Le attrici, ad esempio, hanno esattamente questa confidenza che io cerco». Non per nulla dive assolute come Madonna, Jennifer Lopez, Beyoncé e Lady Gaga sono state protagoniste di diverse campagne della griffe, con l'ultima che in segno di grande amicizia e stima è arrivata addirittura a includere un brano intitolato "Donatella" nel suo album Artpop del 2013. Ma questa è solo una delle tante curiosità legate alla storia fuori dalle righe di un'autentica icona della moda mondiale: altre due, tra mille, la genesi della tinta biondo platino dei capelli, risalente all'età di 11 anni in omaggio alla passione smodata per Patty Pravo; l'incontro con il Papa Giovanni Paolo II nel 2018, in occasione della grande mostra "Heavenly Bodies: Fashion and the Catholic Imagination" allestita al Met.

• Giacomo Govoni



Botanicals, consulenza al femminile

Rita Pecorari, Barbara Barlozzini, Chiara Baccellini, Grazia Angrisani, Alice Caroscioli. Cinque donne che hanno unito le loro competenze in ambito scientifico, fondando nel 2020 Linneus, una realtà dedicata al mondo dei botanicals, che offre diversi servizi, in primis l'assistenza regolatoria

Più o meno tutti noi, già ai tempi della scuola abbiamo notato che il nome latino delle piante termina spesso con una L maiuscola, ma solo pochi sanno che questa L sta per Linneo, in latino Linnaeus, ovvero Carl Linnaeus: medico e botanico considerato appunto il padre della moderna tassonomia con cui gli organismi viventi vengono classificati. Ed è proprio da lui che prende il nome di Linneus, una giovanissima azienda che si occupa di botanicals. «Siamo un team di professionisti che fornisce consulenza tecnico-regolatoria (nazionale, Ue ed extra Ue) ad aziende del settore agro-alimentare, farmaceutico, veterinario, chimico e cosmetico – spiega una delle socie fondatrici, Rita Pecorari -. Grazie al know-how scientifico del team - siamo infatti tutte laureate in facoltà scientifiche come Ctf, Farmacia e Biologia con particolare expertise sui botanicals -, Linneus fornisce un'assistenza dinamica e personalizzata in relazione alle esigenze specifiche dei clienti, coprendo tutti i settori della filiera che vanno dall'approvvigionamento delle materie prime alla produzione e commercializzazione di prodotti a base o con estratti vegetali». Linneus è al servizio delle aziende su diversi fronti: dalle autorizzazioni sanitarie dei vari stabilimenti produttivi, all'attività di ricerca e sviluppo di materie prime, fino alla vera e propria messa a punto e sviluppo dei vari prodotti, compresa la comunicazione commerciale e la formazione del personale.

«La capillare rete di collaborazioni consolidate negli anni con agronomi specializzati, centri di ricerca e università prestigiose ci permette di assistere, nello specifico, le aziende che vogliono investire nel settore nutraceutico e soprattutto nelle piante officinali. Offriamo supporto tecnico per piani di sviluppo rurale, messa a punto di nuovi metodi e tecniche di estrazione, caratterizzazione e titolazione degli estratti vegetali e di altri ingredienti bioattivi. Mettiamo a disposizione tutte le nostre conoscenze per supportare le aziende nei vari progetti di ricerca e negli studi clinici per integratori alimentari, mangimi complementari, cosmetici e dispositivi medici, fino alla redazione delle domande di registrazione novel food e animal-feed additives».

Linneus nasce nel 2020 durante la pandemia ma già da molto tempo le cinque socie si occupavano di consulenza come libere professioniste. «Esisteva già un team di lavoro che con varie competenze tecniche e regolatorie riusciva a offrire un servizio a 360 gradi alle aziende che si occupano di prodotti per



Il core business

L'assistenza regolatoria è la richiesta prioritaria che riceviamo dalle aziende. Non esiste azienda che non abbia bisogno di un supporto regolatorio

la salute come integratori alimentari, cosmetici e Medical Device – spiega Barbara Barlozzini -. Il comune denominatore è sempre stato il botanical». Linneus conta cinque socie, ma si avvale anche della collaborazione di altri colleghi per un team complessivo di circa 16 persone in continua evoluzione. «Gran parte di noi - afferma Chiara Baccellini - vengono dal mondo dell'industria con esperienze acquisite sul campo, chi in produzione, chi in controllo qualità, chi in ricerca e sviluppo. Alcune hanno avuto esperienza in ambito universitario e quindi hanno competenze più importanti sulla ricerca. Siamo tutte comunque ugualmente appassionate e molto motivate». Considerando i diversi ambiti di intervento delle attività, fondamentale è anche la conoscenza normativa e la componente regolatoria. «Il core business della Linneus è sicuramente l'assistenza regolatoria che è la richiesta prioritaria che riceviamo dalle aziende – sottolinea Grazia Angrisani -. Data la complessità della norma non esiste azienda, dalla più piccola alla più grande, che non abbia bisogno di un sup-

Linneus ha sede a Roma
www.linneus.it

porto regolatorio: anche laddove già esista un ufficio regulatory interno è frequente e forte il bisogno di aggiornamento e avere un occhio in più sul panorama dei prodotti presenti sul mercato. Gli scambi con il Ministero della Salute sono costanti e ultimamente stanno diventando importanti e necessari confronti e richieste con la Commissione Europea ed Efsa, autorità europea sulla sicurezza alimentare».

Linneus si distingue dai competitor grazie a un team rapido e competente, in grado di dare risposte celeri alle diverse richieste ed esigenze dei clienti, ma soprattutto, evidenzia Alice Caroscioli, «ci distinguiamo per la capacità di personalizzare la consulenza che viene quindi strutturata sulla base delle reali necessità di ogni realtà produttiva. Siamo costantemente presenti e ogni cliente viene seguito da una figura senior che poi si avvale dell'aiuto dei vari junior. Esiste quindi una gerarchia assolutamente snella, interattiva, dove ciascuno ha la possibilità di contribuire alla crescita della Linneus in quanto crediamo che tutti sono importanti e in grado di dare il loro contributo in relazione alle proprie capacità. La nostra è una struttura molto dinamica dove sono stati abbattuti tutti quei formalismi che solitamente non migliorano ma rallentano i flussi di scambio».

• Bianca Raimondi





F E D E R I C O



federicosi.com

FEDERATOSI

Giorgio Armani e il cinema, Roberta "veste" le star

Nipote di uno dei miti della moda italiana, Roberta Armani è il volto pubblico della maison e si prende cura dei divi di Hollywood e non solo, che si affidano allo stile dello stilista per solcare passerelle o ritirare premi. Il tutto portando avanti i valori di famiglia

Durante l'80esima edizione della Mostra internazionale d'Arte cinematografica, il prossimo 2 settembre, Giorgio Armani sbarcherà in Laguna per One Night Only Venezia, evento che celebra il cinema ed è un omaggio alla città che ne è simbolo. Giorgio Armani conferma così il suo legame con il festival cinematografico nato quando, nel 1990, fu presentato in anteprima mondiale il film-documentario *Made in Milan* diretto da Martin Scorsese e lo stilista ospitò una grande festa in onore del regista, a Ca' Leone alla Giudecca. Inoltre, Armani beauty si conferma main sponsor della Mostra e per il sesto anno consecutivo fornirà il servizio ufficiale di make-up agli ospiti. A esprimere in maniera evidente l'importanza del legame tra la settima arte e la maison di Re Giorgio, simbolo e vanto del made in Italy nel mondo, è il lavoro di Ro-



I capi di Giorgio Armani

Diventati a tutti gli effetti uno status-symbol, sono sempre più richiesti da una lunga lista di star del cinema e della musica che vogliono farsi vestire da lui. A occuparsi di loro è proprio Roberta Armani



berta Armani, nipote del grande stilista (figlia minore dello scomparso fratello Sergio) che ricopre il ruolo di head of Entertainment

& vip relations del brand. «Mi capita a volte di chiedermi se Giorgio Armani sia consapevole della sua grandezza. Forse no, e questo mi insegna a essere concreta, giorno per giorno», ha rivelato in un'intervista a Vanity Fair la manager, che dal 2013 siede nel cda dell'azienda.

VESTIRE LO STAR SYSTEM

Per Giorgio Armani il cinema è una grande passione, fonte di ispirazione e vetrina internazionale. Sono oltre duecento i film in cui è presente la moda Armani, da *Gli Intoccabili* di Brian De Palma a *The Wolf of Wall Street* di Martin Scorsese, passando per *Il Cavaliere oscuro* di Christopher Nolan e *Il tè nel deserto* di Bernardo Bertolucci, solo per fare qualche titolo. Tutto ha inizio con *American Gigolò* (1980) di Paul Schrader, dove il guardaroba del protagonista Richard Gere rivoluziona la moda maschile ed entra nell'immaginario collettivo, consacrando lo stilista a livello internazionale. Da allora i capi di Giorgio Armani, diventati a tutti gli effetti uno status-symbol, sono sempre più richiesti da una lunga lista di star del cinema

e della musica che vogliono farsi vestire da lui. A occuparsi di loro è proprio Roberta Armani. «Sono cresciuta in questo ambiente, era normale per me vedere arrivare attori e registi di fama internazionale: mio zio da sempre ha rapporti di amicizia e lavoro con le star. Quando ho iniziato è stato tutto naturale perché ho seguito le mie inclinazioni. Sono curiosa, mi piace comunicare e confrontarmi con persone diverse. Però quando incontro grandi artisti sono sempre emozionata. Provo ogni volta una grandissima ammirazione perché sono persone dall'incredibile talento», racconta a Marie Claire. A proporre i nomi delle celebrity sono sia Roberta che Giorgio Armani; altri contattano direttamente la maison. Tra i fedelissimi ci sono Leonardo DiCaprio e Cate Blanchett, Sophia Loren e George Clooney, Isabelle Huppert e Tom Cruise. «Nel tempo e con l'esperienza- prosegue Roberta Armani- ho imparato a riconoscere a prima vista i personaggi più affini alla maison, con cui collaborare e instaurare rapporti di amicizia. Ormai c'è una bellissima intesa e una grande energia tra me e mio zio». Inaspettata, ma fruttuosa è la collaborazione con Lady Gaga, all'apparenza molto distante dallo stile della griffe. Roberta Armani e il suo team seguono i vip nelle occasioni che contano, sulle passerelle ai festival e soprattutto durante l'Award season, la sempre più lunga stagione dei premi cinematografici che prende avvio dai Golden Globe e si conclude con la serata degli Oscar. Sui red carpet di questi eventi non si può sbagliare, l'immagine è tutto. Roberta Armani ha il compito di semplificare la vita di questi personaggi, continuamente sotto lo sguardo di fotografi, addetti ai lavori e pubblico a casa, pronto a commentare gli outfit sui social media. «Bisogna essere disponibili, rapidi e intuitivi, mentre si offre un servizio impeccabile. L'organizzazione deve essere efficiente e veloce, perché i tempi sono serrati», precisa la manager sempre a Marie Claire, ricordando alcuni look iconici per la notte degli Oscar firmati Armani, come il tailleur bianco di Jodie Foster (vincitrice della statuetta nel 1992 per *Il silenzio degli innocenti*) e l'abito di Cate Blanchett, trionfatrice nel 2014 con *Blue Jasmine* di Woody Allen. La serata degli Oscar è spesso il culmine di una carriera: le star, specie se nominate, sono spesso indecise fra due abiti, richiedono modifiche, hanno bisogno di essere tranquillizzate. «Il nostro lavoro non termina quando inizia il red carpet: ri-

maniamo vicini ai nostri personaggi anche durante l'evento. È un gesto d'affetto per noi spontaneo, al tempo stesso per loro rassicurante», conclude Roberta Armani.

IL FUTURO DELLA MAISON ARMANI

La famiglia Armani, rivendica Roberta nell'intervista a Vanity Fair, ha avuto da sempre «una visione chiara e precisa di ciò che intendeva fare». Non solo Giorgio, puntualizza la nipote, ma anche la zia Rosanna, con il suo contributo fotografico all'immagine del marchio, e la sorella Silvana, al fianco dello



Roberta Armani, head of Entertainment & vip relations della maison

stilista collezione dopo collezione. «Mi sembra che tutto sia avvenuto in modo naturale, in una famiglia che ha sempre avuto una forte etica del lavoro, ma che questo lavoro se l'è inventato, modellato su misura emotivamente e intellettualmente». Roberta Armani è senza dubbio una dei successori di Giorgio, che ha dichiarato nella sua biografia *Per amore* (Rizzoli) di avere pronto il suo piano di successione, ma di non rivelarlo ancora perché lui c'è ancora, fortemente attivo sul campo. La maison, da anni punto di riferimento sul fronte della sostenibilità nel fashion, dimostra di essere ancora una volta precorritrice dei tempi. Nel 2022 il brand ha lanciato online, in occasione della giornata mondiale della Terra, il nuovo sito Armani/Values con cui mettere in luce i progetti fatti e quelli da realizzare in futuro. Nel segno della concretezza e non del greenwashing..

• **Francesca Druidi**

Donne ai vertici, da generazioni

Arredamenti made in Italy, in cui pregio ed estetica si fondono in un connubio perfetto. È la proposta di Essequattro, azienda che fa parte dello storico Gruppo Ramonda, dove le quote rosa da sempre ricoprono i ruoli apicali. Abbiamo incontrato la dottoressa e titolare Valeria Brotto

Fin dagli albori della nostra azienda la donna è stata protagonista e artefice. Tutto è iniziato con la nonna materna, Amelia Ramonda, che in tempo di guerra ha cominciato a vendere scampoli di tessuti per poi aprire con la figlia maggiore Maria il primo negozietto ad Alte Ceccato di Montecchio Maggiore da cui poi è nato il lungo e fruttuoso percorso che ha portato a fondare l'azienda Sorelle Ramonda». Così Valeria Brotto introduce la storia esemplare della sua famiglia, fatta sì di sacrifici, ma soprattutto di coraggio, talento, lungimiranza, intuito e grandi capacità imprenditoriali. «Valori che io stessa insegno tutti i giorni sul campo alle mie ragazze, senza le quali nessun risultato sarebbe possibile».

Il ruolo delle donne in Essequattro, società che fa parte del Gruppo Ramonda, è preminente, tanto che occupano tutte le posizioni apicali.

Essequattro ha sede a Grisignano (Vi)
www.essequattro.it



Risultati straordinari

Il nostro prestigio è confermato dagli arredamenti handmade e customizzati con formula chiavi in mano: ambienti in cui praticità, stile e bellezza si fondono

«Ho avuto una grandissima maestra: mia madre che si è sempre distinta nella sua attività professionale e mi ha insegnato, tramite il suo esempio, come si possano conciliare perfettamente questi due aspetti – continua Valeria Brotto - quello di moglie e madre e quello professionale. Provengo da una famiglia in cui le donne hanno sempre lavorato, pur crescendo i figli a volte numerosi. Non penso che sia vero che le donne siano considerate inferiori rispetto agli uomini, se la donna vale può ottenere gli stessi risultati degli uomini, se non addirittura migliori. Le donne italiane sono state educate per riu-

scire a svolgere adeguatamente entrambi i ruoli, quello in famiglia e quello di lavoratrice. Insomma io dico sempre che una donna può fare tutto quello che fa un uomo, solo che lo può fare anche con i tacchi alti».

Ripercorriamo le tappe che hanno portato al successo di Essequattro.

«Essequattro è stata fondata più di 50 anni fa dal Gruppo Ramonda e produce arredamenti di lusso su misura rivolti a un mercato che comprende dai più semplici negozi alle boutique più famose, dai flagship store agli hotel, fino ai resort più esclusivi. Il grosso sviluppo della società è stato parallelo a quello del Gruppo Ramonda e il core business dell'azienda resta anche oggi l'arredamento per il retail. Una delle caratteristiche che ci distinguono dai nostri competitor è che la nostra produzione si svolge completamente all'interno dell'azienda. Questo ci dà la capacità di seguire l'intero iter realizzativo partendo dal progetto che ci presenta il cliente, si passa poi alla sua realizzazione, producendo l'arredamento richiesto e provvedendo infine a installarlo curando con scrupolosa attenzione ogni fase di produzione. Tutto viene effettuato nella nostra sede di Grisignano di Zocco ed è rigorosamente made in Italy. Sono veramente pochissime le aziende che fanno contract avendo come noi una produzione interna, questo aspetto ci permette di garantire velocità e qualità nella

produzione».

Quali sono i vostri punti di forza?

«La flessibilità e versatilità con cui siamo in grado di rispondere alle richieste dei nostri clienti unite al solido know how che ci caratterizza, sono tra i nostri punti di forza. Senza tralasciare però la puntualità con la quale effettuiamo la realizzazione e consegna dei nostri mobili.

Il nostro prestigio è confermato dagli arredamenti handmade e customizzati con formula chiavi in mano, realizzando ambienti in cui praticità, stile e bellezza si fondono dando vita a un risultato straordinario. Il segreto del nostro successo oltre che alle competenze multidisciplinari di cui ci avvaliamo, è dato dallo spirito di gruppo e dal gioco di squadra all'interno della società che crea un collegamento continuo tra le varie aree e professionalità di cui si compone l'azienda. Ogni persona del team di Essequattro sa di essere l'elemento, unico e utile, di un grande puzzle imprenditoriale».

Che caratteristiche hanno i vostri mobili?

«I nostri prodotti sono realizzati con materiali di altissima qualità come legno, metallo, marmo, vetri e pelle, che attraverso le mani di valenti ed esperti artigiani assumono un aspetto elegante e raffinato, con un'accurata precisione nelle finiture impreziosite da dettagli unici. Uno degli esempi più recenti è rappresentato dai progetti che riproducono l'effetto madreperlato esposti al Salone del Mobile di Milano che sono stati particolarmente ammirati».

Chi sono i clienti che si rivolgono a voi?

«Le nostre realizzazioni sono richieste in ogni paese del mondo, spaziando oltre che in Italia ed Europa, in Usa, Medio Oriente, Cambogia, Turchia, Israele, Australia. Ogni commessa rappresenta una nuova emozionante avventura, una sfida che ci porta di volta in volta ad evolvere le nostre competenze. Ogni cliente, piccolo o grande che sia, dai brand del lusso alle botteghe più semplici, è importante e viene curato con grande attenzione, tenendo alto il valore di quel made in Italy che è ancora giustamente riconosciuto e apprezzato a livello internazionale».

Che obiettivi avete per il futuro?

«Miriamo a mantenere sempre alto questo profilo di qualità per il quale i clienti ci apprezzano, inoltre vogliamo incrementare i risultati ottenuti negli ultimi anni e coinvolgere i giovani affinché portino nuove strategie di comunicazione e marketing e possano essere inseriti nella parte produttiva per affiancare gli abili artigiani che andranno in pensione». • **Guido Anselmi**

Dal progetto all'installazione

L'area di produzione si estende su una superficie di circa 15mila mq, comprende quattro cabine di verniciatura, un'officina per la lavorazione dei metalli con sei postazioni di saldatura e centri di lavoro a controllo numerico e un'ampia zona per la lavorazione del legno con impianti all'avanguardia e processi completamente automatizzati. L'azienda si avvale di una cinquantina di collaboratori interni. A disposizione del cliente c'è un team di professionisti composto da architetti e disegnatori dell'ufficio tecnico per completare e rendere realizzabile il progetto in analisi, ma anche per sviluppare, su richiesta, un concept originale al fine di conferire una nuova immagine al brand o alla propria abitazione. Personale altamente specializzato segue poi la delicata fase di montaggio e installazione del prodotto, assicurando così un'assistenza completa al cliente, che non termina con la consegna del prodotto.

Abbigliamento professionale, tra stile e sostenibilità

La stilista Laura Bottomei sperimenta nella ricerca della materia prima semplice e incontaminata, la realizzazione di capi unici dallo stile riconoscibile, avvalorando il suo gusto con accessori e dettagli nella manifattura tipici del made in Italy

La ristorazione del Belpaese è conosciuta in tutto il mondo ma i suoi rappresentanti spesso non vestono prodotti italiani: partendo da questa consapevolezza, Laura Bottomei ha cercato, riuscendoci, di cambiare lo stato delle cose. «L'obiettivo era non solo portare il piatto, il cibo, fuori dall'Italia - spiega Laura Bottomei - ma indossare qualcosa che rappresentasse eticamente il settore della ristorazione e fosse al 100 per cento made in Italy, cercando di dare un valore aggiunto e prodotti di qualità. Con il mio marchio ho cercato di realizzare un prodotto che rappresentasse l'eccellenza in questa categoria».

Non si può parlare di Laura Bottomei senza iniziare da Circuito.

«Circuito fa un po' parte di me: inventiva, intraprendenza, energia e concretezza sono le peculiarità che ho messo in questo brand. È frutto di un lungo percorso che nasce nel territorio dei Castelli Romani; oggi sono stata definita promotrice del fashion food per la mia innovazione, creatività e ricerca. Circuito è il protagonista di un mercato in continuo movimento che rispecchia un po' il mio animo progressista. Cerco di realizzare capi in grado di dare al lavoratore un'identità precisa con outfit attuali e funzionali, rispettando i più alti standard in termini di ricerca della materia prima, vestibilità ed eleganza. Circuito è un brand di abbigliamento professionale certificato 100 per cento made in Italy, che garantisce l'origine, la qualità e l'autenticità del prodotto, rispettando il sistema di gestione della qualità Iso 9001».

Cosa l'ha spinto a dedicarsi all'abbi-



gliamento professionale?

«Ho deciso di dedicarmi all'abbigliamento professionale per portare innovazione, creatività e sviluppo all'interno di un settore in cui sentivo di poter realizzare grandi cose. Oltre ad amare l'Italia, amo tutto quello che rappresenta l'italianità: il cibo e la moda. Unendo questi due aspetti ho portato una grande innovazione nell'abbigliamento professionale, che era ancorato a vecchi concetti. Ho voluto intraprendere un percorso tutto mio, per creare qualcosa che rappresentasse l'italianità nel professionale con stile, buon gusto e tendenza, mantenendo come punto fermo la sostenibilità, materia prima italiana, tessuti innovativi. Le mie collezioni nascono scendendo in campo, confrontandomi, documentandomi e trovando ispirazione dall'operatività, con soluzioni funzionali

espresse con bellezza e semplicità, creando prodotti con una forte identità e stile. Sono l'unica stilista nel settore dell'abbigliamento professionale».

Quali sono le caratteristiche della linea Bio Chef?

«Questa è la prima collezione istituzionale 100 per cento ecosostenibile per lo chef, che evidenzia al massimo il suo ruolo, riba-

dettagli sartoriali di pregio. Il tutto si fonde perfettamente con la parte tecnica della giacca istituzionale, progettata dopo studi accurati sulla funzionalità legata al movimento dell'operatività sul lavoro e con il parere tecnico di uno chef pluristellato. La giacca e il grembiule sono curati nei minimi dettagli e vengono riposti nell'apposita pochette, in modo da non contaminarli e man-

Bio Chef

La prima collezione istituzionale dedicata allo chef e ai maestri pasticceri 100 per cento ecosostenibile che evidenzia al massimo il loro ruolo, ribadendone stile e scelta di vita, all'insegna di tutto ciò che è sano e naturale, dalle loro creazioni a ciò che indossano



Laura Bottomei, stilista e fondatrice
www.circuitomadeinitaly.com

tenere integro il loro valore. Ogni dettaglio nella sua realizzazione è stato pensato, studiato e testato. La collezione prende vita nel pieno rispetto della natura».

Quali tessuti ha usato per questa collezione?

«Il tessuto, che ho studiato e realizzato con l'azienda produttrice, è un cotone organico certificato Gots (Global Organic Textile Standard), proveniente da coltivazioni biologiche, che non prevedono l'utilizzo di pesticidi, insetticidi, fertilizzanti chimici e semi Ogm. I filati scelti per la confezione sono anch'essi in cotone organico. I bottoni, rivestiti dallo stesso tessuto della giacca, realizzati e applicati a mano, sono composti con un materiale proveniente dalla barbabietola da zucchero, utilizzato nel biomedicale e certificato Vincotte, che attesta che il prodotto sia compostabile e biodegradabile. L'accessorio in foglia, dello stesso materiale dei bottoni, cucito a mano sul polsino e sul collo, è il simbolo di riconoscimento della giacca».

Che riconoscimenti ha ricevuto per questa collezione?

«La collezione Bio Chef nasce dalla natura, per restituirla ad essa in un ciclo naturale che si ripete, salvaguardando la qualità della vita nelle prossime generazioni. Per queste caratteristiche uniche ed innovative la Collezione Bio Chef è stata tutelata dal Design n° 006990701-0001-0005 ed è stato riconosciuto alla stilista il Brevetto europeo per modello di utilità n° 202019000003425». • **Beatrice Guarnieri**

Le Collezioni di Laura Bottomei

Le Collezioni si rivolgono ai settori: food, ospitalità, sanitario e beauty. Ogni forma prende vita con abbinamenti e concetti multifunzionali per i diversi settori, mettendo a disposizione soluzioni diverse per interpretare con dinamismo la propria identità. I contenuti di ogni linea prendono spunto partendo dalla materia prima, la quale caratterizza, con tutta la sua essenza, i diversi elementi del taglio e dello stile di ogni singolo capo di abbigliamento, scegliendo la strada più sostenibile e salvaguardandone il più possibile l'impatto ambientale. La manifattura italiana, la tradizione, il territorio e la ricerca sono le radici delle diverse collezioni di abbigliamento professionale, con la divisa si raccontano storie fatte di esperienza e tendenza.

La paladina della parità di genere

Aggiornamento costante, approfondimento, specializzazione e volontà di instaurare rapporti a lungo termine sono tra le motivazioni del successo dello Studio Starclex di Milano



La parità di genere è strettamente legata alla giustizia sociale e rappresenta uno degli Obiettivi cardine dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite, ma molte donne continuano a subire discriminazioni in ogni ambito della loro vita. «Il fatto di avere toccato con mano quanto le donne siano discriminate soprattutto in termini di parità retributiva», spiega l'avvocato Romina Guglielmetti, «mi ha spronato a impegnarmi per ottenere la parità di genere e mi ha portato a voler emergere in un ambito, come quello legale finanziario, di stretta preminenza maschile. La vera frontiera delle battaglie per la parità di genere passa dalla parità retributiva: a parità di competenze, meriti e rendimento uomini e donne devono essere pagati allo stesso modo. «Mi sono resa conto di come per le libere professioniste in momenti delicati della loro vita, come la maternità, le malattie o gli infortuni, non ci siano paracaduti sociali e strumenti di tutela efficaci.

Ho cercato di combattere per dare alle donne pari condizioni a prescindere dai pregiudizi di genere e questa battaglia mi ha dato grosse soddisfazioni. Anche se la situazione nel corso del tempo è migliorata non bisogna abbassare la guardia perché il pregiudizio di genere è tutt'ora imperante e nasce da impostazioni culturali sbagliate».

Si può ritenere soddisfatta del suo percorso professionale e non?

«Alla soglia dei miei cinquant'anni mi sono guardata indietro e sono contenta. Prima di essere un avvocato sono mamma di Francesca e Riccardo, ormai adolescenti, e vedo che stanno crescendo con la mente sgombra da tutta quella serie di pregiudizi e stereotipi che invece hanno caratterizzato la mia generazione. Come avvocato sono altrettanto soddisfatta constatando come i ragazzi del mio studio competono tra di loro in un clima che stimola la loro realizzazione e valorizzazione personale su presupposti in antitesi a quelli degli anni in

cui io ho iniziato la mia carriera.

Il mio percorso è stato caratterizzato da tantissima energia sprigionata anche dalle difficoltà affrontate. Nata e cresciuta in campagna, in un paesino in provincia di Piacenza, ho vissuto in un contesto dove la fatica era percepita come la normalità. Con grande ottimismo ho sempre cercato di affrontare gli ostacoli trasformandoli in opportunità. Oggi mi sento una persona energeticamente positiva e proiettata verso traguardi non individualistici. Mi piace schierarmi a difesa di principi e obiettivi che un domani potranno veramente portare un cambiamento nella società».

Che consigli si sente di dare alle giovani donne che si avvicinano alla libera professione?

«Un consiglio che mi sento di dare a tutte le donne, non solo a quelle che si avviano alla professione di avvocato, è di essere sempre determinate negli obiettivi, di individuare il loro ambito di specializzazione e di non indietreggiare mai davanti alle difficoltà».

Come si è sviluppato lo Studio legale Starclex nel corso del tempo?

«Starclex è uno studio giovane, dinamico, composto da una diecina di professionisti, con un solido background internazionale, elevate competenze tecniche, passione per il proprio lavoro e per l'approfondimento giuridico, che svolge un'intensa attività pubblicistica e didattica in ambito universitario e in diversi master specialistici. Trattandosi di una nuova realtà, fondata quando ero appena quarantenne

insieme a Carlo Riganti allora trentenne, è stata necessaria molta energia per ottenere la fiducia dei clienti, espandere il network e riuscire in poco tempo a ottenere le risorse finanziarie per investire su strutture e sulle risorse. Anche il fatto che a collaborare fossimo una donna e un giovane professionista, all'inizio è stato un aspetto svantaggioso, poi ampiamente superato. Lo Studio è specializzato in diversi servizi,

La parità retributiva È la vera frontiera delle battaglie per la parità di genere: a parità di competenze, meriti e rendimento uomini e donne devono essere pagati allo stesso modo

prestati a clientela nazionale e internazionale, e affronta quotidianamente tematiche complesse, sviluppando soluzioni innovative per i propri clienti. Valorizzazione dei talenti e della diversità, flessibilità, digitalizzazione sono fattori che impattano anche sul successo sostenibile degli studi legali, e Starclex, pur essendo una boutique specializzata, vi presta molta attenzione, così come si impegna a intercettare nuove esigenze sotto il profilo della consulenza legale che possono interessare, anche prospetticamente, i propri clienti».

• **Cristiana Golfarelli**



L'avvocato Romina Guglielmetti dello studio legale Starclex che ha sede a Milano www.starclex.it

Punti di forza di Starclex

Lo Studio è caratterizzato da un affiancamento costante al cliente, con riferimento sia a tematiche legali quotidiane, sia alla gestione di operazioni complesse, a partire dalla loro strutturazione (pareri e studi di fattibilità) sino alla loro finalizzazione. L'aggiornamento costante, l'attenta e l'accurata analisi normativa sono una caratteristica distintiva di Starclex. «Poniamo particolare attenzione alla qualità del servizio offerto, con l'obiettivo di mantenere elevati standard di professionalità, con costante chiarezza e trasparenza anche nei costi. Agiamo sempre in piena indipendenza di giudizio».

Motori elettrici made in Italy

Da più di 50 anni, Fise progetta e produce motori elettrici. Innovazione, sostenibilità ed efficienza sono i cardini su cui poggia l'azienda: Daniela Boccola illustra le caratteristiche dei motori brushless

Puntare sulla qualità, sulla sostenibilità e sul servizio. È questa l'arma che le imprese che fanno dell'autentico made in Italy la loro essenza devono impugnarne per competere sul mercato globale di oggi, senza cedere alla guerra dei prezzi contro le aziende asiatiche. «La nostra azienda – scommette sull'innovazione e sulla capacità di offrire prodotti customizzati, fidelizzando il cliente il più possibile e garantendo sempre ottimi livelli di servizio» spiega Daniela Boccola, che insieme alla sorella Silvia affianca i genitori alla guida di Fise Spa. L'azienda da più di 50 anni progetta e produce motori elettrici rigorosamente made in Italy. Situata a Bottanuco, alle porte di Bergamo, Fise si estende su un'area di 27mila mq, di cui 18mila coperti. È qui che viene svolta tutta l'attività di progettazione, costruzione e assemblaggio finale di motori a collettore AC/DC e DC a magnete permanente, motori brushless con o senza elettronica integrata.

Quali sono le caratteristiche distintive della vostra azienda?

«Il nostro punto di forza è un know how trasversale, a 360 gradi, costruito con molta fatica negli anni. Non produciamo solo motori elettrici, ma tutti i componenti necessari alla loro realizzazione, siamo infatti una delle poche aziende del settore completamente verticalizzate: produciamo tutto internamente, dagli alberi, alla tranciatura dei



Fise ha sede a Bottanuco (Bg)
www.fise-spa.it

lamierini, alle minuterie metalliche, fino allo stampaggio di tutti i componenti in plastica e in zama. Il fiore all'occhiello è un'avvolgeria completamente automatizzata per rotori e statori, per produrre grandi volumi. Non solo: ci siamo specializzati anche nella costruzione, sempre interna all'azienda, dei macchinari necessari alla nostra produzione, trovando soluzioni ad hoc. Negli ultimi due anni, abbiamo progettato e realizzato due linee robotizzate per la produzione di rotori e statori per motori brushless, dove potremo produrre tutte le piattaforme in essere e le nuove richieste dai clienti: sono infatti linee polivalenti e non più mono-prodotto, ad attrezzaggio rapido. Al nostro interno possiamo fare affidamento su di un'attrezzatura all'avanguardia che progetta e produce queste linee,

avendo a disposizione tutte le macchine utensili cnc di ultima generazione. L'integrazione rappresenta sicuramente un vantaggio, siamo flessibili e più veloci nel rispondere alle richieste del mercato, ma d'altra parte sappiamo che bisogna avvalersi di un solido know-how e di personale specializzato».

Qual è la vision della vostra azienda?

«La vision di Fise consiste nel progettare e produrre motori elettrici made in Italy in un'ottica di innovazione, sostenibilità ambientale, efficienza energetica e di miglioramento continuo, per essere in grado di

verlo sostituire».

Cosa avete fatto per migliorare la vostra sostenibilità ambientale e ridurre il vostro impatto produttivo?

«Siamo un'azienda assolutamente green, nel 2012 abbiamo installato 1 MWh di pannelli fotovoltaici sopra ai nostri tetti, oggi produciamo e auto-consumiamo la nostra energia, per quasi il 70 per cento del nostro fabbisogno».

A chi vi rivolgete?

«Ci rivolgiamo a clienti B2B: produttori di piccoli elettrodomestici, soprattutto di alta gamma, come aspirapolveri, asciugacapelli, asciugamani, apri-cancelli, apri-porte, automazione, robot, idromassaggi, vending machine, mixer, macchine del caffè, pompe... la gamma dei destinatari è decisamente ampia. Offriamo ai nostri clienti non solo il motore ma diamo anche un supporto ingegneristico, e un servizio a 360 gradi: gestiamo ogni fase, dalla progettazione del motore alla sua realizzazione finale».

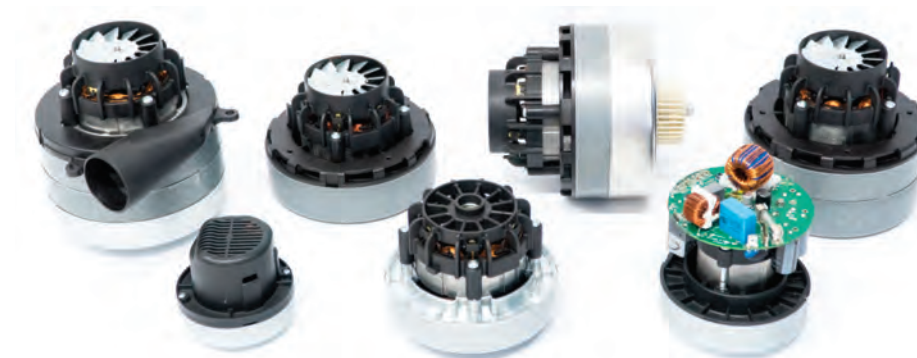
Quali sono i vostri obiettivi per i prossimi anni?

«Vogliamo essere maggiormente presenti sul mercato globale, focalizzandoci sui motori digitali, continuando a garantire la nostra usuale attenzione al cliente, che per noi è sempre al primo posto. Lo sviluppo dei motori di concerto con i clienti fa sì che le applicazioni siano maggiormente rispondenti ai fabbisogni dell'utente finale. È un processo lungo sul quale stiamo lavorando». • **Guido Anselmi**



La vision

Progettiamo i nostri motori elettrici in un'ottica di innovazione, sostenibilità ambientale, efficienza energetica e miglioramento continuo



Gli investimenti

Da anni Fise progetta e produce nuovi motori elettrici per soddisfare le richieste del mercato. Di conseguenza investe in macchine 4.0 e servizi per efficientare e innovare la propria realtà. Negli ultimi anni ha introdotto un sistema MES, di interfaccia di tutte le macchine, per avere in tempo reale dati e informazioni sul funzionamento delle stesse e poter calcolare l'efficienza di ognuna di esse. L'obiettivo è misurare in tempo reale le performance delle macchine e intercettare subito eventuali anomalie. Il sistema consente anche di monitorare il livello qualitativo, le manutenzioni, la tracciabilità dei prodotti, dall'ingresso delle materie prime all'uscita del prodotto finito.

Sempre pronti per nuove sfide

Alessandra Savina, titolare di PR Logistic, azienda specializzata nella movimentazione di grossi impianti e trasporti eccezionali, racconta come ha intrapreso il suo percorso nel settore e le difficoltà affrontate nel corso della pandemia

La pandemia da Covid 19 ha imposto al settore della logistica di adattarsi rapidamente alle nuove necessità dei territori, delle filiere, dei consumatori, sperimentando nuovi modelli collaborativi e organizzativi basati su flessibilità e digitalizzazione. «Questa fase drammatica ha rappresentato il punto di partenza per affrontare le prossime sfide - afferma Alessandra Savina, titolare di PR Logistic, azienda che durante la pandemia si è battuta con tenacia per salvaguardare i suoi clienti -. A febbraio 2020 è iniziata una vera e propria sfida per la nostra azienda e durante tutto quell'anno la situazione è stata particolarmente difficile, ci siamo trovati a fare un salto all'indietro di 30 anni a causa del ripristino delle barriere Schengen». L'export di impianti già acquistati era bloccato: già nel mese di dicembre non si poteva andare in Cina e si captava, nonostante non ci fossero ancora notizie dalla Farnesina, che c'erano dei problemi. «Un grosso cliente - racconta Alessandra Savina - ci chiese di oc-



Alessandra Savina, titolare di PR Logistic srl che ha sede a Parma - www.prlogistic.it

I vantaggi
Ci avvaliamo di un team altamente specializzato nel settore delle spedizioni, offrendo soluzioni su misura. Inoltre con il nostro Metodo PR si risparmia il 10 per cento sulle spedizioni

cuparci dei visti per persone che andavano all'estero. Da quel momento abbiamo iniziato a chiamare la Farnesina e a relazionarci con le ambasciate estere. Nessuno aveva la soluzione giusta».

Come avete gestito la situazione?

«I nostri clienti chiedevano aiuto per poter incassare l'ultima parte del pagamento dei macchinari. Ci abbiamo messo tutto il nostro impegno, chiamando i consolati esteri e italiani per mettere giù una rete di informazioni utili. Da quel momento abbiamo quindi implementato un servizio che era presente ma non in modo performante. Ad aprile 2020, un tecnico doveva andare nella Repubblica Ceca e aveva bisogno del PCR Test. Ho cominciato a dargli da fare spiegando ai dirigenti della regione Emilia Romagna che avevamo tantissimi macchinari che dovevano essere montati all'estero. Quindi abbiamo iniziato a occuparci della gestione del

PCR Test, che non era stato messo all'interno del decreto della Regione, e abbiamo dato una svolta importante. Hanno cominciato a chiamarci grandi aziende come la Barilla America tramite un'azienda di installatori di Foggia, perché erano stati sospesi tutti i visti. Per noi è stato un punto di grande crescita aziendale ma anche personale: tutto si può superare se ci si impegna, non esistono cose irrisolvibili. Il Covid è stato un evento drammatico ma con grande soddisfazione siamo riusciti a fare partire tutti i tecnici per gli Stati Uniti a luglio 2020. Ho fatto il mio lavoro cercando di aiutare le aziende che ancora oggi collaborano con noi».

Come ha intrapreso la sua esperienza in un ambito prettamente maschile come quello della logistica?

«Sono entrata in questo settore poco alla volta, venivo dall'immobiliare e con la crisi del 2010 ho cominciato ad avvicinarmi alla logistica, collaborando nel ramo commerciale di un'azienda, per poi interfacciarmi anche con un'impresa di trasporti via aerea e marittima. Mio marito lavorava da molto tempo alla CFT e insieme nel 2014 abbiamo creato la PR Logistic., rendendoci conto che molte aziende non avevano un ufficio spedizioni definito oppure, nella migliore delle ipotesi, il referente dell'azienda alle spedizioni era oberato di lavoro. Il nostro intervento permetteva alle aziende di avere un supporto esterno qualificato che consentiva loro di ridurre i costi. Inizialmente abbiamo trattato solo i trasporti e la gestione visti per alcune aziende, successivamente abbiamo implementato i nostri servizi fornendo la formazione a scuole superiori e università. Per sentirmi sempre all'altezza di ogni situa-



zione da fronteggiare ho iniziato a studiare il problem solving, il just in time, la Pnl, per cercare di cambiare me stessa e il mio modo di avvicinarmi agli altri. Quando le persone capivano la mia competenza cambiavano atteggiamento e mi trattavano con più rispetto. Negli anni mi sono formata come docente qualificata. Lavoro per alcune scuole a Parma, spiegando ai ragazzi che sapere come funziona il mercato è un bene per il loro futuro, lasciamo loro un certificato spendibile sul curriculum. Da noi vengono a fare stage dall'università».

Quali sono i punti di forza della vostra azienda?

«Ci avvaliamo di un team altamente specializzato nel settore delle spedizioni, offrendo soluzioni su misura, soddisfacendo anche le richieste più difficili. Offriamo consulenza e soluzioni per la gestione di ogni passaggio della catena logistica, dalla quotazione del trasporto alla consegna della merce, inoltre con il metodo PR si risparmia il 10 per cento sulle spedizioni. Riusciamo a supportare le aziende a 360 gradi, soprattutto quando non hanno un ufficio logistico. Siamo sempre al fianco dei nostri clienti, senza orari, siamo estremamente flessibili. Questo fa la differenza: i nostri clienti vanno dalla piccola azienda alla Spa, riusciamo a dare a tutti la dovuta attenzione e sappiamo esattamente cosa vogliono, perché siamo sempre in stretto contatto con loro».

Qual è la situazione attuale del settore e quali sfide si profilano?

«La guerra tra Ucraina e Russia ha portato ulteriori ripercussioni sul nostro lavoro, molti impianti non possono essere spediti a causa delle restrizioni della dual-use. I problemi sono comunque più arginabili rispetto al periodo del Covid anche se gli aumenti del petrolio sicuramente incidono sui rincari del carburante».

• **Guido Anselmi**

La formazione

La PR Logistic vanta al suo interno docenti qualificati Eapq Regione Emilia Romagna, ed è in grado di offrire corsi di formazione sia ai privati che alle aziende. «I nostri corsi non si rivolgono solo a giovani neodiplomati, ma anche a chi vuole migliorare le proprie skill e conoscenze nel campo della logistica, per essere più efficiente sul lavoro o anche a chi è alla ricerca di nuove opportunità di lavoro. I nostri corsi sono anche rivolti alle aziende che vogliono investire nel proprio personale dedicato alle spedizioni, per diventare più competenti».

Il segreto del mio successo

Un atteggiamento vincente davanti a ogni sfida che le si parasse davanti è stato per Sabrina Zuccalà la chiave che l'ha portata a conseguire obiettivi e risultati importanti. Dal diventare imprenditrice allo scommettere per prima in Italia sulle nanotecnologie

Una donna che ce l'ha fatta. È riuscita a realizzare i suoi sogni e raggiungere i suoi obiettivi. Sabrina Zuccalà rappresenta un modello per le neo imprenditrici. Presidente di 4Ward 360, società che si occupa di produzione e trattamento di formulati in nanotecnologie, è attiva anche nella conservazione dei beni culturali e promotrice di idee innovative legate a diversi settori.

«Sono sempre andata diritta verso i miei obiettivi e in questo forse mi ha aiutato anche il karate, che ho praticato fin dall'età dei 6 anni e mi ha portato ad avere un forte autocontrollo e una grande concentrazione, qualità che mi sono state molto utili nel futuro – racconta l'imprenditrice -. Il karate ha fatto sì che, trovandomi da sola su un Katami, imparassi poi sempre a difendermi nella vita contando sulle mie forze, gestendo da sola anche le mie paure e le ansie più recondite. Già dalla mia prima gara ho sentito che quello che mi spingeva era soprattutto la voglia di vincere, di essere la prima. Un sentire che mi sono sempre portata dentro e che mi ha spinto anche in ogni altro obiettivo su cui ho puntato: diventare manager è stato il primo di essi».

Com'è approdata in un settore così particolare, come quello delle nanotecnologie?

«Dopo aver creato la mia prima azienda e aver conseguito una seconda laurea, l'inquietudine e la voglia di superarmi, ancora una volta, hanno preso il sopravvento trascinandomi in Ungheria: quella che è cominciata come una vacanza da un'amica, ha poi cambiato il corso della mia vita. Per caso o per magia qui ho scoperto le nanotecnologie grazie a un amico chimico e mi sono letteralmente innamorata del suo laboratorio, nonostante non avessi esperienza neanche teorica in questo ambito. Forse il fatto di dovermi rimettere a studiare, di scoprire qualcosa di nuovo mi ha portato ad accettare la proposta di entrare in società con la sua azienda che si occupava dello sviluppo di formulati nanotecnologici. Ho venduto tutto per poter entrare in società con lui. Avevo capito di avere a che fare con qualcosa di unico, ancora poco conosciuto, in quel momento non si sapeva infatti ancora bene come applicare questo materiale sulle superfici. Al ritorno in Italia ero da sola e cercavo di capire come poter applicare e vendere questo prodotto. Le difficoltà mi hanno dato la spinta, la carica e l'emozione per continuare. Chi è determinato e non si fa



Pioniera nelle nanotecnologie
Oggi grazie alla mia intuizione la nanotecnologia, tra i vari ambiti in cui spazia, è utilizzata per realizzare opere di manutenzione e restauro

abbattere alla fine viene ripagato: oggi grazie anche alla mia intuizione la nanotecnologia, tra i vari ambiti in cui spazia, è utilizzata anche per realizzare opere di manutenzione e restauro».

Cosa l'ha affascinata di più delle nanotecnologie?

«Il principio che informa questa tecnologia è davvero rivoluzionario, è invisibile all'occhio umano, la nanotecnologia può avere una serie infinita di applicazioni in moltissimi settori, dall'elettronica alla digitalizzazione, dalla medicina all'intelligenza artificiale, fino alle energie rinnovabili.

Sapevo che avevo una platea pressoché illimitata di clienti con cui avrei potuto interfacciarmi e in primis mi rivolsi agli enti pubblici. Il mio primo incarico - lo ricordo ancora bene - fu il trattamento per la conservazione della pavimentazione di Piazza Duca d'Aosta a Milano che ebbe una grande risonanza mediatica. Da allora di strada ne abbiamo fatta tanta, superando ostacoli e difficoltà, ma sempre a testa alta. Quando ho cominciato in Italia c'era molta reticenza, non si studiavano ancora le nanoparticelle e non c'era la preparazione attuale: qualcosa di nuovo portato da una donna, che non era neanche una scienziata né una restauratrice...per molti era inammissibile. E invece oggi l'azienda è molto forte a partire proprio dal settore dei beni culturali, nel quale abbiamo fatto tantissimo, basti pensare al trattamento per la protezione dell'esercito di terracotta

Sabrina Zuccalà, amministratrice di 4Ward360 che ha sede a Milano e Roma
www.4ward360.com



di Qin Shi Huang a Xi'an in Cina».

Qual è stato un momento che ricorda come particolarmente emozionante?

«Quando fui chiamata a Roma alla presidenza del Consiglio che per la prima volta autorizzò un evento straordinario a Palazzo Chigi davanti a tutti i ministri per ascoltarmi. Ero talmente emozionata che chiamai mia mamma piangendo perché non volevo entrare. Il ministro dei trasporti mi aiutò a superare l'imbarazzo e andò poi tutto benissimo».

Oggi in che cosa si sta cimentando?

«La passione, lo studio e l'approfondimento delle varie dinamiche della geopolitica, mi hanno portata ad entrare in contatto con le istituzioni governative, la Marina Militare, alcune società legate all'aerospaziale e la difesa. Frutto di questo incontro è la società attiva nella ricerca e nello sviluppo di nuovi formulati per migliorare le applicazioni aerospaziali e della difesa: 4Ward-Aerospace&Defence».

Che messaggio si sente di mandare alle donne che cominciano la loro carriera di imprenditrici?

«Vorrei che il mio impegno nel mondo del lavoro fosse per loro un esempio a non mollare mai e credere in se stesse, lanciandosi senza avere paura delle conseguenze. Soprattutto devono ricordarsi che la cosa più bella che possa capitare a una persona è essere sempre se stessa, non mettersi mai su un piedistallo».

Un sogno ancora nel cassetto?

«Da imprenditrice conosco l'importanza del lavoro, dello studio, del sacrificio e vorrei che il mio esempio fosse un monito per i giovani del nostro paese. È soprattutto su di essi che bisogna puntare, ma purtroppo si trovano a vivere in un paese "vecchio" e immobile. Mi piacerebbe ricoprire un ruolo politico proprio partendo dall'importanza che i giovani hanno e facendone una mia priorità». • **Cristiana Golfarelli**

4Ward-Aerospace&Defence

Tra le realtà economiche e innovative più attente alla tematica del subacqueo ritroviamo la società di formulati in nanotecnologie 4Ward-Aerospace & Defence che con la presidente Sabrina Zuccalà risulta essere tra le prime a richiamare l'attenzione istituzionale e imprenditoriale sulla tematica, coinvolgendo il mondo della Marina Militare e degli armatori. Le nanotecnologie possono riscrivere il ruolo degli attori economici dell'economia del mare e della Difesa marittima e sottomarina. Attraverso continue ricerche 4Ward Aerospace & Defence è diventata un riferimento per il trattamento di componenti dei velivoli aeronautici, della difesa e spaziali ottenuti mediante l'utilizzo di materiali compositi sempre più leggeri e resistenti.

Consulenza per gestire l'azienda in conformità

Un team di professionisti che lavora a fianco delle aziende offrendo loro consulenza su tutti gli aspetti della gestione d'impresa, forte di un solido know how e di una conoscenza approfondita del settore. Con la ceo Roberta Serafinelli approfondiamo le attività di Serafinelli Consulting

Se gestire un'impresa è un compito assai arduo, soprattutto se si considerano le norme legislative e gli standard ai quali le aziende devono rispondere a 360 gradi, gestirla ottimizzandone i processi gestionali può sembrare un vero miraggio. Ma per fortuna c'è qualcuno che è pronto a guidarci in questo importante processo: Roberta Serafinelli, partendo da un solido know how nel settore delle certificazioni, ha messo a servizio delle aziende la propria esperienza per supportarle nel delicato compito dei processi gestionali. «Dopo una lunga esperienza in un'azienda vinicola come responsabile delle certificazioni – racconta –, ho deciso di mettere a frutto la mia competenza in questo ambito, offrendo alle imprese consulenza sulle certificazioni e su tutti gli aspetti gestionali che devono affrontare. E così nel 2009 mi sono messa in proprio e anche grazie al supporto di un affiatato e qualificato team di professionisti, oggi garantisco un grande supporto alle aziende nell'analisi e nelle scelte che coinvolgono ogni aspetto legislativo e di processo».

Che metodologia adottate per gestire le aziende?

«Partiamo innanzitutto dalla competenza, professionalità ed esperienza del nostro team, fondamentale per elaborare il piano di ottimizzazione dei processi gestionali che offriamo alle imprese. La metodologia adottata è quella degli standard internazionali Iso che consentono all'impresa di allinearsi a modalità di lavoro universalmente riconosciute. Abbiamo creato un cruscotto direzionale detto KIPiR che aiuta le aziende a visualizzare in maniera semplice i propri parametri chiave di conformità legislativa e di performance dei



La mission

Il nostro è un supporto che garantisce anche la sostenibilità di vita delle imprese nel tempo e la loro prosperità

processi, utili agli imprenditori anche per la verifica della propria conformità agli SDG's dell'Agenda 2030. Mi sono resa conto che andando, a supportare le aziende nel percorso verso la certificazione, le si aiuta anche nel tenere sotto controllo e migliorare la conformità legislativa. Il nostro in fin dei conti è un supporto per la sostenibilità di vita nel tempo delle imprese, per la loro prosperità».

Perché sono così importanti gli standard Iso?

«Gli standard Iso sono applicabili a tutte le imprese che realizzano prodotti o erogano servizi, che possono avere requisiti e carat-

teristiche diverse, in base alle esigenze dei clienti e alle norme specifiche applicabili, richieste in un determinato mercato. Gli standard Iso (Iso9001, Iso14001, Iso27001, Iso45001, Iso22000, Iso22301 ed altre) consentono alle varie imprese di allinearsi a delle modalità di lavoro riconosciute a livello universale; cosa non meno importante gli standard Iso vanno a supporto delle aziende nella direzione degli Esg della Compliance richiesta dall'Unione europea, sulla quale puntano dal Pnrr alle strategie delle banche per valutare le performance delle aziende».

Quali sono i vostri punti di forza?

«In primis il fatto di disporre con elasticità di competenze differenti per poter aiutare le aziende sul sistema di gestione con una competenza multidisciplinare di conformità dei vari aspetti. Sicuramente poi la possibilità di ascoltare le esigenze dei clienti e la capacità di rispondere loro avvalendoci delle nostre competenze trasversali, che partono sempre da una visione manageriale; per i nostri clienti siamo un partner strategico che aiuta le loro imprese a crescere ottimizzando i processi gestionali. Lavorando in cloud, inoltre, possiamo fornire servizi anche a clienti lontani non gravandoli dei costi delle trasferte».

Quali sono i servizi che potete offrire alle

aziende?

«Innanzitutto la consulenza manageriale, ambito in cui ci affianchiamo ai nostri clienti nella consapevolezza che coadiuvare le aziende nello sviluppo di un sistema di gestione vuole dire collaborare con la direzione nelle attività di analisi dei processi organizzativi, in modo da identificare e attuare le azioni di miglioramento necessarie a ottimizzare i tempi, ridurre i costi e migliorare il clima aziendale. Per mettere in atto questo sistema, utilizziamo gli strumenti da noi elaborato per rispondere agli standard Iso (fogli di lavoro Excel, Google Form, Dashboard, Word). Le certificazioni più diffuse la Iso9001 relativa alla Qualità e la Iso45001 relativa alla salute e sicurezza sul lavoro Decreto Legislativo 81/08. Un altro aspetto molto importante su cui siamo esperti sono le certificazioni Ambientali (Iso14001, Iso14064, Iso20121, LCA&Carbon Footprint, Equalitas), necessa-

Roberta Serafinelli, ceo di Serafinelli Consulting con sede a Poggibonsi (Si)
www.serafinelliconsulting.it



rie alle aziende per certificare l'impegno delle imprese verso le tematiche di sostenibilità, nonché le certificazioni riguardanti Food e Sicurezza agroalimentare, come Brc-Ifs e Haccp. Inoltre, assistiamo le aziende nell'ottenimento delle certificazioni più prettamente Sociali come SA8000, Uni Pdr 125 e per il Bilancio di Sostenibilità, oggi unificato con il Bilancio Economico e Finanziario. Offriamo un servizio completo di accompagnamento nell'implementazione di sistemi di gestione secondo gli standard. Infine, ricordiamo che il nostro Cruscotto KIPiR® fornisce la Dashboard di conformità agli Esg».

• **Cristiana Golfarelli**

La sicurezza delle informazioni

Per garantire riservatezza, integrità, disponibilità continua delle informazioni e conformità legale, le aziende si devono adeguare allo standard Iso22301 che certifica la business continuity e Iso/Iec 27001 che consente loro di mantenere segretezza di progetti e ricerche, accuratezza di tutti i dati economici e di produzione, disponibilità dei sistemi informatici. L'obiettivo della 231 sui reati di impresa è quello di prevenire azioni illecite e reati che possano essere compiuti a vantaggio della propria azienda, anche senza che la direzione debba esserne a conoscenza. La legge prevede che l'alta direzione predisponga tutta una serie di protocolli atti a prevenire i reati 231. Serafinelli Consulting fa una previsione dei rischi aziendali legati alla 231 e redige modelli organizzativi che definiscono procedure e prassi da seguire per evitare i rischi individuati nella prima fase.

In una classe dirigente italiana che assume tonalità sempre più rosa nello scacchiere di comando, c'è una leader silenziosa che alle posizioni di vertice è abituata all'incirca da un decennio. Almeno dal 2013, infatti, Massimiliana Landini Aleotti detiene quasi stabilmente lo scettro di regina del Belpaese a nove zeri, attualmente popolato da 16 imprenditrici il cui patrimonio supera il miliardo di dollari. Una ristretta schiera di super ricche che per la prima volta nella storia vale all'Italia il quarto gradino della classifica mondiale stilata a fine febbraio da City Index nell'International Women's Day Study dietro Stati Uniti, Cina e Germania. E a "Lady Menarini" l'onore di sopravvivere in graduatoria tutte le sue conazionali, in virtù di un patrimonio stimato in tempo reale di circa 6,6 miliardi di dollari.

UN COLOSSO DEL BIG PHARMA CON PIÙ DI 17 MILA DIPENDENTI

L'iconica stilista Miuccia Prada, la board director del Gruppo Campari Alessandra Garavoglia, l'azionista unico di Coesia Isabella Seragnoli, la numero uno di Amplifon Susan Carol Holland e Giuliana Benetton co-fondatrice dell'onomima maison di moda sono solamente alcuni dei nomi blasonati messi in fila da Massimiliana Landini Aleotti, che occupa anche la 56esima posizione assoluta su scala globale. Decisamente lontana dal "best ranking" raggiunto nel 2014, quando la rivista americana Forbes la posizionava addirittura al decimo posto tra le lady più facoltose del pianeta. E pure dal picco patrimoniale superiore ai 10 miliardi di dollari attribuitole sempre nello stesso anno, prima che la famiglia Aleotti si affrettasse a precisare mezzo comunicato stampa che la valutazione del Gruppo Menarini effettuata da Forbes restituiva un "valore puramente teorico". Ciò non toglie che la casa farmaceutica con headquarter a Firenze ereditata una decina di anni fa dal marito scomparso Alberto Aleotti si collochi stabilmente tra i colossi internazionali del Big Pharma. Presente in 140 Paesi in tutto il mondo, con più di 17 mila dipendenti, 18 stabilimenti produttivi (che ne comprendono anche uno biotecnologico per la produzione di anticorpi monoclonali) dei quali la metà all'estero dove ottiene i tre quarti dei ricavi. A questi vanno aggiunti nove centri di ricerca e sviluppo e due aziende di diagnostica all'avanguardia nei campi della chimica clinica, immunologia, ematologia, istologia e Poct (Point of care testing). Per dare un ordine misurabile di grandezza, basti pensare che secondo una stima recente la Menarini immette sul mercato 580 milioni di confezioni di medicine l'anno, distribuite nei sei continenti per trattare le principali patologie nelle aree terapeutiche della cardiologia, oncologia, pneumologia, infiammazione e gastroenterologia.

REFRATTARIA ALLA MONDANITÀ, VITA PRIVATA INESPUGNABILE

Di quell'impero, trasformato da piccola azienda a multinazionale dal defunto marito e ul-

La più ricca e riservata d'Italia

Da anni regina del Belpaese a nove zeri, Massimiliana Landini Aleotti è sostanzialmente una "donna del mistero" per il grande pubblico. Ereditiera miliardaria del defunto marito Alberto, guida l'impero farmaceutico Menarini dal 2014



teriormente allargato al mercato oncologico americano tre anni fa attraverso l'acquisizione dell'azienda biofarmaceutica Stemline Therapeutics, oggi Massimiliana Landini Aleotti è l'unica proprietaria. Con la presidenza del board di Menarini affidata alle mani del manager svizzero Eric Cornut, i figli Lucia e Alberto Giovanni in qualità di azionisti di maggioranza e consiglieri di amministrazione e con la cura della persona, la qualità, la responsabilità e integrità e il focus sul paziente come pilastri valoriali. Donna riservata, refrattaria ai riflettori dello star system e assolutamente non incline alla mondanità, Massimiliana Landini Aleotti è sostanzialmente un'invisibile agli occhi del grande

pubblico. Tant'è vero che persino la gigantesca enciclopedia online di Wikipedia riserva solo cinque striminzite righe al suo ritratto biografico non riportando letteralmente nulla della sua vita privata, mai violata da nessuno nel corso degli anni e che ancora oggi si conferma un fortino inespugnabile. Di lei, ligure nativa di Lerici in provincia di La Spezia, si conosce solo l'età anagrafica,

che il prossimo agosto toccherà quota 81 anni; lo status economico- benché in graduale flessione- di ereditiera miliardaria; e, per l'appunto, l'estrema riservatezza: nessuna intervista rilasciata, mai un'apparizione in un salotto o talk televisivo, sporadiche partecipazioni agli eventi pubblici e le sue fotografie in rete che si contano sulle dita di una mano. • GG

580 mln

Confezioni di medicine

Secondo una stima recente vengono immesse all'anno dalla Menarini sul mercato, distribuite nei sei continenti



Una garanzia per gli intolleranti al lattosio

Con Eleonora Zeni, co-founder di Ellefree Srl, conosciamo Lfree®, il primo Marchio che identifica e garantisce i prodotti alimentari e farmaceutici senza lattosio, assicurando qualità, sicurezza e una corretta informazione

L'intolleranza al lattosio è una delle condizioni alimentari più diffuse in Italia e in ogni altra parte del mondo. Riconosciuta anche dall'Oms, coinvolge circa metà della popolazione italiana e il 70 per cento di quella mondiale. Tuttavia, quello dell'intolleranza al lattosio è ancora un mondo poco conosciuto, forse perché è un'esigenza alimentare ancora sottovalutata che, invece, crea notevoli disturbi. Per la prima volta, grazie a Eleonora Zeni e alla sua socia, è stato ideato un metodo innovativo che coniuga la rigorosità scientifica con una comunicazione chiara e di impatto: Lfree®. «Tutto è partito da un piccolo sogno – racconta la co-founder e responsabile marketing, nonché membro di Giovani Imprenditori di Confindustria Toscana Nord -, che è poi diventato realtà grazie alla libertà, mai scontata, di poter scegliere di inseguirlo. Nata come startup innovativa nel 2016, Ellefree Srl oggi è diventata una Pmi».

Come avete avviato quest'attività?

«Ho intrapreso questa avventura insieme a Maria Sole Facioni, biologa molecolare, nonché mia grande amica da oltre 20 anni. Maria Sole e io ci conosciamo da una vita ma dal punto di vista formativo veniamo da due percorsi diversi e ci piace definirci il cuore e la mente di un unico progetto. Grazie alla rigorosità scientifica di una e alla comunicazione chiara e di impatto dell'altra, riusciamo a tradurre il linguaggio scientifico in una chiave di lettura alla portata di tutti. Ci piace definirci "mediatrici culturali". Insieme abbiamo creato Ellefree Srl, proprietaria e concessionaria del primo e unico Marchio denominato Lfree® che certifica, valorizza e posiziona sul mercato prodotti alimentari e farmaceutici senza lattosio. Il primo passo non appena abbiamo aperto



L'obiettivo

Vogliamo migliorare la qualità di vita delle persone intolleranti al lattosio e lo facciamo attraverso la certificazione dei prodotti sicuri, comunicandolo anche al consumatore latto-intollerante attraverso l'Associazione AILI

l'azienda è stato quello di registrare il Marchio Lfree® in Italia, in Europa e depositarlo a livello internazionale, anche negli Stati Uniti».

Com'è nata l'idea di certificare prodotti senza lattosio?

«L'idea è nata dall'esigenza di Maria Sole, intollerante al lattosio e, nello stesso tempo, piena di dubbi e perplessità, come

circa il 50 per cento della popolazione italiana. Il nostro obiettivo è quello di migliorare la qualità di vita delle persone intolleranti al lattosio e lo facciamo attra-



Eleonora Zeni, co-founder di Ellefree Srl che ha sede a Lucca - www.ellefree.com

verso la certificazione dei prodotti sicuri, comunicandolo anche al consumatore latto-intollerante attraverso AILI, Associazione Italiana Latto-Intolleranti APS, l'unica associazione di riferimento per la categoria oggi in Italia».

Che ostacoli avete incontrato nel vostro cammino?

«Quando l'idea del Marchio è nata avevamo 28 anni: è stato un vero salto nel vuoto su diversi fronti. Non veniamo da famiglie di imprenditori e nessuno prima di noi due si era mai cimentato in questo campo: siamo state le pioniere a livello mondiale. All'inizio ci credevamo solo io e Maria Sole. Io, con tanta fiducia, coraggio e un po' di imprudenza, ho lasciato un contratto a tempo indeterminato, ma non mi sono mai pentita né ho avuto dubbi. Non è stato facile, i primi tempi abbiamo ricevuto tante porte in faccia, anche perché siamo donne e nel settore dell'imprenditoria purtroppo domina ancora una mentalità prettamente maschile, anche un po' misogina. La nostra caparbità e tenacia hanno comunque avuto la meglio e le difficoltà, temprandoci ulteriormente, ci hanno reso quello che siamo oggi. In piena pandemia, andando contro tendenza, abbiamo anche assunto due giovani collaboratrici, che camminano nella nostra stessa direzione. Abbiamo creato un team di professioniste, supportandoci e stimolandoci a vicenda. Nonostante i muri che ci siamo trovate davanti, il nostro team rosa riesce a raggiungere tutti i suoi obiettivi, un po' come un elefante, lento ma inesorabile».

Che caratteristiche ha il Marchio Lfree®?

«Lfree® fornisce un elemento distintivo alle aziende che producono prodotti senza lattosio o senza lattosio e proteine del latte idonei e sicuri per la dieta di persone intolleranti. Nonostante sul mercato sia ampia l'offerta di questi prodotti, di fatto non c'è ancora una legge europea armonizzata in tutti gli Stati membri, che identifica gli alimenti rispetto al loro contenuto di lattosio. Mettendo in atto tecniche analitiche e uno studio affinato, Lfree® ha identificato una presenza inferiore allo 0,001 per cento di lattosio come valore limite affinché un prodotto si attesti la dicitura "senza lattosio". Valorizziamo le eccellenze italiane che esportano i propri prodotti all'estero, offrendo così la possibilità di dare un valore aggiunto al loro made in Italy. Il Marchio è riconosciuto non solo in Italia ma registrato in Europa e registrato a livello internazionale in Usa, Australia, San Marino, Svizzera e Norvegia. Ellefree Srl ha sviluppato tre tipologie di Marchi: Lactose-Free, che certifica prodotti senza lattosio o che presentano un ingrediente "delattosato". Lactose & Milk Free che, garantendo l'assenza delle proteine del latte, unisce entrambe le diciture; Naturally Lactose-Free che identifica i prodotti come i formaggi che perdono naturalmente il lattosio durante il loro processo produttivo».

• **Beatrice Guarnieri**

Mangiare fuori in sicurezza

Lfree® da sempre supporta l'Associazione AILI nei suoi progetti a tutela delle persone latto-intolleranti. Uno dei più significativi è il progetto "Senza Lattosio Fuori Casa" (SLFC), una formazione rivolta agli esercizi della ristorazione sulla produzione e somministrazione di pietanze senza lattosio.

In Italia è l'unico programma di accreditamento che coniuga gli standard sul senza lattosio di Lfree® con la sensibilità sul tema dell'Associazione. Ellefree Srl ha messo a punto la prima e unica app, denominata "Senza Lattosio", che comunica i prodotti certificati Lfree® e gli esercizi, identificati con la vetrofania, aderenti al SLFC.

Un esempio di impresa virtuosa

Soluzioni complete e integrate basate su tecnologie avanzate, sostenibili e innovative, per garantire soluzioni zero-landfill ed elevate prestazioni. L'esempio di GS4C

Il mondo dei compositi produce il 30 per cento di sfridi di produzione, ma quello che per un'azienda è sfrido può diventare materia prima per chi è in grado di gestire lo scarto per la produzione di semilavorati che possano rientrare nella filiera per applicazioni specifiche. «GS4C - garantisce la co-founder dell'azienda Cristiana Talon - è un esempio di impresa virtuosa che si è fortemente impegnata per garantire una filiera completamente sostenibile e utilizza materiali sostenibili e riciclabili al 100 per cento per evitare sprechi».

Di che cosa si occupa la vostra azienda?

«GS4C, acronimo di "Go Sailing, for a Change" è stata fondata nel 2012 da me e dal mio socio Enrico Benco, con lo scopo di favorire l'uso di soluzioni sostenibili per il settore dei materiali compositi in base al modello di economia circolare e Open Innovation. Il riferimento alla vela è legato alla nostra passione per il mare, entrambi infatti abbiamo trascorsi lavorativi in team di America's Cup e vela professionistica. GS4C è una Pmi innovativa molto particolare: facciamo ricerca a livello imprenditoriale, lavoriamo come ricercatori in Open Innovation, aiutando le aziende con le quali collaboriamo a implementare soluzioni e materiali compositi sostenibili, rivolgendoci in particolar modo all'industria nautica, automotive e aerospace. Siamo partiti



Soluzioni sostenibili

La ricerca ha portato ad Amável il primo prototipo da regata in fibre minerali riciclabili cradle to cradle e resina epossidica a base bio

dalla forte consapevolezza che non è più possibile utilizzare materiali in modo irresponsabile e che, per qualsiasi prodotto, si deve pensare a come si farà a smaltirlo e riciclarlo, ragionando in termini di design for disassembling».

Che legame c'è tra la ricerca e l'imprenditorialità?

«Noi siamo imprenditori e ricercatori allo stesso tempo. Operiamo in modalità di Open Innovation per accelerare il trasferimento tecnologico di soluzioni innovative, altamente performanti e zero-landfill. Siamo partiti dal settore della nautica da competizione costruendo barche a vela sostenibili e riciclabili e oggi collaboriamo con il cantiere AMER YACHTS, azienda leader nel settore della cantieristica nautica e nella progettazione di Superyacht a basso impatto ambientale di cui siamo il riferimento di ricerca e sviluppo e con cui stiamo lavorando a soluzioni sostenibili per sostituire la vetroresina. L'obiettivo è quello

di aumentare la domanda di prodotti sostenibili, dimostrando che la sostenibilità non è in contrasto con le prestazioni di alto livello. La ricerca di queste soluzioni sostenibili ha portato alla costruzione già nel 2018 della prima barca da regata Loop Mini 650 in fibre minerali riciclabili cradle to cradle e resina epossidica a base bio. La barca, che si chiama Amável e misura 6,5

metri, è stata realizzata per regate oceaniche in solitario e adesso naviga con uno skipper che fa regate d'altura».

Quali collaborazioni avete stretto?

«Il completo recupero delle fibre da composito polimerizzato a fine vita e la loro trasformazione in nuova fibra lunga, senza nessuna perdita di prestazioni, è stata verificata assieme ad Enea nel corso del progetto Frim Fesr, finanziato dalla regione Lombardia. Da questa collaborazione è nata la volontà di trasferire ad altri settori le soluzioni adottate per la barca e la creazione di un consorzio per un progetto finanziato dalla Comunità Europea, denominato C2CC (Cradle To Cradle Composites). C2CC è stato completato con successo nel 2021 da un consorzio di 7 aziende europee, fra cui Enea, GS4C, Centro Ricerche Fiat e Università di Bordeaux. Uno dei dimostratori del progetto è stato il primo prototipo di cofano in composito completamente riciclabile per la 500 Abarth. Collaboriamo anche con il Politecnico di Milano, con cui abbiamo completato un progetto di valorizzazione della vetroresina riciclata e supportando i progetti degli studenti impegnati a partecipare a eventi quali la Foiling Week, progetto SuMoth Challenge e Monaco Energy Boat Challenge. Inoltre siamo proprietari del brevetto Eu 2758399 B.A.I., tecnologia di costruzione di Fml (Fiber Metal Laminate)».

Cosa riguarda il progetto STEAMiamoci?

«Il progetto STEAMiamoci è nato per stimolare le ragazze ad avvicinarsi alle materie STEM. Già alle scuole elementari vengono svolte delle attività con delle imprenditrici che si mettono a disposizione delle alunne. Io mi occupo del settore dello sport della vela e con il politecnico di Milano, con il progetto SuMoth Challenge stimoliamo le ragazze a creare imprenditorialità nella ricerca. Ho potuto constatare che molti limiti nascono nelle famiglie, le ragazze infatti vengono spinte verso gli studi classici e non verso le materie scientifiche considerate, per pregiudizio, troppo maschili».

Quali obiettivi avete per il futuro?

«In primis fare tesoro di questi dieci anni di esperienza e andare a lavorare di più sulle filiere industriali e sull'impatto ambientale, sempre cercando di risolvere il problema della riciclabilità alla fonte».

• **Cristiana Golfarelli**



Cristiana Talon, co-founder di GS4C che ha sede a Milano - www.gs4c.com

Per essere efficace un materiale non deve perdere valore

Il basalto per essere trasformato in fibra di rinforzo viene fuso e filato, eventualmente può essere arricchito con vari ossidi minerali e a fine vita può essere ri-fuso e tornare a essere il materiale di partenza. Sia all'inizio che alla fine del ciclo si ottiene così sempre la stessa fibra per materiale composito. È riciclabile al 100 per cento e non perde valore. Il basalto non è una fibra utile solo per le barche a vela, le sue caratteristiche infatti lo rendono adatto per qualsiasi imbarcazione e utilizzabile anche in altri settori.



L'eccellenza della pesatura

Una realtà d'eccellenza nata nel solco di una azienda storica nel settore della pesatura industriale, e che da oltre 35 anni si rende protagonista di un percorso di crescita costante tra qualità e innovazione. Questa è ABC Bilance, ormai prossima a compiere i 38 anni di un percorso iniziato quando Ilario Pietri e Graziella Bellotti fondarono la ditta, rilevando l'attività della Crotti Bilance. Da pochi dipendenti impegnati nello stabilimento di Campogalliano (Modena) si è arrivati al subentro dei figli nell'azienda e a un team di 30 operatori impegnati nella produzione, vendita e assistenza di pesa e bilance per ogni ambito e in una vasta gamma di servizi accreditate. Ora l'azienda punta ad affermare ulteriormente il proprio status di realtà di riferimento nel settore, dopo un anno e mezzo di sforzi intensificati per non subire i colpi della pandemia. E nel caso di ABC Bilance, come racconta Graziella Bellotti, ciò avverrà con la presentazione di novità nel campo dei software per la pesatura e di applicativi di ultima generazione. Il tutto coerentemente con la filosofia di una realtà che va ben oltre la sola produzione di bilance e pesa industriali, spaziando nell'alta tecnologia applicata a questi strumenti, nonché nel mondo delle tarature e della metrologia legale.

FLESSIBILITÀ E INNOVAZIONE

Che si tratti della produzione degli strumenti di pesatura, così come di quella di software all'avanguardia per precisione e applicazioni, ciò che distingue i prodotti di ABC Bilance è "la grande flessibilità che l'azienda è in grado di fornire ai propri clienti", spiega Graziella Bellotti. "Ciò in quanto riusciamo a servire aziende di ogni settore - prosegue la titolare - dall'agroalimentare all'industriale e al farmaceutico, includendo realtà direttamente a contatto con consumatore, come aziende ortofrutticole che praticano la vendita a chilometri zero, o ancora laboratori che devono pesare con bilance nell'ordine del millesimo di grammo".

Personalizzare la propria offerta, comprendendo dalle bilance a uso industriale a quelle che vediamo ogni giorno nei negozi di alimentari, e spaziando con successo nell'ambito specialistico delle pesa a ponte, comprende non solo la meccanica degli strumenti forniti, ma anche dei software installati. Questi sono sviluppati dalla startup Metricode, e rappresentano il presente e futuro di bilance e pesa, di fondamentale importanza per molti comparti della nostra economia.

Il nuovo laboratorio di taratura accreditato

L'anno 2020, seppur segnato dalla pandemia che ha rallentato molti settori produttivi, ha segnato un traguardo molto importante per ABC Bilance.

L'azienda ha inaugurato il nuovo Laboratorio di Taratura (LAT n° 291). Un traguardo molto importante per una realtà che negli anni è passata dalla produzione di bilance e pesa a una gamma di servizi e tarature a 360 gradi. E questo specifico ambito è sottolineato con l'accreditamento presso Accredia, che attesta la conformità del laboratorio di ABC Bilance ai requisiti delle principali normative internazionali in materia.

Graziella Bellotti
co-titolare ABC Bilance srl



COME FUNZIONA

La taratura LAT è necessaria in tutti i casi in cui sia richiesta una maggiore garanzia riguardo l'abilità dei risultati delle misure attuate con gli strumenti tarati. È utile in settori operativi come l'automotive, l'aerospaziale e il medicale, dove il risultato errato di una misura può avere conseguenze pesanti sia in termini di sicurezza che in termini economici. Tutti ambiti che presentano requisiti molto stringenti circa la riferibilità metrologica delle misure, e per cui tale certificazione fa da garanzia alla qualità delle misure effettuate dando un valore aggiunto ai propri clienti.

Produzione
Sistemi Pesatura

Servizi Assistenza
Manutenzione
Noleggio Bilance

Laboratorio
Metrologico

azienda certificata



LAT N° 291



A.B.C. Bilance Srl

Via Canale Carpi, 8 - Campogalliano (MO) Tel. 059 527187
info@abcbilance.it - www.abcbilance.it

La nuova generazione delle bioplastiche

L'alternativa alla plastica: un materiale unico che nasce dagli scarti organici, è biodegradabile e compostabile. Lo descrive Emanuela Gatto, ceo di SPlastica, startup innovativa spin-off dell'Università di Roma Tor Vergata

L'importante ruolo delle bioplastiche nel raggiungimento di un'economia circolare e climaticamente neutra è stato riconosciuto da diverse organizzazioni e istituzioni internazionali come le Nazioni Unite e il Parlamento Europeo, che hanno evidenziato come le bioplastiche siano un'alternativa sostenibile alla plastica convenzionale, sollecitando inoltre maggiori sovvenzioni per la ricerca e l'innovazione come mezzo per innescare idee che portino allo sviluppo di nuovi prodotti. In quest'ottica si muove Emanuela Gatto, ceo di SPlastica. Selezionata tra le migliori aziende green europee guidate da donne, per creare un futuro più sostenibile, SPlastica è una startup che trasforma il latte scaduto in un materiale compostabile e biodegradabile, che può rappresentare una valida alternativa alla plastica. Il progetto, nato nell'Università Tor Vergata di Roma, è tutto rosa, infatti è stato realizzato da tre chimiche, Emanuela Gatto, Valentina Armuzza e Raffaella Lettieri, due delle quali sono diventate imprenditrici grazie alla loro tecnologia innovativa.

Di che cosa si occupa la vostra azienda?



Le origini

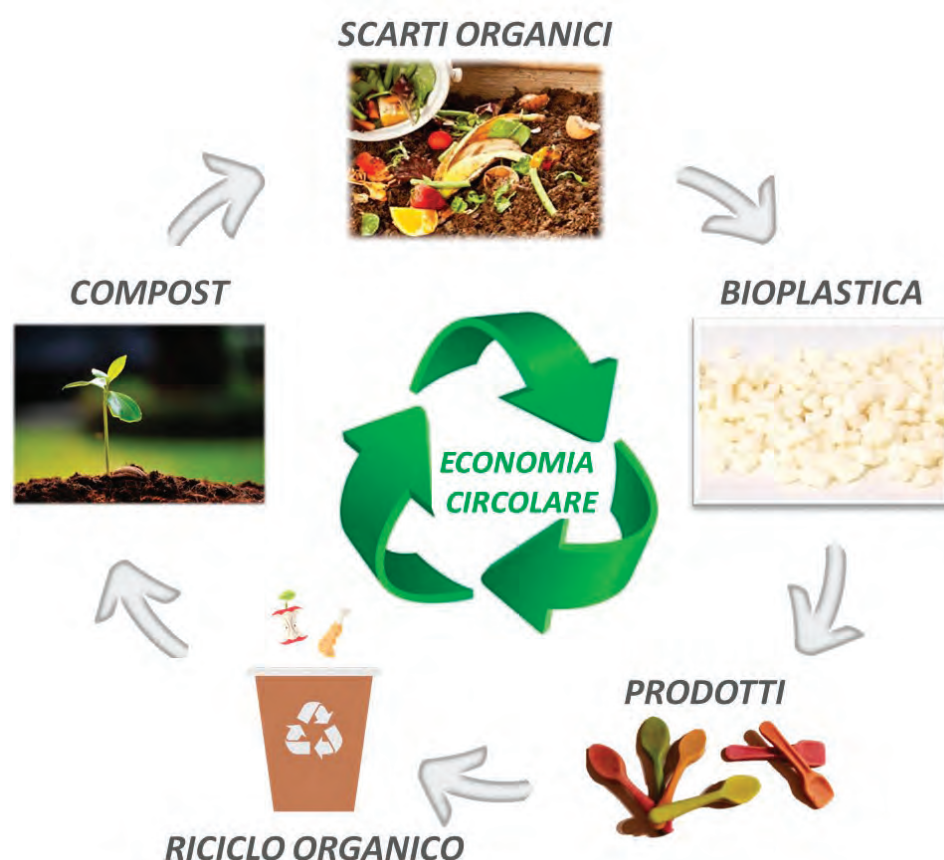
SPlastica nasce dalla volontà di risolvere l'ormai ben noto problema dell'accumulo di plastica nell'ambiente e allo stesso tempo di fornire un'alternativa sostenibile allo smaltimento dei rifiuti alimentari

cento biodegradabili e compostabili a base di polimeri naturali, a partire da scarti organici, mediante un processo ecosostenibile. Il team è composto da me, Emanuela Gatto, (Dottorato in Scienze Chimiche, esperta in Scienza dei materiali, co-founder e ceo dell'azienda), Raffaella Lettieri (Dottorato in Scienze Chimiche, esperta in materiali a base di polimeri naturali, co-founder, R&D) e Graziano Massaro (esperto in economia, co-funder, Cfo). L'idea nasce dalla volontà di risolvere l'ormai ben noto problema dell'accumulo di plastica nell'ambiente, e allo stesso tempo fornire un'alternativa concreta e sostenibile allo smaltimento di rifiuti alimentari. Ogni anno vengono prodotti 310 milioni di tonnellate di rifiuti di plastica e 1,3 miliardi di tonnellate di alimenti (il 33 per cento delle risorse mondiali di cibo) vengono gettati come rifiuti. SPlastica, mediante un processo ecosostenibile, estrae dal rifiuto organico alcuni biopolimeri naturali e li trasforma in una bioplastica biodegradabile e compostabile anche a temperatura ambiente, in perfetto accordo con i principi della circular economy. Un'eccedenza alimentare, anziché un rifiuto, diventa così una materia prima e trova una nuova vita sotto forma di compost rientrando nella biosfera».

Qual è stato il primo prodotto che avete realizzato in SPlastica?

«Il primo prodotto di SPlastica è SP-Milk, un materiale bioplastico realizzato a partire da

«SPlastica è una startup innovativa, spin-off dell'Università degli Studi di Roma Tor Vergata, che ha sviluppato una tecnologia per la sintesi di nuovi materiali plastici 100 per



Un valore riconosciuto da numerosi premi

Dalla costituzione della startup ad oggi, SPlastica ha ottenuto numerosi premi e riconoscimenti: Primo premio Start Cup Lazio 2018 per la Miglior Idea di Impresa ad alto contenuto tecnologico nata in un centro di Ricerca del Lazio; Premio speciale per l'imprenditoria femminile al Pni 2018 (Premio Nazionale per l'Innovazione); Premio come miglior presentazione durante il Roadshow nazionale a Roma di BioItaly e start up Initiative Intesa San Paolo (2019); Terzo classificato al Premio Innovazione alla fiera di Grottaferrata 2019 come migliore idea d'impresa; Emanuela Gatto, ceo di SPlastica, è stata invitata dal Presidente della Repubblica Sergio Mattarella al Quirinale per la Festa Nazionale della Repubblica, nel Giugno 2019, come ricercatrice che si è distinta nell'ambito delle scienze e delle tecnologie; V edizione del Premio Unirsi per l'Impresa, nella categoria Premio Unindustria 2020; Primo premio "Boost your ideas" edizione 2021, iniziativa dalla Regione Lazio (LazioInnova); finalista del Premio IMSA (Italian Master Startup Award) 2022; menzione speciale al premio Giusta Transizione 2022; bando Women TechEU della Commissione europea, che sostiene le start-up ad alto livello tecnologico guidate da donne, bando Pre-Seed della Regione Lazio.



latte di scarto (in Europa ogni anno vengono sprecati dai 3 ai 6 milioni di tonnellate di latte). Gli scarti del latte rappresentano una materia prima sempre disponibile, in quanto

Emanuela Gatto, ceo di SPlastica che ha sede a Roma - www.splastica.com



SP-Milk

Un'eccedenza alimentare anziché un rifiuto diventa una materia prima e trova una nuova vita sotto forma di compost rientrando nella biosfera

non soggetta a stagionalità come altre risorse. Inoltre, l'utilizzo di tale scarto non contribuisce allo sfruttamento dei terreni coltivabili, come avviene per i materiali prodotti a partire da materie prime ricavate da piante. Quello che ci ha spinto a realizzare questo nuovo materiale completamente biodegradabile è stata la necessità di trovare soluzioni all'inquinamento da plastica, considerando che ogni anno ne produciamo circa 400 milioni di tonnellate, la maggior parte delle quali, spesso, vengono riversate sull'ambiente. La plastica non si biodegrada. Se poi si considera che di tutta la plastica prodotta a partire dal 1950, globalmente si stima che solo il 9 per cento è stata riciclata, si può comprendere l'enormità di questo problema.

Da chimico non tendo a demonizzare la plastica perché è un materiale che ha rivoluzionato la nostra società ed è fondamentale, però dovremmo imparare ad utilizzarla meglio, in particolare per quanto riguarda gli articoli monouso, oggetti che vengono utilizzati per pochi secondi e poi vengono gettati. La Comunità europea per fortuna si sta muovendo velocemente in questa direzione per limitarne l'utilizzo in questo ambito. Bisogna cercare di utilizzare meglio la plastica e noi da chimici abbiamo pensato che potremmo provare ad offrire delle alternative. La nostra sfida è stata quella di ideare un materiale sostenibile, mimando la natura, cioè costituito da polimeri naturali che tendono a degradarsi nel tempo, senza impattare l'ambiente: è nato così SP-Milk, dagli scarti di latte».

Qual è l'aspetto più innovativo della vostra azienda?

«L'innovazione di SPlastica è legata proprio all'utilizzo di scarti, cioè qualcosa di cui le aziende devono disfarsi con conseguenti sforzi economici e ricadute sull'inquinamento dovute al trasporto: le aziende produttrici vedrebbero nei propri scarti una enorme risorsa, oltre ad abbattere notevolmente i costi di smaltimento relativi ai rifiuti organici. Non di minore importanza è l'aspetto dei costi, i quali possono essere mantenuti relativamente bassi proprio grazie alla provenienza della materia prima che, essendo uno scarto, presenta costi irrilevanti. SPlastica produce granuli di SP-Milk, che sono a base di polimeri naturali non modificati chimicamente, sono 100 per cento biodegradabili e compostabili, e sono quindi permessi dalla normativa per la plastica mo-

nouso (SUP). Il modello di business di SPlastica prevede la produzione di granuli di bioplastica da vendere ad aziende trasformatrici di plastica. Abbiamo creato un materiale unico a partire da materie prime naturali, per offrire un'alternativa alla plastica eliminando il ricorso ai derivati del petrolio».

Siete in perfetta sintonia con la sostenibilità ambientale.

«Per SPlastica la sostenibilità ambientale è al primo posto, per questo l'idea è quella di sviluppare una filiera completa a chilometro zero, riducendo così anche i costi di trasporto dei rifiuti e la conseguente produzione di CO2: i rifiuti, raccolti direttamente nell'azienda che li produce, vengono trasformati in un prodotto in bioplastica da utilizzare nello stesso luogo di origine, in grado di biodegradarsi a fine vita. SPlastica è completamente biodegradabile e si trasforma in compost in 60-90 giorni, non produce residui dannosi per l'ambiente o per la salute, torna al suolo rientrando nel ciclo vitale del Pianeta secondo i principi dell'economia circolare».

Venendo alla sua esperienza personale, che cosa l'ha portata a interessarsi alla chimica?

«Quello che mi ha proprio folgorato della chimica è stata un'esperienza di laboratorio, fatta ai tempi del liceo, in cui abbiamo visto e capito il principio di funzionamento di una batteria. L'idea di poter realizzare e produrre energia partendo da una reazione chimica è qualcosa che mi ha davvero affascinato e mi ha portato poi a seguire questa strada, nonostante tutte le difficoltà perché inizialmente, avendo frequentato il liceo classico, rispetto a chi aveva fatto lo scientifico, mi sentivo meno preparata. Sono poi riuscita benissimo perché il liceo classico dà una formazione molto completa».

Donne e studi Stem: a che punto siamo?

«La presenza delle donne nei settori tecnico e scientifico è ancora troppo marginale e il divario da colmare non è solo culturale ma anche economico. Numerose ricerche attestano come la strada da percorrere sia ancora lunga. Le motivazioni di questa distanza hanno un'origine comune nel background culturale e familiare delle società odierne. Nell'immaginario collettivo, donne e discipline scientifiche non sarebbero compatibili. Sono tanti gli ostacoli incontrati dalle donne che vogliono intraprendere una carriera in ambito tecnico scientifico, tra cui numerosi pregiudizi e stereotipi. Insegnando anche all'Università mi rendo quotidianamente conto che le ragazze sono portate verso queste discipline quanto i ragazzi. Bisogna fare capire loro che non ci sono discipline di genere, questa è una barriera da eliminare. Anche come ceo di startup le donne incontrano diverse difficoltà, sicuramente superiori rispetto a quelle incontrate dagli uomini. Questo pregiudizio si sta lentamente scardinando, anche se i numeri parlano chiaro e le donne rimangono in forte minoranza».

• **Beatrice Guarnieri**

I servizi offerti da SPlastica

Produzione e vendita di granuli di bioplastica 100 per cento biodegradabile e compostabile SP-Milk. Customizzazione della bioplastica ottenuta dal latte: consulenza sulla modulazione delle proprietà del materiale sulla base del tipo di prodotto che si vuole realizzare.

Bioplastica on demand: consulenza per la realizzazione di bioplastiche a partire da qualunque scarto organico, sulla base delle esigenze e delle richieste. Sperimentazione industriale: affiancamento delle imprese nelle attività di test sul nuovo materiale plastico nel contesto della produzione industriale (supporto nell'ottimizzazione dei processi produttivi e della qualità del prodotto finale). Disciplinari per certificazione: attività di ricerca congiunte tese a definire i disciplinari per la richiesta delle autorizzazioni all'utilizzo della bioplastica nei diversi settori industriali nei quali è richiesta la certificazione della materia prima utilizzata. Concessione in licenza del diritto d'uso dei brevetti concessi e di quelli futuri nei settori di mercato nei quali il nuovo materiale può essere utilizzato senza specifiche autorizzazioni, affiancata da attività di consulenza.

Il magico mondo degli aromi

Ricerca, innovazione e qualità contraddistinguono New Flavours, azienda leader nel settore degli aromi e dei semilavorati alimentari, specializzata in prodotti aromatici naturali, biologici, vegan e ogm free. Fiore all'occhiello, gli aromi tipicizzati delle regioni italiane. Ne parliamo con Monia Floridi, ceo di New Flavours

La presenza degli aromi naturali alimentari è a mio parere indispensabile per rendere peculiare un determinato alimento, sia dolce che salato. La loro presenza è necessaria per esaltare le funzioni sensoriali dei cibi, vivacizzando odori e gusto in modo da realizzare prodotti coerenti con le richieste dei consumatori. «Noi cerchiamo di offrire al consumatore aromi naturali e bio in grado di garantire un sapore autentico - spiega Monia Floridi, ceo di New Flavours -. Ho creato l'azienda più di dieci di anni fa, insieme al mio socio, partendo da zero e con tanta passione. Passo dopo passo abbiamo raggiunto grandi risultati. Non nascondo di aver incontrato tanti ostacoli soprattutto in quanto donna. Lavorativamente mi sono dovuta impegnare molto più che se fossi uomo, ho avuto difficoltà ad essere ascoltata, è ho dovuto trovare argomenti diversi e molti di

Il primo obiettivo
Riuscire a catturare
l'essenza della
materia prima in
tutte le sue
declinazioni. Lo
raggiungiamo
creando un bouquet
di aromi biologici e
naturali

più per affermarci e avere una credibilità, ma grazie alla caparbia, costanza e determinazione che mi contraddistinguono, sono andata avanti. Siamo stati la prima azienda che nel settore degli aromi ha puntato sul biologico e sul naturale, dando grande attenzione alla sostenibilità ambientale. Siamo stati anche i primi ad aver realizzato l'aroma al tartufo biologico. Riuscire a catturare l'essenza della materia prima in tutte le sue declinazioni è stato il nostro obiettivo, raggiungerlo creando un bouquet di aromi biologici e naturali è motivo di grande orgoglio». New Flavours, azienda innovativa e dinamica, nasce dalla volontà di esprimere creatività e passione per il sapore attraverso lo sviluppo di aromi naturali e biologici che non solo racchiudono ciò che piace a livello gustativo ma raccontano ciò che emoziona a livello pro-



New Flavours ha sede a Monte Santa Maria Tiberina (Pg) - www.new-flavours.com

fondo.

Cosa vi ha spinto verso il biologico?

«Quella del biologico è una scelta consapevole, che non vuole solamente la soddisfazione un crescente bisogno del mercato o tradurre la materia prima in aromi freschi e dal gusto naturale, ma ha anche una valenza di natura sostenibile e una vision. Scegliere la strada del biologico e del naturale è scegliere un principio di sostenibilità in cui la materia prima viene coltivata in assenza di fertilizzanti e pesticidi in favore dell'ecosistema suolo, della biodiversità e del ciclo naturale del prodotto. La nostra mission è rappresentata dalla produzione di aromi alimentari naturali, aromi alimentari biologici, estratti, essenze e semilavorati utilizzati nel mondo food».

Quali sono i vostri punti di forza?

«Sicuramente uno dei nostri punti di forza è rappresentato dalla customizzazione, dalla possibilità di creare prodotti che rispettano le esigenze dei nostri clienti. Cre-



iamo aromi basati sulle esigenze del cliente e pensati per incontrare il gusto dei consumatori. Preparare un aroma su misura per noi significa partire dalla natura per arrivare all'essenza, cercando di giocare con tutti i suoi sottotoni in base alle richieste di partenza. I nostri prodotti sono bouquet declinati giocando su sfumature e note che li rendono unici, rendendo unico il prodotto

del cliente. Realizziamo sempre prodotti originali grazie anche a un team di taste hunter interni che ci permettono di andare alla ricerca di nuovi sapori nuove combinazioni. Un nostro aroma non sarà mai un semplice aroma...».

Qual è la vostra filosofia?

«La nostra filosofia è da sempre quella di investire nella ricerca. Siamo un'azienda che punta sull'innovazione e siamo convinti che i nostri risultati siano la conseguenza di queste scelte. Sicuramente la ricerca riveste un ruolo primario nella nostra realtà, anzi possiamo dire che sia il vero cuore dell'azienda. Conosciamo tutti molto bene le dinamiche e le richieste del mercato e questo chiaramente non significa aver raggiunto un punto d'arrivo, piuttosto quello di partenza. Pensiamo, proviamo e creiamo ogni singolo prodotto per rendere i nostri clienti soddisfatti, avendo sempre lo sguardo proiettato verso il futuro. La voglia insaziabile del nuovo, il continuo stimolo nel ricercare soluzioni, sapori, ispirazioni del tutto innovative è ciò che ci rende quello che siamo. New Flavours ha una sua identità chiara e definita, ciò ci permette di fare scelte coraggiose, a volte azzardate per sostenere le nostre idee, principi e intuizioni».

Come vengono realizzati i vostri aromi?

«Ogni aroma viene rilasciato soltanto dopo essere testato. Controlliamo il prodotto in ogni sua fase: dalla ricerca delle migliori materie prime alla shelf life fino a eventuali reazioni con contenitori classici. Grazie ad un monitoraggio costante ne studiamo altre caratteristiche funzionali quali termoresistenza e proprietà ossidanti. Per essere sempre all'avanguardia adoperiamo macchinari progettati da noi e costruiti su misura. Questo ci permette di garantire i più alti standard qualitativi. New Flavours ha sviluppato tecniche di estrazione differenti e specifiche per la singola materia prima al fine di coglierne non solo i caratteri olfattivi, ma anche gustativi, costruendo un aroma definito tanto da rendere riconoscibile l'autenticità della fonte: che si tratti di un limone siciliano, aglio di Voghiera o altro. Questo ci ha condotti alla realizzazione di una bouquetatura aromatica biologica e naturale di ampio respiro, alla quale si affiancano, sulla stessa scia, nuove linee aromatiche vegan e allergen free. New Flavours ha ideato, progettato e sviluppato aromi naturali sedano, senape, frutta a guscio ecc. che apportano l'aroma caratteristico di questi alimenti senza la presenza dell'allergene». • **Guido Anselmi**

Qualità garantita

Pilastro fondamentale per la New Flavours è la qualità. Garantire un alto standard del prodotto al cliente è uno degli obiettivi principali per l'azienda, per questo ha adottato e conseguito molteplici certificazioni e protocolli: Standard Haccp; certificazione Brc; certificazione Bio (Organic 848/2018 UE); Qualifica di Pccq secondo le regole definite dal Fspca, ente collegato alla Fda (Food and drug administration), Kosher certificate. Inoltre l'azienda ha un forte riguardo nei confronti della natura e a tal fine si impegna a sviluppare l'impiego di mezzi e tecnologie che non danneggiano l'ambiente e utilizza processi di produzione sostenibili.

Secondo le più aggiornate statistiche, le aziende specializzate nella gestione e smaltimento dei rifiuti speciali sono dirette quasi esclusivamente da uomini, ma ce n'è una che esce da questo trend, ed è guidata da uno staff quasi tutto al femminile. Si tratta di Regina Ambiente, capitanata da Regina Gabriele. «Impariamo fin da piccole che alcuni ruoli non sono per noi e da adulte affrontiamo moltissime sfide per riuscire a fare il lavoro che desideriamo - afferma la titolare -. Nel mio caso la difficoltà maggiore è stata quella di farmi accettare, in quanto donna, in questo settore e ottenere fiducia. Oggi sono sposata da 42 anni con Enrico, madre di due figli meravigliosi, Roberta e Marco, nonna di quasi sei bellissimi nipotini. Mio marito e io, dal giorno in cui ci siamo sposati, abbiamo sempre costruito insieme i nostri progetti: lui con ampia prospettiva futuristica, io sempre presente e perfetta esecutrice delle nostre attività, di cui una delle tante, la mia prima società "Regina Gabriele Divisione Ambiente" è nata nel 1991».

Come si è evoluto il suo percorso professionale?

«Ho iniziato con un piccolo mezzo, ho procurato clientela, occupandomi sia della parte commerciale che di quella legata alla logistica. Il mio furgone poco a poco è diventato la mia seconda casa, infatti per tantissimi anni ho lavorato praticamente da sola. Poi a un certo punto mio figlio mi ha detto che avrebbe voluto fare il mio mestiere, e a quel punto l'azienda, che fino ad allora si occupava solo di raccolta e trasporto di rifiuti sanitari nel Lazio, diventa Regina Ambiente Srl e incomincia a cambiare veste e ad allargarsi a tutte le tipologie di rifiuto, espandendosi anche in altre regioni. Oggi operiamo su Roma, Frosinone, Lazio, Umbria, Abruzzo, Basilicata, Campania e Puglia. Diamo supporto a commercianti, artigiani, industriali, privati ma soprattutto supportiamo in tutto e per tutto le strutture sanitarie che si convenzionano con la nostra azienda che, pur essendo una piccola impresa, dispone di sette autisti, tutti formati professionalmente, e quattro ragazze che, insieme a me, organizzano la logistica, il commerciale, l'amministrazione».

Quando la gestione dei rifiuti è in rosa

Professionalità ed elevata qualità del servizio offerto, personale qualificato ed adeguati mezzi di trasporto: Società Regina Ambiente, specializzata nella raccolta e trasporto per smaltimento di rifiuti speciali, è un'azienda in forte crescita e sempre proiettata verso il futuro. L'esperienza di Regina Gabriele

A quali settori vi rivolgete?

«Ci occupiamo di smaltimento dei rifiuti speciali, anche pericolosi, per numerosi settori. Da sempre però il nostro principale mercato è rappresentato dal settore ospedaliero: oltre 1300 clienti tra case di cura, laboratori di analisi, veterinari, dentisti, estetisti, medici generici, tatuatori. Possiamo occuparci oltre che di smaltimento dei rifiuti sanitari (Cer 180103, Cer 180202), anche di quello dei reflui da laboratorio, tra cui vetro sanitario. Operiamo anche negli uffici: con la distribuzione ai clienti dei nostri Eco-Box, contenitori da 60 lt, ci occupiamo di tutti i possibili rifiuti prodotti in questo ambito: toner di stampa, carte e cartone, liquidi di sviluppo e fissaggio, lampade al neon, apparecchiature fuori uso, rifiuti ingombranti. Inoltre, grazie alla partnership con aziende iscritte alla Cat 10, provvediamo alla rimozione e smaltimento dell'amianto in impianti idonei alla tipologia di rifiuto. In base alle esigenze del cliente, possiamo poi noleggiare un'ampia gamma di container per rifiuti di varie caratteristiche e grandezze: 10, 20, 30 M3, cassoni a tenuta aperti e chiusi, con coperture a cramaro».

Quali certificazioni avete?

«Regina Ambiente è una società particolarmente attenta alle regole così come è attenta all'ambiente, per questo siamo autorizzati allo smaltimento dei rifiuti aziendali e industriali di ogni genere e siamo certificati Iso 14001, Iso 9001, autorizzazione al trasporto Albo gestori ambientali, autorizzazione Cat 1 Classe E, autorizzazione Cat 4 Classe D, autorizza-



Settore ospedaliero

È il nostro principale mercato. Possiamo occuparci oltre che di smaltimento dei rifiuti sanitari, anche di quello dei reflui da laboratorio

zione Cat 5 Classe F, autorizzazione Cat 8 Classe F».

Che bilancio può fare di questi anni di attività?

«Oggi posso dire che sono molto fiera di aver costruito questa azienda, siamo una grande famiglia e ogni giorno aspetto il rientro dei

miei collaboratori per assicurarmi che sia tutto a posto. Durante questi anni di duro lavoro e sacrifici, compensati però da altrettante soddisfazioni, non ho mai voluto essere in prima fila, anzi, ho sempre preferito rimanere dietro le quinte ad osservare e guidare la squadra. Sono l'unica donna in provincia di Frosinone ad occuparsi dei rifiuti sanitari e voglio continuare finché ne avrò le forze».

• **Bianca Raimondi**

Regina Gabriele, alla guida della Regina Ambiente di Frosinone - www.reginaambiente.it

Servizi personalizzabili

Regina Ambiente può fornire servizi diversi a seconda dei diversi comparti produttivi. Forte dell'esperienza trentennale, la competenza in materia dell'azienda è decisamente vasta e può rispondere a ogni particolare esigenza.

Regina Ambiente mette a disposizione esperienza e personale qualificato per offrire ai suoi clienti consulenze per la compilazione di registri di carico scarico rifiuti, compilazione MUD, analisi sui rifiuti con laboratorio chimico con noi convenzionato. «Supportiamo i nostri clienti con tempestività e siamo sempre presenti nel momento del bisogno - sottolinea la titolare -. Inoltre possiamo contare su un vasto e moderno parco di automezzi, assolutamente all'avanguardia e in grado di soddisfare un ampio ventaglio di richieste, diversificate per tipologia ed esigenze, orientate al ritiro dei rifiuti speciali presso le sedi indicate dai clienti. Il reparto autotrasporti è composto da personale abilitato da certificazione di formazione professionale Adr».



Il trasferimento tecnologico per l'Italia, come per i principali Paesi al mondo (Usa e Israele in primis), rappresenta un'opportunità importante di accelerazione tecnologica e, oggi più che mai, è lo strumento principale per "mettere a terra" concretamente i progetti finanziati dal Pnrr italiano, occasione unica e mai più ripetibile per la ripresa post-Covid e lo sviluppo dell'intero sistema Paese. Le nostre opportunità di crescita risiedono, infatti, anche in quella che chiamiamo l'industria del deep tech: l'insieme di tecnologie innovative fondate su scoperte scientifiche, ingegneria, matematica, fisica e medicina, che possono avere un impatto profondo nella vita delle persone e nella società. «La possibilità di innovare del nostro Paese e la sua crescita economica sono direttamente proporzionali alla capacità delle nostre aziende di ridurre i tempi del trasferimento tecnologico - afferma Emilia Garito, ceo di Quantum Leap e founder and chairman di Deep Ocean Capital SGR Spa. - L'innovazione è una componente essenziale della competitività, ma occorre sviluppare la capacità di intercettare il cambiamento tecnologico, utilizzarlo all'interno della propria azienda e sfruttare al meglio idee provenienti dall'interno e dall'esterno dell'organizzazione, attraverso processi strutturati che coinvolgano, sempre di più, il mondo della ricerca scientifica, sia di base che applicata. Tra ricerca e industria è necessario, però, creare un collegamento anche culturale, poiché queste due realtà sono basate su obiettivi differenti e su un diverso linguaggio di comunicazione; ed è proprio in questa esigenza di mercato che si inserisce Quantum Leap: l'azienda assume in Italia il ruolo di advisor specializzato in trasferimento tecnologico, totalmente privato e con oltre 12 anni di esperienza alle spalle e una lunga lista di attività strategiche svolte per grandi e medie aziende italiane, oltre che per start up del settore deep tech».

Quantum Leap, che fa parte del gruppo Be Shaping the Future - ora anche appartenente al più ampio contesto di Engineering Spa - è una boutique di consulenza di riferimento in Italia nel settore del technology transfer. Come è iniziato questo percorso?

«Quantum Leap ha iniziato la sua attività oltre dieci anni fa, aiutando i centri di ricerca a valorizzare le proprie soluzioni scientifiche e la relativa proprietà intellettuale attraverso attività di patent brokerage, capendo quali attività fossero necessarie per il processo di trasferimento tecnologico,

L'importanza del trasferimento tecnologico

Tra ricerca e impresa, poiché parlano un linguaggio diverso, c'è Quantum Leap, boutique di consulenza specializzata in tech transfer; l'azienda stima il valore reale di una tecnologia e aiuta le organizzazioni a trasformarla in un prodotto competitivo sul mercato



al fine di renderlo realmente efficace. In Quantum Leap stimiamo il reale valore di una tecnologia, trasformandola in un prodotto competitivo sul mercato globale. La nostra mission è creare le condizioni più idonee per sviluppare sinergie efficaci tra imprese, enti di ricerca, venture capital e istituzioni, finalizzate a far divenire la ricerca innovazione competitiva sui mercati internazionali, in totale approccio di open innovation e in linea con le emergenti esigenze di sostenibilità dei progetti di sviluppo e produzione industriale».

In cosa consiste il processo di Tech transfer?
«Attraverso il nostro processo di Tech transfer, Ip LifeCycle Management, sviluppato internamente e validato da aziende italiane di grandi dimensioni, acceleriamo e miglioriamo il percorso di sviluppo tra ricerca e impresa. Il nostro team di

La mission di Quantum Leap

È creare le condizioni più idonee per sviluppare sinergie efficaci tra imprese, enti di ricerca, venture capital e istituzioni, finalizzate a trasformare la ricerca in innovazione competitiva sui mercati internazionali

esperti verifica il valore intrinseco delle soluzioni scientifiche in cui le aziende stanno per investire, valutandone l'impatto rispetto allo stato di avanzamento in ciascun Paese del mondo. In tal modo viene favorita la strategia di business per l'ingresso in nuovi mercati in maniera consapevole e strategica, sulla base del reale valore

Emilia Garito, ceo di Quantum Leap e founder and chairman di Deep Ocean Capital SGR Spa
www.quantumleap-ip.com



tecnologico e di impatto di lungo periodo della soluzione innovativa. Come dicevo prima, attraverso il trasferimento tecnologico si accelera il processo di crescita delle aziende e si consolida la strategia di business sulla base del valore competitivo del contenuto tecnologico dei prodotti. Le organizzazioni hanno così la possibilità di cambiare direzione per tempo, grazie all'acquisizione di soluzioni più efficaci dall'esterno o variando le proprie dall'interno: il tutto sulla base delle analisi fatte da Quantum Leap. In questo modo è possibile considerare tutte le variabili causate dalla velocità della trasformazione tecnologica in atto e creare le basi per l'ingresso in nuovi mercati».

Cosa si intende per Ip strategy?

«È l'insieme degli strumenti e delle competenze di supporto al business aziendale, in stretta correlazione con le fasi di creazione, gestione e valorizzazione della proprietà intellettuale relativa al prodotto innovativo in fase di sviluppo. La Ip Strategy consente alle aziende di svolgere un'attività strategica e di intelligence finalizzata al consolidamento della propria posizione sul mercato, ottimizzando i costi e i tempi di realizzazione del progetto/prodotto stesso». • CG

Tra grandi imprese e Pmi

Le attività di Quantum Leap mirano a supportare prevalentemente le grandi e medie aziende, ma in taluni casi anche quelle più piccole e tecnologicamente avanzate nella loro crescita competitiva all'estero, in totale coerenza con quanto richiesto dall'Europa e confermato con l'erogazione dei finanziamenti Pnrr rispetto alla misura 4 "Dalla ricerca all'impresa". L'Europa valuta la corretta gestione della proprietà intellettuale e il trasferimento tecnologico come due strumenti strategici attraverso i quali raggiungere in tempi rapidi la Sovranità tecnologica europea nelle aree di maggior interesse per i Paesi membri. «Anche l'Italia dovrà fare la sua parte in questo ambizioso obiettivo. Il nostro principio base è la collaborazione, la shared innovation, perché le aziende non possono che collaborare con il mondo della ricerca - e seguire la strada del trasferimento tecnologico - per poter realmente competere sul mercato internazionale».

Metalmecanica dal cuore green

Chiara Bologna, proprietaria di T.T.M., ci racconta la propria azienda, che gestisce insieme al fratello, passata da una gestione societaria a una familiare e divenuta leader nel settore del trattamento termico dei metalli

Il trattamento termico è uno degli aspetti fondamentali nel processo di produzione della maggior parte delle parti metalliche destinate all'industria. Esso è infatti essenziale per adattare i metalli lavorati al loro scopo finale. Da oltre quarant'anni, T.T.M., Trattamenti Termici dei Metalli, opera in questo settore con esperienza e professionalità. «La nostra azienda è nata nel 1980, a seguito della fondazione da parte di mio padre e i suoi soci dell'epoca – racconta la titolare Chiara Bologna -. Quando i soci, nel corso degli anni, sono via via andati in pensione, è stata rilevata dalla mia famiglia, in particolare da me e mio fratello, quindi oggi è a tutti gli effetti un'azienda familiare. Mio padre è ancora presente in azienda, forte della sua grande conoscenza. T.T.M. esegue trattamenti termici dei metalli da oltre 40 anni e nel tempo i nostri stabilimenti si sono ampliati e oggi siamo arrivati ad avere una quarantina di collaboratori».

Proprio i collaboratori sono un punto di forza e di orgoglio di questa azienda dall'esperienza quarantennale. «Un aspetto che teniamo in grande considerazione sono proprio loro, perché nel nostro lavoro l'automatizzazione dei processi è indubbiamente importante, ma un attento controllo umano lo è ancora di più. La collaborazione dei nostri dipendenti è dunque una componente fondamentale. La competenza e la professionalità di ogni operatore, formata in azienda, sono garanzia di qualità elevata e costante. L'organizzazione interna e la flessibilità degli impianti rendono possibile eseguire diversi tipi di trattamenti termici e consentono tempi di lavorazioni veloci, con un'organizzazione ben precisa: lavoriamo infatti ventiquattr'ore su ventiquattro, sette giorni su sette, con di tre turni lavorativi. Solo con un personale attento e disponibile è possibile gestire questa impostazione».

Capitale umano ma anche capitale tecnologico, sempre all'avanguardia. L'azienda è una realtà moderna e flessibile, con una tecnologia produttiva e informatica sempre aggiornata. Infatti oltre ai trattamenti termici principali, quali tempra, ricottura, normalizzazione, rinvenimento, bonifica e solubilizzazione, T.T.M. svolge anche la cementazione in bassa pressione: un trattamento termico speciale per ottenere strutture con ridotte ossidazioni intergranulari, riduce le deformazioni e permette diffusioni anche in fori cechi profondi. «Avendo tra gli



Un target variegato

Comprendiamo un po' tutti i settori, dal microfuso al sinterizzato, curiamo l'automotive e il settore delle macchine automatiche e del fissaggio

obiettivi la soddisfazione del cliente, effettuiamo un accurato controllo qualità dei prodotti. In laboratorio vengono eseguiti controlli di durezza superficiale, durezza a cuore e controllo della profondità, vengono inoltre eseguiti controlli al microduremetro e al microscopio. Tali verifiche permettono di analizzare i risultati del trattamento potendo così fornire un continuo supporto tecnico al cliente. Dal 2001 l'azienda si è certificata secondo la norma Uni En Iso 9001:2015 che definisce i criteri per una corretta gestione del sistema qualità».

Una clientela fidelizzata e differenziata è uno dei fattori di successo di T.T.M. «Lavoriamo solo in Italia e principalmente nella nostra regione, l'Emilia-Romagna, che rappresenta la parte maggiore del nostro fatturato, ma abbiamo anche qualche cliente nelle regioni limitrofe. Il nostro è un target altamente differenziato, il maggiore cliente fa l'8 per cento del nostro fatturato, quindi siamo molto diversificati. Comprendiamo un po' tutti i settori, dal microfuso al sinterizzato, curiamo l'automotive e il settore delle macchine

automatiche e del fissaggio».

Il settore industriale è solitamente il sorvegliato speciale quando si parla di riconversione ed ecosostenibilità: T.T.M. è già da parecchi anni attiva nel ridurre ogni tipo di emissione superflua. «Siamo impegnati a svolgere responsabilmente la nostra attività secondo modalità che

assicurino che ogni effetto sull'ambiente sia ridotto ai minimi conseguibili. Abbiamo puntato sulle energie rinnovabili a tale fine, nel 2011 abbiamo installato un impianto fotovoltaico da 300 KWh sul tetto del capannone dell'azienda: a suo tempo investimento all'avanguardia. L'azienda investe parte delle proprie risorse per il rispetto dell'ambiente riducendo i fattori inquinanti provenienti dal nostro lavoro. A tale fine, l'azienda ha stabilito, attuato e mantiene una politica ambientale certificata secondo la norma Uni En Iso 14001:2015.

Anche per quanto riguarda i nostri fornitori, abbiamo grande cura nella scelta e richiediamo sempre il possesso di determinate certificazioni, così da essere in linea con il nostro operato.

• **Elena Bonaccorso**

T.T.M. ha sede a Funo di Argelato (BO)
www.trattamentitermicimetalli.com



Trattamenti

«I nostri trattamenti – aggiunge Bologna – si dividono in termici e termici in vuoto. Nella prima categoria abbiamo cementazione/tempra, carbonitrurazione, bonifica di acciai da costruzione, bonifica di acciai inossidabili, tempra acciai speciali, normalizzazione, ricotture, stabilizzazioni, distensioni, ricarburazione su acciai microfusi, carbonitrurazioni su sinterizzati, laboratorio e controllo qualità. Inoltre, per ogni lotto trattato è rilasciato un attestato di controllo specifico. Nella categoria trattamenti termici in vuoto effettuiamo la cementazione in bassa pressione, un trattamento termico innovativo per ottenere strutture con ridotte ossidazioni intergranulari e che permette diffusioni anche in fori cechi profondi e limita le deformazioni; poi tempra degli acciai da utensili, solubilizzazione di acciai inossidabili austenitici, omogeneizzazione e invecchiamento. L'impianto sottovuoto Ipsen tempra gli acciai da utensili per stampi materie plastiche, per stampi a caldo, a freddo, per acciai rapidi».



★★★★ HOTEL

UN CONCETTO DI ACCOGLIENZA

VICINO AL CLIENTE

UNA "HOME" DA RITROVARE

SEMPRE CON PIACERE



IL NOSTRO DNA È SODDISFARE IL CLIENTE "AMICO"



i Portoni di Zoli

FESTE
CERIMONIE
MATRIMONI
SERATE DI GALA
RISTORANTE
BISTROT E APERITIVI

BELLA STRUTTURA, MODERNA
ELEGANTE E DI LUSSO, FRIENDLY
"LE COCCOLE DI CASA, MA CHIC"



CENTRO
CONGRESSI
FINO A
500 PERSONE



SPA
COMPLETA
IN ESCLUSIVA
E NON



LE
NOSTRE
BELLISSIME
ROOM E JUNIOR SUITE
OGNI PIANO
UN CONTINENTE
EUROPA, AFRICA, ASIA, AMERICA



PISCINA
ATTEZZATA
IDROMASSAGGIO
SOLARIUM E PARCO

UNA NUOVA ERA
I CAPI CHE TI PROTEGGONO DAL FREDDO
NATURALI ED ECOLOGICI
L'AZIENDA PRODUCE E DISTRIBUISCE
IN TUTTO IL MONDO DA 40 ANNI

LA COLLEZIONE



ZANIBONI VALERIA
DIRETTORE ARTISTICO DAL 1987

OGNI ANNO
UNA NUOVA COLLEZIONE

CASHMERE BORDATI E NON

PIUMINI BORDATI E NON

NEW PELLICCE BIO
MODA FRIENDLY

CAPI DI NICCHIA PREZIOSI

NEW PELLICCE BIO PREZIOSE



||ICBF

CENTRO BEL FURS
DIFFUSIONE PELLICCE

SEDE E VENDITA
VIA DEL LAVORO, 1
PIANORO (BO)

051775053

info.malamati@gmail.com

393427108651

www.centrobelfurs.it



L'eccellenza del Prosecco

Tatiana Biasiotto, titolare assieme al fratello Andrea dell'Azienda Agricola Biasiotto di Quero Vas, ci accompagna alla scoperta della loro azienda, unica realtà del Bellunese produttrice di Prosecco

Le potenzialità della provincia di Belluno nel settore vitivinicolo stanno crescendo in modo sempre più costante e veloce, lasciando presagire un futuro roseo per questo territorio. Negli ultimi anni sono nate molte realtà, piccole e medie, che fanno prodotti di altissima qualità. Parla infatti bellunese il miglior Prosecco italiano secondo l'annuario dei migliori vini italiani, che dal 2016 premia il Prosecco millesimato della cantina Biasiotto. «Nella nostra provincia - afferma Tatiana Biasiotto, titolare dell'omonima azienda agricola - dobbiamo puntare sulle produzioni di nicchia, di una qualità molto elevata, in modo da poter sviluppare e far conoscere quei territori che sono vocati tanto quanto altre regioni italiane».

In cosa consiste la vostra attività?

«Siamo un'azienda agricola a conduzione familiare che produce vini fermi e spumanti di alta qualità e da quattro generazioni il nome Biasiotto è legato alla tradizione della produzione e vendita in particolare di Prosecco. Il capostipite Luigi, proveniente dall'umile cultura contadina, iniziò con il mettere in pratica quello che da generazioni veniva tramandato per l'autoconsumo. Le condizioni c'erano tutte, a partire dalla localizzazione produttiva, situata nel cuore della prestigiosa zona di produzione del prosecco. Oggi noi continuiamo il percorso intrapreso dal bisnonno Luigi e passato poi al nonno Silvio fino a papà Luigi, tenendo sempre come priorità la qualità assoluta dei nostri prodotti. Storia centenaria, cultura contadina, tradizione, amore per la natura, sostenibilità a 360 gradi, utilizzo delle più avanzate tecnologie e soprattutto passione, sono gli strumenti che ci permettono di ricercare equilibrio e armonia nei nostri vini, come fossero opere d'arte. Seguiamo direttamente tutto il proces-



so produttivo "dalla vite alla bottiglia", "dall'analisi del terreno alla rete distributiva", curando con impegno e professionalità ogni fase per ottenere il meglio da ciascuna di esse e permettere ai nostri clienti di avere una qualità non comune. Per dare al consumatore un prodotto di eccellenza, mettiamo a frutto l'esperienza del passato accompagnandola alle tecnologie del presente, puntando sempre al miglioramento continuo.

Due sono le chiavi che riteniamo necessarie per la conduzione di un'azienda: un alto rapporto qualità prezzo e un ottimo servizio al cliente».

Che vini e spumanti produce?

«Abbiamo 27 ettari di vigneti a Codroipo in provincia di Udine che elargiscono uve Glera, Chardonnay, Cabernet Franc e il nuovo Cabernet Eidos, un vitigno resistente, che richiede il 90 per cento di trattamenti antiparassitari in meno.

Produciamo sette tipologie diverse di vini fermi e sei di spumanti, ma l'80 per cento della produzione riguarda il Prosecco, declinato nelle versioni Brut (denominato Andrea Biasiotto come mio fratello), Extra dry (denominato nonno Luigi, come nostro padre), Extra brut rosé (chiamato Tati, diminutivo della sottoscritta) e ultima, ma non meno importante, la versione ferma senza bollicine.

Negli ultimi anni abbiamo ricevuto numerosi importanti riconoscimenti sia nazionali che internazionali, tra cui quello di miglior Prosecco d'Italia degli ultimi 8 anni (dal 2016 al 2023) nell'Annuario dei migliori vini italiani di Luca Maroni. La cantina è attrezzata con un moderno impianto di vinificazione a temperatura controllata con un uso esclusivo dell'acciaio sia per l'uva che per il mosto».

Quali sono le peculiarità della conformazione del terreno e in che modo influiscono sul prodotto finale?

«Il terreno dei nostri vigneti è prevalentemente ghiaioso. Da questa tipologia di terreni si ottengono grandi risultati, vista la buona permeabilità e la capacità di trattenere durante il giorno il calore del sole e di cederlo ai grappoli durante la notte. Inoltre le temperature presentano buone escursioni tra notte e giorno con maggiore acidità fissa e corredo aromatico più ricco e più elegante. Scegliamo il portainnesto, i cloni e il sistema di allevamento

che più si adattano alla conformazione pedoclimatica, in modo da ottenere un prodotto di altissima qualità».

Quali misure adottate per garantire la sostenibilità ambientale?

«Diamo molta importanza al tema della sostenibilità ambientale e adottiamo tutta una serie di misure che ci hanno consentito di ottenere negli ultimi anni la certificazione Sqpqi (Sistema di Qualità Nazionale di Produzione Integrata). Ad esempio ci serviamo dell'atomizzatore a recupero e di un sistema di irrigazione a goccia nei vigneti, di un moderno impianto di vinificazione con uso esclusivo dell'acciaio e a temperatura controllata, di vasche a saturazione d'azoto per evitare ogni contatto con l'ossigeno e di un impianto di imbottigliamento con i macchinari più evoluti. Siamo dotati di un impianto fotovoltaico che copre un quarto dei consumi e l'energia che acquistiamo proviene al 100 per cento da fonti rinnovabili. Negli anni abbiamo ridotto considerevolmente il contenuto di solfiti, senza compromettere, anzi esaltando ancora di più, le caratteristiche organolettiche del prodotto. Inoltre abbiamo in boschi lo stesso quantitativo di ettari coltivati a vigneto, in modo da bilanciare al meglio l'utilizzo delle risorse ambientali».

• **Beatrice Guarnieri**



Tatiana Biasiotto, titolare dell'Azienda Agricola Biasiotto di Quero Vas (BL)
www.vinibiasiotto.it



**Come opere d'arte
Seguiamo direttamente tutto il processo produttivo "dalla vite alla bottiglia", "dall'analisi del terreno alla rete distributiva"**

Il valore dell'empatia

Ortopedia Alfonsi rappresenta un punto di riferimento nel settore: ha saputo capire le esigenze delle persone, anticipare le tendenze e, attraverso l'esperienza maturata in decenni di attività, offre servizi e tecniche all'avanguardia, calibrate sulle specifiche esigenze dei clienti. Il punto della titolare Iolanda Alfonsi

Chiunque abbia problemi nella deambulazione ovviamente ha bisogno di calzature ad hoc, ma priorità è anche quella di non sentirsi disabile, diverso dagli altri, bensì perfettamente integrato all'interno del sistema. «La capacità di ascolto è fondamentale, è il primo step della progettazione di una protesi o di un ausilio ortopedico. Ascoltare, sdrammatizzare, consigliare e saper spronare - spiega Iolanda Alfonsi, titolare di Ortopedia Alfonsi - è il focus su cui preparo il mio staff. Entrare in sintonia con i problemi del paziente, cercare di comprendere le sue esigenze, immedesimarsi: quanto più questo rapporto è umano tanto più dà soddisfazione anche a noi».

Ha sempre avuto quest'approccio nella sua attività?

«Non è sempre stato così, ci sono arrivata per gradi, mio padre che era un visionario aveva in mente questa azienda quando ancora 40 anni fa non c'era l'identità professionale che esiste adesso, l'ha costruita a misura di se stesso e dei propri sogni. Confesso che io non ci volevo entrare, stavo facendo un altro percorso di vita e ho fatto molta fatica a prendere la decisione di entrare in azienda. Ad un certo punto però ho capito che se la vita mi aveva dato questa occasione, dovevo accettarla e, dopo un periodo di formazione e studio, sono entrata in azienda. Ho capito il valore dell'impresa di famiglia e mi sono buttata a capofitto, ingrandendola e facendola evolvere notevolmente, puntando su uno staff con una forte identità professionale, preparato per mantenere

Iolanda Alfonsi, alla guida della Ortopedia Alfonsi di Vigevano - www.ortopediaalfonsi.it



l'azienda solida e in crescita. Noi siamo l'ultimo anello di una catena multidisciplinare ma siamo l'anello senza il quale il paziente non fa fisioterapia, non migliora il quadro clinico. Pretendo che chi lavora con me capisca innanzi tutto questo concetto. Sono molto impegnata in diverse iniziative pubbliche, tra cui la presidenza di Aiol (Associazione imprese ortopediche lombarde) e sono la presidente del Gruppo donne impresa di Lomellina. Donne impresa affianca tutta l'imprenditoria femminile, la fa crescere, sostenendo tutto quello che è welfare con le problematiche che orbitano intorno al mondo delle imprese femminili. L'impegno che dedico al mondo dell'associazionismo è frutto dei valori con i quali sono cresciuta e che a mia volta cerco di trasmettere quotidianamente, sia all'interno della mia azienda che nella vita privata. Credo fermamente che l'empatia e la condivisione delle competenze possano migliorare la

vita delle persone ma soprattutto creare la consapevolezza dell'importanza della collettività nell'ottica di una vita dignitosa e costruttiva».

Che cosa vi contraddistingue maggiormente?

«Tra le peculiarità di Ortopedia Alfonsi c'è sicuramente l'attenzione a trasformare i bisogni dei pazienti in strumenti tecnologicamente avanzati, in grado di supportarli nella quotidianità con sicurezza e affidabilità. Chi entra qui da noi sa che può sempre incontrare un consulente che lo aiuta a trovare ciò di cui ha realmente bisogno. Il nostro focus è l'ascolto. Il paziente si sente il nucleo centrale intorno al quale orbita l'interesse per ogni sua esigenza. La sensibilità nell'ascolto, il dialogo e l'aggiornamento continuo sono ciò che meglio ci



caratterizza. Crediamo nel valore di ciascuna persona, nell'unicità di ogni situazione di vita e malattia, ma soprattutto nella continua possibilità scientifica di ottenere miglioramenti anche quando sembra impossibile qualsiasi recupero. Lo studio attento della persona nella sua complessità ci permette di intervenire con tecniche specifiche e mirate su patologie di varia natura, per ripristinare il naturale

equilibrio funzionale. Per migliorare costantemente l'offerta dedicata alla nostra clientela, abbiamo attivato partnership con aziende produttrici di componentistica protesica e siamo certificati per poter essere formatori sia per operatori che per pazienti che si avvicinano al mondo delle protesi. Il riconoscimento dell'azienda è aumentato anche con le certificazioni ufficiali per l'applicazione di protesi con ginocchio elettronico».

Il focus è l'ascolto
Entrare in sintonia con i problemi del paziente, cercare di comprendere le sue esigenze, immedesimarsi: quanto più questo rapporto è umano tanto più dà soddisfazione anche a noi

ciali per l'applicazione di protesi con ginocchio elettronico».

Qual è il core business dell'azienda?

«Il nostro core business è rappresentato da calzature, plantari, protesi. In particolare collaboriamo con i maggiori laboratori di cura del piede diabetico del Nord Italia. Ci occupiamo anche di tutori per arti superiori e inferiori. Oltre alla progettazione e produzione di protesi e ortesi abbiamo la possibilità di vendere letti ortopedici, poltrone da riposo elevabili, ausili per vasca e sollevamenti manuali elettrici. Il personale viene formato affinché ogni richiesta possa sempre essere supportata da una dettagliata competenza che non termina con la vendita del prodotto ma con una continua collaborazione e assistenza tecnica. Al centro della nostra attività ci sono le persone, con i loro problemi, ma soprattutto con la voglia di accettarli e superarli. Forti delle esperienze e del know how acquisito in molti anni di attività, abbiamo capito l'importanza di promuovere la conoscenza di tematiche inerenti il mondo protesico, delle tecnologie presenti sul mercato, raccontando le storie di chi è stato in grado di trasformare un momento di grande difficoltà in un'occasione di riscatto, crescita e opportunità».

• **Cristiana Golfarelli**

Tra sport e cultura

Lo sport abbatte le barriere e permette di conoscere, per poi superarli, i propri limiti, ma soprattutto permette di trasformare una tragedia in un'opportunità di crescita. Da questo presupposto partono le iniziative che Ortopedia Alfonsi dedica allo sport, con eventi di vario genere. L'azienda è inoltre sede del tirocinio universitario per il corso di Tecniche Ortopediche dell'Università di Pavia di cui Pasquale Alfonsi è docente; in questa sede oltre alle competenze tecniche e specialistiche del mestiere artigiano, si intende stimolare l'identità professionale nei giovani che si avvicinano a questo lavoro. «Quando arrivano i ragazzi li mettiamo subito all'opera perché la componente legata all'artigianalità è molto forte ed è quella che alla fine fa la differenza».

La carenza di manodopera è un grande problema che da tempo affligge le industrie di qualsiasi settore. Ma si può porre rimedio. «Sviluppiamo soluzioni per aiutare le aziende ad automatizzare il lavoro ripetitivo» afferma Barbara Doria, responsabile amministrazione e marketing di B2A. «Stiamo lavorando su progetti impiegando robot in grado di gestire, prelevare e posizionare qualsiasi materiale, peso e dimensioni in assoluta autonomia. Questo rappresenta un grande aiuto anche per chi ha carenza di manodopera, fino ad ora abbiamo ricevuto molte richieste per soluzioni personalizzate di robot collaborativi e antropomorfi in grado di muoversi autonomamente e di aumentare i livelli di efficienza e produttività nelle grosse distribuzioni».

In particolare di che cosa si occupa la vostra azienda?

«B2A offre soluzioni, prodotti e servizi finalizzati all'ottimizzazione e all'efficientamento di tutte le fasi che rientrano nel ciclo di lavorazione delle aziende produttive. Proprio noi donne possiamo svolgere un ruolo fondamentale in questo ambito, grazie alla nostra attenzione ai dettagli e alla capacità di gestione. Il nostro obiettivo è aiutare le aziende a migliorare la loro efficienza operativa e a raggiungere una maggiore redditività attraverso l'implementazione di tecnologie avanzate di manufacturing execution system che possono essere applicate a diversi settori industriali».

Dieci anni di attività sono un bel traguardo. Come ci siete arrivati?

«Lo scorso ottobre abbiamo festeggiato il decimo anniversario di B2A, confermando



Come risolvere il problema della carenza di manodopera

Sviluppa soluzioni per aiutare le aziende ad automatizzare e velocizzare il lavoro manuale ripetitivo, attraverso robot in grado di lavorare in piena autonomia. L'esperienza della B2A



L'obiettivo di B2A

È aiutare le aziende a migliorare la loro efficienza operativa e a raggiungere una maggiore redditività attraverso l'implementazione di tecnologie avanzate di manufacturing execution system

una forte crescita nonostante gli ultimi anni difficili a causa della pandemia e della guerra. Siamo un'azienda strutturata e competente per l'automazione e lo sviluppo dei software in ambito industriale, cresciuta anche grazie a un'attività di costante studio e ricerca. Siamo partiti con il software B-Trace, che garantisce la tracciabilità nei magazzini della frutta e verdura con sistemi di etichettatura

automatica, e poi abbiamo ampliato il reparto di automazione industriale e ci siamo affermati sul mercato investendo nella ricerca e nel rebranding».

Nell'offerta di B2A ci sono soluzioni



Barbara Doria, responsabile amministrazione e marketing di B2A che ha sede a Rovereto
www.b2a.biz

software e meccaniche adattabili ad ogni esigenza.

«Esatto. Tra di esse spicca Btrace il nostro software gestionale che permette di gestire in modo centralizzato la produzione, l'etichettatura dei prodotti, la configurazione delle macchine, l'analisi della produttività e la gestione del magazzino. Grazie alla possibilità di tracciare ogni passaggio della merce, garantiamo la massima rintracciabilità e la conformità alle norme vigenti. Ci impegniamo a supportare i nostri clienti in ogni fase del processo, dalla progettazione alla messa in opera e all'assistenza post vendita, con un servizio di alta qualità. Inoltre siamo particolarmente orgogliosi di BinOculus, il nostro sistema di supervisione del magazzino che sfrutta la tecnologia Rfid e l'intelligenza artificiale per ottimizzare le operazioni di movimentazione e gestione della merce. Grazie alla nostra attenzione per i dettagli, siamo in grado di identificare la posizione della merce all'interno del magazzino in tempo reale e di ridurre i tempi di controllo e ricerca degli operatori. Il sistema Binoculus è in grado di inviare le missioni agli operatori dei carrelli elevatori e di coordinare l'intera flotta per ottimizzare il carico di lavoro e la percorrenza dei cartelli. Inoltre utilizzando la tecnologia Lidar, siamo in grado di rilevare la posizione dei carrelli e dei materiali in 3d, fornendo un'interfaccia Ar (realtà aumentata)».

Il vostro team, composto da uomini e donne altamente qualificati, è costantemente impegnato nell'identificazione di soluzioni innovative per migliorare l'efficienza operativa e la produttività delle aziende.

«Offriamo un servizio di alta qualità, supportando i nostri clienti in ogni fase del processo, dalla progettazione alla messa in opera e all'assistenza post vendita, e proponiamo soluzioni software e macchine adattabili ad ogni esigenza. Il nostro approccio orientato al cliente ci permette di garantire la sua massima soddisfazione e di costruire relazioni a lungo termine, basate sulla fiducia reciproca e sulla collaborazione. Siamo consapevoli che l'efficienza e l'ottimizzazione dei processi produttivi sono fondamentali per il successo delle aziende e siamo determinati a fornire soluzioni tecnologiche avanzate che aiutino i nostri clienti a raggiungere i loro obiettivi». • **Beatrice Guarnieri**

Soluzioni tailor made

Con l'obiettivo di affiancare i clienti verso una costante crescita e ottimizzazione dei processi produttivi, B2A integra nella propria offerta numerose soluzioni progettate su misura in base alle esigenze dei clienti, tra cui: macchine progettate su stretta richiesta del committente; isole robotizzate con robot antropomorfi, scara e paralleli; sistemi con robot collaborativi, in grado di lavorare in presenza di persone; veicoli a guida autonoma che movimentano la merce all'interno della fabbrica; sistemi di localizzazione Rtls per carrelli elevatori che permettono la localizzazione 3d della merce.

Sensibilità e creatività al comando

L'affermazione delle donne in tutti i campi ormai non è più un tabù. La Elbor opera nel settore metalmeccanico, dove i valori femminili possono fare la differenza. L'esempio di Katia Petitto

Il futuro è donna. Ne è convinta Katia Petitto a capo della Elbor, azienda leader del gruppo Petitto, specializzata nella produzione di filo per saldare CO2 in Italia e nel mondo. «Abbiamo una donna presidente del Consiglio e una donna a capo dell'opposizione. Oggi le figure femminili sono pienamente affermate in ogni campo e hanno dimostrato capacità assolutamente paritetiche, se non in alcuni casi addirittura superiori agli uomini» specifica l'amministratore delegato della Elbor, un'azienda di respiro internazionale che nel corso degli anni si è imposta come protagonista sui più importanti mercati mondiali.

Quali sono le principali attività svolte dal gruppo?

«Elbor si occupa di produzione di filo per saldare. Ha cominciato la sua attività nei primi anni Novanta e si è subito affermata sul mercato internazionale, tanto che ad oggi il 70 per cento del nostro fatturato è rivolto al mercato estero. Mi riferisco in particolare non solo all'Europa e, quindi, Spagna, Francia, Germania, ma anche a tutti i paesi extraeuropei del vecchio continente. E poi ai paesi del Nordafrica, del Sudafrica, dell'Oceania, dell'Australia, del Canada e degli Stati Uniti».

La Elbor è un'azienda gestita da una donna. Quali sono i valori che riesce ad apportare con il suo operato?

«Innanzitutto, noi donne siamo multitasking e con questo intendo dire che siamo capaci di eseguire più cose contemporaneamente. Oggi i tempi sono molto cambiati ed è necessario porre attenzione a tanti aspetti diversi. Credo che la donna sia capace di impegnarsi su più fronti con una resistenza e una resilienza ben maggiori. Con quel che ho appena detto non intendo aprire una questione di genere. Ritengo però, almeno nel mio caso personale, che la donna abbia un approccio più umano perché siamo anche mamme. E questo ci porta naturalmente ad adottare una visione più materna, anche nei confronti dei collaboratori e dei dipendenti. Penso inoltre che sia importante dare il giusto valore alle figure femminili presenti in azienda, che spesso nel mondo del lavoro subiscono pesanti penalizzazioni quando scelgono la maternità».

Cosa consiglierebbe ad una donna che si approccia oggi a questo genere di attività?

«I tempi ormai sono cambiati. Oggi le figure femminili sono pienamente affermate in ogni settore, quindi oggi ad una donna



Katia Petitto, ceo di Elbor Spa Welding Wire. L'azienda ha sede a Montefredane (Av) www.elbor.it

direi: "Vai tranquilla, il mondo è tuo". Quando io ho cominciato ho dovuto sicuramente sgomitare di più. Parlo di trent'anni fa e di settore, quello metalmeccanico, prettamente maschile. Condizioni che potevano creare disagio, ma che ho superato grazie alla mia sicurezza e determinazione. Le qualità delle donne che apprezzo di più sono la creatività, l'approccio umano e materno, che portano ad una spiccata sensibilità verso

Un cambiamento assodato

I tempi ormai sono diversi. Oggi le figure femminili sono pienamente affermate in ogni settore, quindi oggi a una donna direi: "Vai tranquilla, il mondo è tuo"

l'ambiente».

Cosa vede nel suo futuro e in quello della sua azienda?

«Certamente le due cose sono correlate. La mia azienda opera nel campo da diversi anni e si è saputa affermare per valori quali la qualità e la serietà, che sembrano oggi

un po' scontati ma per chi vuole fare impresa sono ormai imprescindibili. Ci sono però anche altri valori che sento molto forti, come quello di guardare al futuro pensando a chi verrà dopo di noi. Come azienda abbiamo adottato un percorso Esg. Al primo posto c'è l'environment e, quindi, l'ambiente; poi la sociality e, infine, la governance. I tre aspetti devono andare di pari passo. Oggi più che mai è necessario pensare al risparmio energetico, un aspetto fondamentale se si considerano i danni causati dal cambiamento climatico. Investire in energie rinnovabili può rappresentare un'azione volta a determinare una inversione di tendenza ed infatti realizzeremo un impianto fotovoltaico. Inoltre stiamo puntando sull'economia circolare. Cerchiamo di reimpiegare gli scarti di produzione e lavoriamo a un progetto che punta al riutilizzo dei fanghi di processo. Con questo progetto in itinere si elimineranno i metalli, così da poter riutilizzare sia i fanghi che l'acqua adoperata in produzione in modo da riciclare il 95 per cento dell'acqua di processo». • **Luana Costa**

Customer satisfaction e sostenibilità

I punti di forza di Elbor sono flessibilità e una policy volta alla customer satisfaction. L'azienda è sempre pronta ad adattarsi in modo dinamico alle esigenze commerciali di una clientela molto diversificata sia culturalmente che geograficamente. La qualità è un elemento distintivo dei prodotti, e viene costantemente monitorata e valutata. L'azienda può vantare le più importanti certificazioni di prodotto del settore ed è baluardo del made in Italy nel mondo. Non meno importante è l'ecosostenibilità che passa attraverso la dotazione di macchinari di ultima generazione e un approccio green in tutte le fasi della produzione che si realizza attraverso la riduzione degli sprechi e soprattutto attraverso una graduale riduzione dell'impatto ambientale. Questo è il risultato della visione lungimirante di Katia Petitto, ceo di Elbor, sempre proiettata verso le nuove sfide del futuro. Già dal 2019 l'azienda elabora un bilancio di diagnosi energetica e dal 2020 viene redatto con cadenza annuale il report di sostenibilità. Per l'anno 2022, il bilancio economico sarà accompagnato dal primo bilancio di sostenibilità.

Infrastrutture: già realtà prima di esistere

Servizi di ingegneria multidisciplinare e integrata, progettazione e gestione di grandi opere infrastrutturali di riqualificazione e conservazione. Tutto questo è Bonifica, società che ha cavalcato l'onda della rivoluzione Bim

Impegnata in un'evoluzione che l'ha vista privatizzarsi nel 2002 e puntare in modo verticale su metodologie innovative di progettazione, nel 2023 Bonifica si è imposta come pioniera assoluta a livello italiano nell'applicazione della tecnologia Bim 4-5d, variabile costi e tempi, alle infrastrutture lineari. «C'è una frase di San Francesco che si accompagna bene alla storia della nostra società: "Cominciate col fare ciò che è necessario, poi ciò che è possibile. E all'improvviso vi sorprenderete a fare l'impossibile". Bonifica è una realtà che può sembrare uguale alle molte altre società di ingegneria sul mercato ma, in realtà, noi ci sentiamo intimamente diversi», spiega l'amministratore delegato Romina Boldrini.

Cosa vi contraddistingue?

«Il perché deriva dalla storia vissuta ed ereditata. Bonifica nasce nel 1961 e, come parte integrante del Gruppo IRI, vive periodi di successo e di espansione rilevanti, avendo la possibilità di vedersi coinvolta in progetti più unici che rari: il salvataggio della Torre di Pisa, la prima tratta ad Alta Velocità Roma-Napoli, il recupero di Pompei e Ostia Antica, il Porto di Bandar Abbas in Iran. Dopo la privatizzazione del 2002, l'azienda si trova ad affrontare una seconda vita passando da un mondo pubblico, statale, in un certo qual senso "tutelato", a un mondo privato ove il confronto con il mercato ha regole dure, spietate e altamente competitive. Reinventarsi non è stato facile. Confrontarsi con il libero mercato, senza i privilegi dettati dall'appartenenza ad un mondo pubblico, è stata una sfida non semplice. Eppure,



I risultati

Bonifica è riuscita a sopravvivere e reinventarsi attraverso la dedizione, la passione, il coraggio delle persone che di Bonifica fanno quello che è oggi

attraversando momenti difficili e momenti di successo, Bonifica è riuscita a sopravvivere e reinventarsi attraverso la dedizione, la passione, il coraggio delle persone che dell'azienda fanno quello che è oggi».

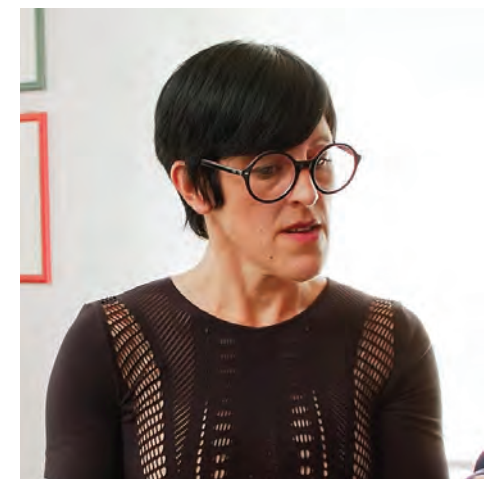
Qual è uno dei vostri maggiori punti di

forza?

«Siamo una realtà che vede nel proprio staff persone e professionisti di elevata esperienza che hanno vissuto gli anni pubblici della società e che sono la guida e il punto di riferimento di tutto lo staff; un management giovane e dinamico, con l'esperienza adeguata per essere una guida per i giovani e la naturale continuazione del bagaglio culturale aziendale; i giovani, che in Bonifica trovano non

solo un posto ove lavorare ma anche ove fare esperienza e formazione sempre. Professionalità, serietà, rispetto, collaborazione sono i valori che permeano il tessuto produttivo di Bonifica, una società in cui uomini e donne hanno le stesse identiche opportunità di crescere, di mettersi alla prova, di vedersi assegnare ruoli e responsabilità. È questo un argomento che viene portato all'attenzione in questo articolo ma che, in realtà, in Bonifica viene vissuto come un fatto naturale, una differenza, quella tra uomo e donna, che non c'è. Bonifica è anche una realtà internazionale; un piccolo mondo nel mondo dove uomini e

Romina Boldrini, amministratore delegato di Bonifica che ha sede a Roma
www.bonifica.it



donne di ogni razza e religione lavorano insieme da sempre nel pieno rispetto delle tradizioni e delle regole di ciascuno».

Tra core business e sfide future, quali sono le vostre scommesse più importanti?

«Descrivere Bonifica in questi termini è strano



La tratta AV/AC Verona – Padova in Bim a 4-5d

È la prima esperienza di progetto di infrastruttura lineare in Bim in 4-5 dimensioni che fa tangibilmente "toccare con mano" la portata e le potenzialità di tale metodologia. «In due anni di lavoro – dice l'amministratore delegato Romina Boldrini tutto lo staff di Bonifica è stato coinvolto in questo progetto; Bonifica è oggi sia una società di ingegneria ma anche una vera e propria accademia, in cui formazione, ricerca e sviluppo sono elementi applicati quotidianamente al lavoro di tutti. Ed è proprio la volontà di investire in ricerca, sviluppo e formazione ha portato Bonifica a dare vita, nel 2021, alla società Bonifica Research & Development Srl esclusivamente dedicata a tale ambito».



soprattutto quando tutto accade, da sempre, con una naturalezza tale che dai quasi per scontato che l'evoluzione e la capacità di rispondere ai cambiamenti sia di fatto una strategia consapevole. Per quanto riguarda il core business della società, le infrastrutture di trasporto sono sempre state l'aspetto fondante di Bonifica. La progettazione, la direzione lavori e il project management di infrastrutture di trasporto hanno visto Bonifica protagonista, sia in Italia che all'estero, di progetti di varia natura e di diversa rilevanza, sempre affrontati con la serietà e la passione che il nostro lavoro richiede. Sono amministratore della società da 21 anni e di sfide ne abbiamo affrontate tante, ma la più significativa è stata quella iniziata nel 2015. Consapevole del fatto che solo l'innovazione può far la differenza in un libero mercato, la società, attraverso il proprio management, ha deciso di investire nello studio e nella ricerca relativa all'applicazione del Bim nel processo di progettazione di infrastrutture lineari».

E della rivoluzione del Bim siete diventati veri e propri pionieri.

«Il Bim, argomento di cui oggi tutti parlano in quanto diventato anche un'obbligazione di legge, è la "rappresentazione digitale delle caratteristiche fisiche e funzionali di un oggetto" National Institutes of Building Science (Nibs). La differenza con la tradizionale progettazione Cad non consiste semplicemente nella modellazione 3d, ma in un nuovo modo di intendere la progettazione. Infatti, mentre il modello Cad è una delle tante rappresentazioni del progetto, il modello Bim è il progetto stesso. Nel 2015 il management della società ha cominciato a sperimentare l'applicazione di questa metodologia su progetti di infrastrutture lineari (strade e ferrovie) che Bonifica aveva in corso di sviluppo e per i quali non veniva ancora richiesta questa metodologia. Lo studio dell'applicazione del Bim, gli ostacoli e i problemi incontrati nello sviluppo dei progetti, la ricerca costante e continua dei migliori software che permettessero il superamento di certi vincoli,

La specializzazione

Bonifica ha deciso di investire nello studio e nella ricerca relativa all'applicazione del Bim nel processo di progettazione di infrastrutture lineari

la ricerca e lo sviluppo di appositi algoritmi che permettessero di garantire l'interoperabilità di software sino ad oggi pensati per lo sviluppo Bim di oggetti puntuali e non lineari, il processo continuo e costante di formazione del proprio personale ha permesso a Bonifica di proporre e affrontare una nuova sfida».

Quando avete colto, in particolare, l'occasione per l'applicazione del Bim?

«L'occasione nasce con il progetto dell'AV/AC Verona - Padova. Bonifica è mandataria di un raggruppamento con Hitachi Rail STS e Systra-Sotegni titolare della progettazione della tratta AV/AC Verona - Padova. Il proprio cliente è il General Contractor Iricav Due, rappresentato oggi dalla società We Build, per la parte civile, e Hitachi Rail Sts per la parte tecnologica. Nel 2021 Bonifica propone ad Iricav Due di sviluppare il progetto del II° e III° Lotto funzionale della tratta AV/AC Verona - Padova in Bim a 4-5d. Questo sarebbe stata la prima esperienza reale di applicazione di un Bim a 4-5d (cioè con la variabile costi e tempi) ad una infrastruttura lineare. Una sfida senza precedenti, da affrontare sia per lo sviluppo del progetto definitivo, che del progetto esecutivo, sino alla fase di cantiere e della successiva manutenzione dell'opera. Non essendoci precedenti di tale esperienza, la sfida diventava anche una scommessa. Ed in questo percorso non può non sottolineare come e quanto fondamentale sia stata la fiducia a noi accordata dal nostro committente Consorzio Iricav due che vede nel gruppo We Build e nel gruppo Hitachi i suoi attori principali. Ma un ringraziamento speciale va a tutto lo staff di Bonifica; senza la loro dedizione, passione, affiatamento e competenza non avremmo mai rag-

giunto questi risultati necessari per costruire e pianificare il futuro».

Infatti, non va sottovalutato il fatto che Bonifica e Hitachi, nel 2020, avevano investito proprie risorse per testare l'applicazione integrata del Bim - parte civile e tecnologica - su due chilometri di tratta di questo progetto.

«Il successo dell'esperimento ci convinse che era possibile affrontare l'intero progetto. A due anni dall'inizio della progettazione definitiva, possiamo affermare che l'applicazione del Bim a 4-5d ha avuto successo. Un primo traguardo, il primo di molti che ci siamo posti, è stato raggiunto con soddisfazione di tutte le parti. È stato completato il PD del II° LF Attraversamento di Vicenza in Bim 4-5d, sviluppato attraverso la collaborazione integrata della struttura dei progettisti con quella del General

Contractor. Nello sviluppo di questo progetto si è avuta la possibilità di studiare i problemi e gli ostacoli incontrati nell'applicazione della metodologia Bim 4-5d a un'infrastruttura lineare complessa; si è avuta la possibilità di trovare, testare e applicare le soluzioni pensate; si è avuta la possibilità di rendersi conto anche dell'impatto dell'applicazione della metodologia 4-5d in tema di tempi e costi di produzione, aprendo una riflessione anche dal punto di vista contrattuale del rapporto stazione appaltante ed appaltatore».

Cosa racconta l'esperienza di Bonifica?

«Il bagaglio di esperienza finora ricavato da questo progetto, l'unicità, allo stato attuale, dell'esperienza vissuta (ad oggi, nel panorama italiano, forse anche europeo, non vi è ancora nessun altro progetto così innovativo, concreto e completo tale da sposare realmente le esigenze presenti e future dell'impresa) ha portato Bonifica a fondare una società di ricerca, sviluppo e formazione proprio per non mandare dispersa questa esperienza. Non dimentichiamoci nemmeno che Bonifica ha vinto nel 2018 il primo premio nella categoria infrastrutture del Bim Digital Award e nel 2022 il primo premio nella categoria infrastrutture del Tekla Bim Award. Una società è ciò che il suo staff la fa essere tale. Oggi Bonifica raccoglie attorno a sé persone di esperienza, che possono guidare e consigliare la società nelle scelte strategiche e tecniche più importanti, persone giovani e intraprendenti cui è stata data la possibilità di gestire e sviluppare ambiti specialistici della società; personale operativo che, se motivato da curiosità, intraprendenza, passione per il proprio lavoro, ha in Bonifica la possibilità non solo di formarsi e arricchirsi dal punto di vista tecnico ma anche di poter essere scelti per affrontare sfide determinate. Quello che qui si racconta è la storia di una società, di un gruppo di persone che, credendo fermamente nel proprio lavoro, avendo fiducia nelle proprie capacità, affrontando in modo unito e coeso le difficoltà, hanno raggiunto un risultato di cui oggi vogliono andar fieri ma che non li soddisfa. Ci sono tante altre sfide da affrontare e obiettivi da raggiungere; Bonifica lo farà come ha fatto sino ad oggi: lavorando e investendo su ricerca, sviluppo e formazione del proprio personale ed investendo sul proprio management». • **Lea Di Scipio**

L'impegno per l'ambiente

«Abbiamo sempre creduto che fosse possibile creare un mondo migliore, e il nostro contributo, nel nostro piccolo, è quello di mettere tutto il nostro impegno e know-how nello sviluppo di progetti infrastrutturali che portino, con sé una cura ed attenzione particolare alla sostenibilità ambientale, al contesto storico e alle politiche di conservazione del territorio interessato. La nostra missione è pensare e realizzare opere che diano il primo posto al rispetto della natura che le circonda e dell'uomo che le abita promuovendo uno sviluppo ecosostenibile per le generazioni attuali e future. Consideriamo l'essere umano e il rispetto dell'ambiente che lo circonda come il valore assoluto per un contributo fattuale al possibile miglioramento del mondo; le risorse umane multietniche e multiculturali sono il nostro bagaglio di esperienza principale per affrontare con consapevolezza e rispetto temi così attuali ma anche, a volte, così abusati e strumentalizzati rispetto al loro corretto e giusto fine».

Lo sviluppo dell'industria molitoria

“Innovazione senza fine” è il claim della Beccaria, azienda con oltre 70 anni di attività. Attraverso le parole della titolare Enrica Beccaria, scopriamo la storia e i traguardi di questa storica realtà, leader nella costruzione di parti metalmeccaniche per il settore industriale, agricolo, zootecnico

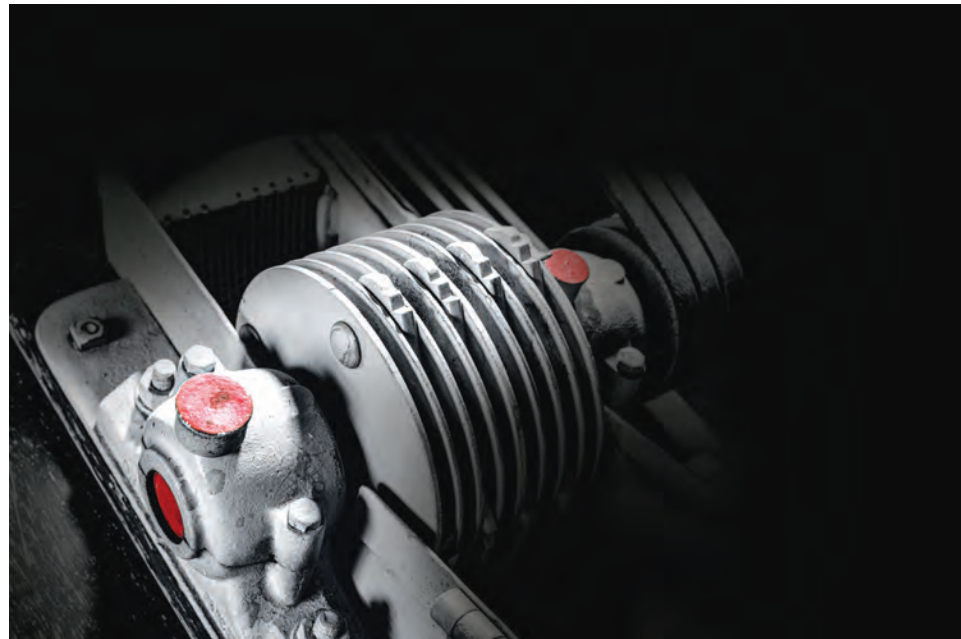
La creazione del primo mulino a martelli costruito da Domenico Beccaria nel 1951 fu un passo importante per il mondo dell'agricoltura: il mulino macinava senza surriscaldarsi, mantenendo la qualità della materia prima. «Partendo da una sfida a se stesso - spiega Enrica Beccaria -, mio nonno costruì una macchina per un amico contadino, e fu un successo immediato, ancora oggi adatto alle esigenze moderne, rappresentando la soluzione più efficiente nell'industria molitoria. Si tratta del mulino a martelli per la macinazione di cereali per uso zootecnico, brevettato con il nome di “invincibile”». Oggi, festeggiando orgogliosamente il traguardo dei 72 anni di attività, l'azienda è giunta alla terza generazione.

Com'è avvenuto il suo ingresso in un settore ad appannaggio quasi esclusivamente maschile?

«Non ho incontrato lungo la mia strada nessun ostacolo determinato dal mio essere donna, e mi trovo a perfetto agio in un mondo quasi prettamente maschile. Non so se sia per fortuna o per la mia capacità a relazionarmi in qualsiasi ambito, o forse semplicemente perché sono stata da sempre circondata da punti di riferimento maschili edificanti: mio padre Renato, mio fratello Domenico e mio cugino Paolo. Sono la più giovane del gruppo manageriale della Beccaria, e dopo una laurea alla Bocconi di Milano in Economia Aziendale sono entrata nel 2003 in azienda. L'esperienza maturata grazie, in particolare, al totale affiancamento di mio padre Renato, mi ha consentito di avere una visione d'insieme delle varie funzioni aziendali, oltre ad acquisire le competenze necessarie per assumere la responsabilità della gestione contabile, amministrativa e delle risorse umane aziendali. Oltre alla determinazione, caparbietà e coraggio, da mio padre ho ereditato la consapevolezza



Enrica Beccaria, contitolare dell'azienda di famiglia con sede a Scarnafogli (Cn)
www.beccaria.it



che in un mercato potenzialmente in crescita, è necessario mettere a frutto l'esperienza acquisita ed evolverla, intensificando l'impegno volto alla qualità, alla professionalità e alla capacità di svolgere un ruolo attivo e propositivo che vada ben oltre l'aspetto produttivo. L'esperienza, la solidità ed il ruolo raggiunto nel mercato mondiale devono rappresentare uno stimolo alla prosecuzione del percorso intrapreso».

Oggi è affiancata al timone dell'azienda da suo fratello Domenico e da suo cugino Paolo Massano.

«Domenico è stato il primo della nuova generazione a inserirsi in azienda, dopo aver appreso tutti i meccanismi organizzativi e operativi del settore si è progressivamente dedicato al commerciale, di cui ha oggi la piena responsabilità, sia per quanto riguarda il mercato nazionale che per quello internazionale. Paolo è invece orientato alla conoscenza della struttura produttiva e al suo efficientamento, insieme all'area relativa agli acquisti e alla sicurezza aziendale».

Qual è oggi il core business aziendale?

«Beccaria offre soluzioni di impianti ottimali per una clientela che trova nella nostra società non solo un fornitore ma anche un interlocutore in grado di garantire le risposte più adeguate per ogni necessità. Tutti i macchinari, gli impianti e la loro automazione possono riguardare materie prime in granulo e polvere di qualsiasi settore: industria delle materie plastiche, lavorazione dei materiali da riciclo, premiscelati per l'edilizia, alimentare, zootecnico, chimico, vernici e tanti altri».

Quali sono i punti di forza dell'azienda?

«Il capitale umano è da sempre il valore principale nella storia della nostra azienda. Oggi il team è formato da 70 dipendenti che formano una squadra coesa ed estremamente affidabile.

e a fine carriera coloro che raggiungono l'età pensionabile. Il 20 maggio 2023, si è svolto uno di questi festeggiamenti e sono state premiate nove persone che hanno raggiunto la pensione negli ultimi tre anni e sei persone che hanno raggiunto nel 2023 i 30 anni di lavoro in Beccaria».

Di quali macchinari disponete?

«Crediamo molto nell'innovazione tecnologica, nella digitalizzazione e nella sostenibilità che sono gli aspetti su cui adesso investiamo di più. Puntualizzando, però, che l'apporto umano è insostituibile, macchina e uomo sono complementari. Le nostre macchine principali sono i mulini di macinazione, i miscelatori, i trasportatori di qualsiasi misura e potenza, dosaggi e sistemi di automazione. Il tutto esclusivamente progettato e costruito su commessa e comprensivo di assistenza post vendita in qualunque parte del mondo, grazie anche al controllo da remoto. La qualità e l'eccellenza dei nostri macchinari e i servizi di supporto per le aziende che li utilizzano sono i punti fermi che devono essere mantenuti, insieme a un'attenzione verso i grandi cambiamenti in atto, primo tra tutti quelli legati alla sostenibilità e all'evoluzione green. Questi obiettivi sono perseguibili incrementando le competenze progettuali, mantenendo un controllo totale sulla produzione e proseguendo con soluzioni trasversali sui diversi settori».

• Guido Anselmi



Filosofia aziendale

Cura, servizio e soddisfazione del cliente sono i fondamenti della vision di Beccaria. La capacità di fornire al cliente la soluzione più adatta in base alle sue esigenze, non sempre consapevoli, con la certezza di assegnare un bene durevole per il presente e per il futuro. Lo studio complessivo, i processi di sviluppo dei dettagli, il montaggio, il collaudo e l'assistenza post vendita rendono ogni macchina un unicum: riconoscibile e monitorato nel tempo grazie alla gestione automatizzata.

*Dal 1919,
Passione Italiana,
Tratto Distintivo.*



*Since 1919,
Italian Passion,
Sign of Distinction.*

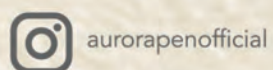
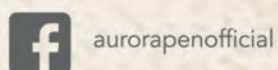
*Nel cuore e nelle mani
degli italiani dal 1919.*



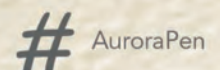
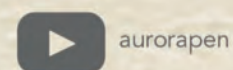
DAL 1919 FACCIAMO LE COSE ALLO STESSO MODO, CON LA STESSA IMMUTATA PASSIONE. OGGETTI SENZA TEMPO, BELLI E CONCRETI, COME SOLO NOI ITALIANI SAPPIAMO CREARE. DA OLTRE 100 ANNI, NON SCENDIAMO MAI A COMPROMESSI, SULLA QUALITÀ DEI MATERIALI E SULLE TECNICHE DI LAVORAZIONE. ORGOGLIOSI DI CONTINUARE A SCRIVERE, CON IL MEDESIMO CARATTERE AUTENTICO E APPASSIONATO, LA STORIA DELLO STILE ITALIANO.



Aurora S.r.l - Strada Abbazia di Stura, 200 - 10156 Torino



www.aurorapen.it



RIGENERA
BIORIGENERAZIONE
PROFONDA.
SCIENZA E NATURA,
INSIEME.

RUGHE RIDOTTE IN 7 GIORNI PER IL 90% DELLE DONNE*



È più di una routine anti-rughe. Ispirata alla scienza della biorigenerazione, agisce sui principali segni del tempo. Merito delle cellule meristematiche derivate da piante italiane e sostenibili e potenti peptidi per una pelle più giovane e levigata. Una texture 100% attiva, senza alcol, senza siliconi, tutta clean. Da oggi, anche in versione crema notte, per una riparazione intensa.

*TEST DI AUTOVALUTAZIONE, DOPO 7 GIORNI DI UTILIZZO COMBINATO DI CREMA VISO E CONCENTRATO, 19 SOGGETTI.


COLLISTAR
MILANO

ESSENZA ITALIANA DI BELLEZZA