



Associazioni imprenditoriali

Antonella Giachetti, presidente di Aidda, parla del Progetto formativo per favorire l'autonomia delle donne e del Codice di autodisciplina delle imprese per la maternità

pagina 52



Politiche sociali

Il ministro del Lavoro Marina Calderone interviene sul Codice di autodisciplina di imprese responsabili in favore della famiglia, della maternità e delle pari opportunità

pagina 4

VALORE DONNA

Visioni, successi e leadership al femminile

INCREMENTARE LA PROIEZIONE ESTERA DELLE IMPRESE



Barbara Beltrame, vice presidente per l'Internazionalizzazione di Confindustria

Nelle fasi più acute della pandemia le imprese esportatrici italiane hanno dato un contributo decisivo alla tenuta del sistema economico del Paese. Con Barbara Beltrame, vice presidente per l'Internazionalizzazione di Confindustria, analizziamo prospettive e strategie per la proiezione estera delle imprese italiane.

Quali scenari prevede sul fronte dell'export in un momento internazionale particolarmente incerto?

«Molte delle previsioni su come e dove andrà il nostro export dipendono dall'andamento del conflitto alle porte dell'Europa. In termini di valore, nel 2022 le nostre esportazioni hanno raggiunto il livello record di quasi 625 mld di

>>> segue a pagina 3

■ We Award

Eccellenze femminili nel mondo del business sotto l'egida de Il Sole 24 Ore e Financial Times

■ Le Fonti Dubai

Nella capitale emiratina le Fonti Awards premia l'eccellenza tra brand e professionisti

CLAUDIA PARZANI

di Renato Farina

LA MANAGER DELLA FELICITÀ

C hunque l'abbia conosciuta da vicino o da lontano concorda: Claudia Parzani è una delle intelligenze più vive e capaci di empatia che oggi calcano la scena pubblica italiana. A parte tutto il resto- ed è tanto- l'avvocata bresciana, 52 anni, madre di tre figlie, presidente di Borsa Italiana e vicepresidente de Il Sole 24 ore, è primatista di una specialità la cui invenzione poteva essere solo femminile. Consiste nell'arte di usare l'insuccesso come trampolino. Per il successo? Questo lo affermano, sia pure come espediente retorico, più o meno tutti. Non sarebbe una novità questo concetto. E sarebbe persino banale. Una gran bugia, in realtà. Non ci basta una stella filante. Cesare Pavese, appena ottenuto nel 1950 il premio Strega per *La bella estate*, annotò sul suo diario: «A Roma, apoteosi. E con questo?». (Da *Il mestiere di vivere*). Aveva pensato all'incoronazione dello Strega come l'apoteosi. Illusione, e immediata disillusione: non è il successo in sé lo scopo del nostro agitarsi nella vita, bensì la felicità. La sconfitta talvolta, se la si guarda con lealtà, senza cercare scuse, ma anche senza farne una tragedia apocalittica, può essere un passo, più di un traguardo effimero, verso la nostra pienezza umana (e in fin dei conti anche lavorativa). Un gradino verso la verità della vita. «L'insuccesso felice», insomma. Un formidabile paradosso. Ed è stata questa la sorprendente scoperta di Claudia Parzani. Entrare nelle pagine del suo libro *Si vince solo insieme* (scritto a quattro mani con Sandro Catani, esperto di consulenza societaria, edito da Garzanti) è stata per me un'esperienza trascendente. C'è dentro una carica vitale



Claudia Parzani, presidente di Borsa Italiana e vicepresidente de Il Sole 24 ore

che rasenta i confini della serenità invece che della ossessione per la performance. Il testo esposto a mo' di dialogo si compone di capitoli corrispondenti a undici parole sviscerate a fondo. Ce n'è una che ha la primazia: felicità. Essa non è trattata come una questione esclusivamente privata. Qualcosa che riguarda me a prescindere da te, «e tutto il mondo fuori», come canta Vasco Rossi. Siamo implicati. Un leader o una leader deve aver presente questa aspirazione che caratterizza la nostra umanità, tener conto dei differenti aspetti di cui si compone la quotidianità di ciascuno (ufficio, relazioni, stipendio, famiglia, riposo e impegno sociale) aiutando a determinare la loro armonia: è una qualità di chi guida aziende e studi professionali, organizzazioni semplici o complesse. Guai, in questa cornice, a focalizzare le cadute, gli sbagli, i fallimenti quasi fossero l'amputazione di una gamba o di una mano, che impon-

gono per causa di forza maggiore l'esclusione dalla squadra di calcio o di basket. Parzani su questi punti è dirimente. Vietato cancellare la possibilità di ripresa, anzi le ferite passate e ricucite vanno considerate alla stregua di skill. Per pregiudizio maschilista, lo confesso, ma anche per esperienze antipatiche, ho costruito in me un prototipo della donna di successo come la quintessenza della feroce volontà di affermazione, ammirevole senz'altro, ma profumata di suprematismo spietato, come di chi, balzando di liana in liana, attraversa la giungla per assumere una posizione dominante senza curarsi di travolgere i deboli e le deboli. Mi rendo conto: è uno stereotipo. Ed esso non riguarda soltanto la donna-sola-al-comando ma in generale la concezione della leadership che ritengo sia presente non solo nella mia limitata zucca, ma caratterizzi la maggioranza degli individui, a qualsivoglia genere appartengano. Claudia Parzani ha distrutto, non solo nel libro e nei suoi interventi, peraltro di altissima qualità oratoria, ma nella concretezza del suo esercizio di responsabilità aziendale e sociale, questa idea fasulla e deviante di leadership. I leader autentici sono «capaci di mostrarsi fragili e vulnerabili. Creano radici e donano ali», spiega con forza poetica. Lo dice perché lo sa, lo sa perché lo è. È arrivata ad affermare che l'insuccesso è «un valore aggiunto» per sé stessi ma anche per coloro con i quali lo si mette in comune, e diventa un patrimonio aziendale, e quindi sociale nel senso più largo possibile. Ella ammette, e addirittura quasi se ne adorna come una piuma di pavone, di essere stata bocciata una volta all'esame di Stato per esercitare la professione di avvocato.

Aggiunge di non essersi aggiudicata un ruolo prestigioso in una società internazionale, surclassata da gente più capace di lei. Dà ragione a chi ha preferito altri. E allora? Spararsi per questo, esserne segnati come fosse un'onda indelebile? Perdere non è bello, fa soffrire, e tendenzialmente nessuno è masochista. Ogni gara esige che ci si batta per arrivare primi, e la classifica alla fine ci deve pur essere. Eppure- e questo è il genio femminile che trova espressione in lei- mai, mai, mai una sconfitta è la fine del mondo, anzi è un arricchimento del curriculum, di cui è vergognoso vergognarsi. Chi non si augura di aver un «capo» così? Che cioè invece di comporre un curriculum maligno del personale in lizza per un incarico di rango strategico osserva con simpatia i ghirigori di un percorso a saliscendi? Non si sbianchetta niente della vita. Per chi sia nel gruppo di candidati a qualcosa di importante è confortante sapere che a guidare la giuria o la commissione esaminatrice- incaricata di assegnare oppure rimandare ad altra occasione premi, e riconoscimenti- ci sia una Claudia Parzani. Perché, con la sua presidenza, è garantita non solo l'imparzialità, e fin qui si spera accada sempre, ma con lei vincono tutti, anche chi è destinato a ruzzolare in fondo alla classifica. Con la Parzani, se si dà retta alla sua visione del mondo, è una certezza esistenziale l'aprirsi di nuove strade anche per chi credeva di essere scivolato in un fosso senza riscatto possibile. Non paternalismo (in questo caso, bisognerebbe dire, maternalismo...). Niente a che vedere con un demagogico egualitarismo per cui «uno vale uno». Non è una specie di terapistia consolatoria dove le differenze e i meriti sono abrogati: questo sessantottismo da 18 politico per tutti non appartiene al bagaglio mentale dell'avvocata Parzani. La manager (e scrittrice: scrive benissimo) non è una teorica dello sconfittismo, parente

>>> segue a pagina 8



Chiara Costacurta





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 Nea
Registrazione: Tribunale di Bologna
n. 8272/12 del 6/11/2012

Incrementare la proiezione estera delle imprese

Da una parte il sostegno sistemico alle imprese esportatrici, dall'altra il ruolo dei territori nell'attrarre nuovi investimenti esteri. L'analisi di Barbara Beltrame, vice presidente per l'Internazionalizzazione di Confindustria

Nelle fasi più acute della pandemia le imprese esportatrici italiane hanno dato un contributo decisivo alla tenuta del sistema economico del Paese. Con Barbara Beltrame, vice presidente per l'Internazionalizzazione di Confindustria, analizziamo prospettive e strategie per la proiezione estera delle imprese italiane.

Quali scenari prevede sul fronte dell'export in un momento internazionale particolarmente incerto?

«Molte delle previsioni su come e dove andrà il nostro export dipendono dall'andamento del conflitto alle porte dell'Europa. In termini di valore, nel 2022 le nostre esportazioni hanno raggiunto il livello record di quasi 625 mld di euro, ossia il 20 per cento in più rispetto all'anno precedente. Un dato importante, ma fortemente trainato dall'aumento dei prezzi, mentre la crescita in termini di volume e quantità è stata, seppur positiva, più ridotta. L'equilibrio nel rapporto prezzo-volume sarà una delle sfide per il nostro export in questo 2023 per garantire la competitività del made in Italy. Per alimentare la nostra proiezione estera sarà necessario continuare a mappare e affrontare le possibili criticità come quelle legate all'approvvigionamento delle materie prime, al caro energia e alle spinte inflazionistiche. Tutti fattori che hanno forti ripercussioni sull'aumento generalizzato dei costi di produzione, sul prezzo dei prodotti importati ed esportati e sul potere di acquisto dei consumatori finali».

L'Italia è impegnata con uno sforzo congiunto di imprese, istituzioni e associazioni per incrementare ulteriormente la proiezione estera delle proprie imprese. Quali le priorità da attuare per sostenere l'internazionalizzazione, soprattutto delle Pmi?

«Assicurare che le imprese possano varcare i confini nazionali e approdare con successo nei mercati esteri è oggi cruciale. Le sfide dell'attuale congiuntura devono essere tramutate in stimoli per favorire nuove e più efficaci strategie d'internazionalizzazione d'impresa. Bisognerà continuare a rafforzare la collaborazione tra istituzioni ed enti preposti all'internazionalizzazione, come Icc-Agenzia, Sace e Simest, potenziando la promozione e la messa a disposizione degli strumenti finanziari a sostegno delle imprese. Le stesse risorse del Pnrr rappresentano un'opportunità storica, da utilizzare in modo mirato ed efficace a supporto delle Pmi. Dobbiamo in particolare incentivare la



Barbara Beltrame, vice presidente per l'Internazionalizzazione di Confindustria

digitalizzazione delle imprese per aiutarle ad adeguarsi a una competizione globale sempre più tecnologica. Importante, infine, è continuare a lavorare per ottenere una valutazione più completa del rischio per guidare e assistere le imprese, favorendo la loro crescita anche in termini di "capacità di lettura" dei mercati esteri».

Quali sono le prospettive dell'export italiano sui principali mercati esteri, partendo da quelli più prossimi come quelli dei Paesi dei Balcani?

«Le prospettive del nostro export nei Paesi dei Balcani sono estremamente interessanti sotto diversi punti di vista, a partire dalla crescita economica, che è e sarà tra le più alte in Europa, fino alle prospettive di integrazione nel mercato europeo. L'area inoltre è al centro della strategia nazionale del Governo per "un rinnovato impegno verso la Regione", come evidenziato nel corso della Conferenza di Trieste. Nei Balcani abbiamo una presenza già ben strutturata tramite le Rappresentanze internazionali del sistema Confindustria, che sostengono le imprese localmente. La proiezione commerciale dell'Italia registra numeri importanti: il valore delle nostre esportazioni ha una crescita media annua del 15 per cento e in futuro vogliamo rendere la nostra presenza imprenditoriale ancora più forte, con l'obiettivo di potenziare i settori ad alto contenuto tecnologico, guardando in particolare a digitale, rinnovabili e agri-tech».

Per quanto riguarda gli altri mercati?
«Prevediamo buone performance del nostro export negli Emirati Arabi Uniti, in Arabia Sau-

dità e in generale in tutto il Medio Oriente; in Messico e Colombia, grazie all'integrazione nelle catene di approvvigionamento dei player nazionali; in Asia, dove la Cina si conferma tra i mercati prioritari per potenzialità, ma anche in Vietnam e India per lo sviluppo infrastrutturale e delle industrie manifatturiere; senza dimenticare gli Stati Uniti, un mercato chiave che anche come Confindustria intendiamo presidiare con maggiore attenzione».

All'evento Selecting Italy, promosso dalla Conferenza delle Regioni in collaborazione con la Regione Friuli-Venezia Giulia, ha sottolineato l'importanza della retention delle multinazionali in Italia. Confindustria ha avviato un progetto di collaborazione con i territori attraverso la firma di Protocolli d'intesa per fidelizzare queste realtà. Come funzionano e in che modo agevolano investimenti stranieri in Italia?

«L'iniziativa è stata molto rilevante perché ha messo al centro dell'attenzione il ruolo che possono e devono giocare i territori nell'attrarre nuovi investimenti esteri. Da tempo abbiamo avviato un progetto di collaborazione

625 mld

Export

Valore raggiunto nel 2022 dalle esportazioni italiane, il 20 per cento in più rispetto all'anno precedente

con i territori attraverso la firma di Protocolli d'intesa tra vertici di Confindustria, le rappresentanze regionali di Confindustria e i presidenti delle Regioni. L'obiettivo è trattenerne le grandi imprese estere già presenti in Italia e agevolare nuovi investimenti. Attraverso i protocolli ci attendiamo la creazione di un dialogo costruttivo tra Confindustria, Regioni e le multinazionali presenti sui singoli territori. Da un punto di vista operativo, vuol dire aprire un tavolo di lavoro a livello regionale e poi territoriale, fissare degli obiettivi prioritari e definire le azioni necessarie al loro raggiungimento con un orizzonte di tempo ben delineato». • FD

Diritto e opportunità

«Puntare sulla maternità significa investire sul futuro del nostro Paese», sostiene il ministro del Lavoro e delle politiche sociali, Marina Calderone, alla presentazione del Codice di autodisciplina di imprese responsabili in favore della maternità

L'inverno demografico italiano non sembra arrestarsi, con effetti ormai percepibili sull'economia, sul mercato del lavoro e sul modello sociale. Serve un cambio di passo nel sostegno alla maternità e alla parità di genere, se consideriamo che - in base all'Ispettorato nazionale del Lavoro - l'85 per cento delle dimissioni femminili si produce in relazione alla maternità. Il Codice per le imprese in favore della maternità è uno strumento di autodisciplina varato dalla ministra per la Famiglia, la natalità e le pari opportunità, Eugenia Roccella, che vuole creare un clima culturale ed economico di collaborazione tra imprese e dipendenti.

ALLEANZA IMPRESE- LAVORATRICI

Il Codice, che affiancherà la Certificazione della parità di genere alle imprese, è rivolto a quelle aziende attente al tema della maternità che vorranno attuare politiche in favore dei percorsi di carriera delle lavoratrici madri. Già un centinaio di realtà l'hanno sottoscritto. Il Codice impegna le imprese a favorire la continuità di carriera delle madri, le iniziative di prevenzione e cura dei bisogni di salute, l'adattamento dei tempi e modi di lavoro, il sostegno alle spese per la cura e l'educazione dei figli. Si segnalano, quindi, la possibilità di congedi e aspettative più lunghi; la flessibilità di orario d'ingresso e uscita; il passaggio a part-time verticale e orizzontale; uso del corretto smart working ovvero transizione dal vincolo spazio-temporale agli obiettivi della prestazione; disponibilità di asili nido (o loro rimborso) e copertura delle spese per la prima infanzia, l'educazione e l'assistenza domestica. «Avvalersi delle donne nel mondo del lavoro fa crescere le imprese, l'economia e una società equa, solidale e lungimirante perché puntare sulla maternità significa investire sul futuro del nostro Paese, in un momento



Il Codice di autodisciplina di imprese responsabili in favore della maternità È rivolto a quelle aziende attente al tema della maternità che vorranno attuare politiche in favore dei percorsi di carriera delle lavoratrici madri

in cui il tema della denatalità deve farci riflettere. Il futuro passa dai giovani, dai bambini che verranno», ha commentato il ministro del Lavoro e delle politiche sociali, Marina Calderone alla presentazione del Codice il 7 novembre scorso.

ALLEANZA TRA IMPRESE E ISTITUZIONI

Se l'occupazione femminile in Italia fosse in linea con la strategia di Lisbona, potremmo contare, come Paese, sul 7 per cento di Pil in più. Parlando dell'importanza strategica di servizi come gli asili nido aziendali, Calderone ha rilevato la forte contraddizione esistente tra dati occupazionali incorag-

gianti e la difficoltà a trovare lavoratori: tra i fattori indicati anche la complessità di conciliazione tra vita lavorativa e personale, con i relativi costi da sostenere. «Le donne ha spiegato il ministro- devono poter vivere lavoro e maternità senza dover far scelte e senza preclusioni per la carriera. Si tratta di un diritto e di un'opportunità. La maternità (non) è un'impresa è il titolo di questo momento di incontro con il mondo delle aziende e soprattutto con la nostra volontà di ribadire che, nell'ambito del mondo del lavoro e quindi dei rapporti di lavoro, si deve poter consentire alle donne di vivere l'esperienza lavorativa e quella della maternità senza dover fare scelte. Soprattutto, senza vedersi precludere quelle che sono le opportunità di carriera e la possibilità di poter gestire al meglio anche le esigenze familiari. Questo per le donne deve essere un diritto», ha aggiunto il ministro Calderone. Il Codice di autodisciplina di imprese responsabili in favore della maternità non rappresenta solo una buona prassi, ma un principio di sensibilità e anche di sostenibilità del nostro Paese. «Credo fortemente nell'alleanza tra imprese e il mondo delle istituzioni, ognuno deve fare la sua parte, ma soprattutto vanno sostenute le attività imprenditoriali come comunità di persone, come comunità vive all'interno delle quali si devono gestire delle dinamiche lavorative

efficaci e soprattutto lo sviluppo di relazioni umane e industriali di qualità».

LAVORO E GIOVANI, IL NODO SCUOLA-LAVORO

Nel corso di un'intervista a Sky TG24 Live in Genova, il 17 novembre, il ministro Calderone ha indicato nel «potenziamento del sistema scuola-lavoro l'elemento fondamentale su cui costruire tutti i processi». Il mondo adulto deve mettere i giovani nelle condizioni di cogliere le opportunità, «fornendo loro la cassetta degli attrezzi affinché giochino la loro partita». Molti giovani, invece, continuano a non voler scendere in campo; quando un Paese ha una percentuale così importante di Neet che non si forma, non lavora e non studia, ha aggiunto Calderone, è un elemento di negatività. «I percorsi scolastici dovranno essere sempre più improntati non solo all'acquisizione di nozioni teoriche, ma anche al confronto con le tendenze del mondo del lavoro che cambia». Il ministro ha invitato i giovani presenti a Genova «a coltivare i loro talenti e non quelli dei genitori, soprattutto non devono guardare al mondo con gli occhi del passato, quando c'era una valutazione della formazione sulla base dei percorsi, divisa tra licei o istituti tecnici-professionali. Questa distinzione oggi credo che non debba più esistere, perché ogni percorso soddisfa delle richieste e soprattutto dei bisogni». Quello della formazione professionale, prosegue Calderone, «è un percorso di assoluto valore che ha anche un impatto importante in termini di passaggio dal mondo della formazione al lavoro. Il 76 per cento dei giovani che frequentano gli istituti di formazione professionale alla fine del percorso trova un lavoro, il restante non rimane alla finestra, ma decide di proseguire gli studi all'università. Il 98 per cento di chi frequenta gli Istituti è già ingaggiato prima di finire gli studi». • **Francesca Druidi**

Il ministro del Lavoro e delle politiche sociali,
Marina Calderone - credit foto LaPresse



Il premierato per la governabilità

È l'elezione diretta del presidente del Consiglio la principale novità del disegno di legge costituzionale fortemente voluto da Giorgia Meloni e definito la madre di tutte le riforme. L'analisi del ministro per le Riforme istituzionali Maria Elisabetta Alberti Casellati

Il premierato è la più potente misura economica per l'Italia», ribadisce la presidente del Consiglio Giorgia Meloni. Il 3 novembre, il Consiglio dei ministri, su proposta della premier e del ministro per le Riforme istituzionali e la semplificazione normativa Maria Elisabetta Alberti Casellati, ha approvato il disegno di legge costituzionale per l'introduzione dell'elezione diretta del presidente del Consiglio dei ministri e la razionalizzazione del rapporto di fiducia. Una riforma della nostra architettura istituzionale che dovrebbe rafforzare la stabilità degli esecutivi, rendendoli più efficienti, e permettendo l'attuazione di politiche di medio e lungo periodo.

I CINQUE PUNTI DELLA RIFORMA

Sono cinque i capisaldi del disegno di riforma costituzionale. Il testo introduce, come rileva la stessa nota del Consiglio dei ministri, «un meccanismo di legittimazione democratica diretta del presidente del Consiglio dei ministri, eletto a suffragio universale con apposita votazione popolare». Deve per forza essere «eletto nella Camera per la quale si è candidato» e deve essere «necessariamente un parlamentare». Resterà in carica 5 anni. La riforma supera la categoria dei senatori a vita di nomina del presidente della Repubblica (quelli già nominati restano in carica), ma soprattutto delinea l'esigenza di «un sistema elettorale delle Camere che, attraverso un premio assegnato su base nazionale, assicuri al partito o alla coalizione di partiti collegati al presidente del Consiglio il 55 per cento dei seggi parlamentari, in modo da assicurare

Maria Elisabetta Alberti Casellati, ministro per le Riforme istituzionali e la semplificazione normativa



Credit foto: Ettore Ferrari-Ansa



la governabilità. Centrale anche la cosiddetta norma anti-ribaltone: il premier potrà essere sostituito solo da un parlamentare della maggioranza e solo per proseguire l'attuazione del medesimo programma. «L'eventuale cessazione del mandato del sostituto così individuato determina lo scioglimento delle Camere». «La riforma costituzionale non riguarda affatto questo governo, ma il futuro del nostro Paese. Il tempo è maturo per uscire da una situazione di stallo», ha dichiarato la ministra Casellati in un'intervista del 17 novembre al Corriere della Sera.

LE CRITICHE DELL'OPPOSIZIONE

Il testo, aggiunge, è ispirato a un criterio 'minimale' di modifica della Costituzione, perché si limita a interventi che servono a conseguire i «nostri obiettivi: garantire stabilità e ricondurre la composizione dei governi alla volontà popolare». Le voci critiche levatesi su tutte quelle della segretaria del Pd Elly Schlein- riguardano soprattutto il cambiamento degli equilibri democratici, con il ridimensionamento dei poteri del capo dello Stato (nella scelta del premier e nello scioglimento delle Camere). «Nove- ricorda la ministra- sono gli articoli della Costituzione che riguardano il ruolo e le prerogative del capo dello Stato. Nulla è stato toccato, compreso il potere di sciogliere le Camere dopo aver constatato il fallimento di un governo. I continui e insensati richiami dell'opposizione al Quirinale mi sembrano solo strumentalizzazioni e goffi tentativi di coprire l'infondatezza evidente delle obiezioni. Abbiamo scelto il premierato- continua- proprio per venire incontro alle loro istanze, essendoci presentati con una formula aperta all'attività di ascolto di quasi un anno con opposizioni, costituzio-

ascoltare e se ci sono emendamenti coerenti con l'impianto, certo che dico sì. Ma non scrivo sotto dettatura. In un tavolo di una trattativa si cede da tutte e due le parti, e noi l'abbiamo già fatto».

Le sfide della riforma

La riforma impedisce di fatto la formazione di un governo tecnico. Casellati conferma la contrarietà dell'Esecutivo a «ribaltoni» e trasformismi», pur aprendo ai tecnici che vorranno candidarsi al Parlamento. L'addio ai senatori a vita, d'altro canto, risponde alla volontà di dare legittimazione democratica a ogni rappresentante delle istituzioni: solo gli eletti dai cittadini potranno decidere della vita del governo. Di fronte alla possibilità di referendum, il ministro delle Riforme ritiene si dovrà puntare su una proposta sintetica: «noi andremo a chiedere volete essere voi i protagonisti del vostro voto e scegliere la forma di governo. La riforma modifica solo quattro articoli, non c'è uno stravolgimento generale come negli altri referendum. Abbiamo scelto una forma più leggera e minimalista di riforme proprio perché sia più comprensibile per i cittadini», ha dichiarato a Giù la maschera, su Rai Radio 1. Sarà comunque il Parlamento a stabilire i limiti della riforma, nel frattempo Casellati lavora alla legge elettorale, «che coniughi i principi di governabilità e di rappresentanza analizzando a fondo tutti i sistemi elettorali». • **FD**

Semplificazione grazie all'Intelligenza Artificiale

È stato siglato il 20 novembre dalla ministra Casellati e dal presidente della Regione Piemonte Alberto Cirio il protocollo per l'istituzione di un Tavolo tecnico paritetico, che avrà il compito di individuare produrre vere e proprie norme anti burocrazia. È il quarto protocollo di intesa siglato dalla Casellati con le Regioni italiane. «Abbiamo costruito tavoli tecnici dove i nostri esperti delle Regioni e del Ministero andranno a individuare le priorità: da un lato, una sorta di 'pulizia normativa' delle leggi regionali, ma anche un intervento sulle leggi nazionali. È un modello di intervento che presto si potrà avvalere anche di uno strumento innovativo e mai applicato in questo campo come l'Intelligenza artificiale. Una sperimentazione che annuncio proprio qui, a Torino, dove presto nascerà la Fondazione per l'Intelligenza Artificiale, perché sono convinta che la tecnologia possa aiutarci ad avere un quadro normativo migliore, senza sostituirsi all'uomo nella creazione delle leggi, ma supportandolo con le sue enormi potenzialità». La sovrabbondanza di norme che zavorra l'Italia mette in difficoltà imprese e cittadini. «La semplificazione serve per liberarli dai troppi vincoli e dalle troppe interpretazioni». La semplificazione normativa è una straordinaria leva di carattere economico, che il governo sta mettendo in pratica. «In Piemonte lavoreremo su un doppio binario: aiutare la Regione ad asciugare la normativa, ma anche raccogliere le istanze che da questo territorio provengono», ha concluso Maria Elisabetta Alberti Casellati.

Cambia la prospettiva sulla disabilità

La riforma della disabilità sarà una riforma epocale, promette il ministro Alessandra Locatelli. Con il decreto su invalidità civile e progetto di vita si va a «semplificare notevolmente la vita delle persone con disabilità e delle loro famiglie». Il punto della situazione con il ministro

Si procede verso la riforma della disabilità, tappa importante per la piena applicazione della Convenzione Onu sui diritti delle persone con disabilità, che si allinea a quanto previsto dall'Agenda Europea 2021-2030. Due decreti attuativi della legge 22 dicembre 2021, n.227 ("Delega al governo in materia di disabilità") sono già stati approvati dal Consiglio dei ministri e stanno facendo il loro iter: la riqualificazione dei servizi pubblici per l'accessibilità e l'istituzione del Garante nazionale. L'altro decreto, quello relativo all'accertamento dell'invalidità civile e alla valutazione multidimensionale è stato approvato dal Consiglio dei ministri. «Stiamo vivendo un momento storico, strategico e di cambiamento, questo decreto è legato al Pnrr quale riforma fondamentale per il nostro Paese e indietro non si torna», ha commentato il ministro per le Disabilità Alessandra Locatelli. «Introdurre nuove procedure è indispensabile per garantire i diritti e la piena partecipazione alla vita civile e sociale, per innovare e contemporaneamente migliorare la qualità della vita di tutti».

Ministro, il decreto su invalidità civile e valutazione multidimensionale è stato un provvedimento impegnativo, che ha richiesto un tempo di gestazione più lungo e necessita di risorse per la sua implementazione. Qual è il suo iter di approvazione?

«Come per gli altri due decreti, anche per il decreto approvato dal Consiglio dei ministri il 3 novembre scorso è prevista l'intesa in Conferenza unificata, poi il passaggio al Consiglio di Stato. Successivamente, lo



schema di decreto verrà trasmesso alle Camere, perché sia espresso il parere delle Commissioni parlamentari competenti per materia e delle Commissioni parlamentari competenti per i profili di carattere finanziario. Poi tornerà in Consiglio dei ministri per l'approvazione definitiva e la pubblicazione coinciderà con la scadenza della milestone legata al Pnrr. Nel 2024 procederemo con una importante azione di formazione su tutto il territorio e a partire dal 2025 si avvierà la sperimentazione in 6 province».

Questo decreto ha un carattere fortemente innovativo. Come impatterà sul mondo della disabilità?

«Il decreto segna un punto di svolta nella visione della disabilità, mettendo al centro le persone. Semplifichiamo e sburocratizziamo le procedure per l'accertamento della condizione di invalidità e introduciamo il progetto di vita individuale e personalizzato. Rispetto al passato ci sarà un accertatore unico e chi ha una disabilità grave già accertata non dovrà sottoporsi a continue visite di revisione, come invece avviene oggi. E l'avvio dell'iter per la richiesta sarà più breve e senza la sovrapposizione di certificati di più enti. Si tratta di una vera rivoluzione che consentirà di semplificare notevolmente la vita delle persone con disabilità e delle loro famiglie. Con il Progetto

di vita intendiamo superare l'estrema frammentazione dei servizi per attivare un percorso di accompagnamento della persona nella vita quotidiana, per garantire continuità, attraverso interventi coordinati e sinergici: le persone adesso sono costrette a girare molti uffici per chiedere appuntamenti e ottenere i servizi richiesti. Il Progetto di vita ribalta la situazione e saranno le istituzioni a doversi riunire per dare le risposte alla persona stessa».

Ha inoltre rassicurato sulla disponibilità di risorse per la Riforma della disabilità, mettendo a tacere le preoccupazioni emerse nelle scorse settimane. Può farci il quadro della situazione?

«Come ho ribadito in queste settimane, non sono previsti né tagli né riduzioni, anzi gli stanziamenti sono stati aumentati in modo strutturale con 85 milioni di euro annui a partire dal 2026. Questo ci consentirà di coprire i costi della riforma quando entrerà pienamente a regime. Ed è importantissimo perché si tratta, come dicevo, di una riforma epocale che cambia la vita delle persone con disabilità».

La legge di bilancio 2024 prevede anche l'istituzione di un Fondo Unico per l'inclusione delle persone con disabilità, che dovrebbe essere operativo già a partire dal 1 gennaio 2024. Quali saranno gli obiettivi e le coperture?

«Il Fondo unico parte quest'anno con una dotazione di 231,8 milioni perché verrà costituito facendo confluire i Fondi già in dotazione al ministero per le Disabilità. L'obiettivo è quello di aumentare la dotazione, assicurare una programmazione efficiente delle politiche per l'inclusione, l'accessibilità e il sostegno a favore delle persone con disabilità. Si tratta di una semplificazione necessaria che ho fortemente voluto e che consentirà di creare delle linee di intervento tra loro collegate e integrate, superando l'attuale parcellizzazione delle risorse che penalizza le persone con disabilità, le loro famiglie, ma anche il lavoro degli enti locali e degli enti del terzo settore impegnati sul territorio».

Quali saranno i prossimi impegni del suo dipartimento: la legge sul caregiver, il testo unico sulla disabilità?

«Il riconoscimento dei caregiver familiari, in particolare conviventi, non può più essere rinviato. È il motivo per il quale, insieme al ministro del Lavoro e delle politiche sociali Marina Calderone, abbiamo istituito un Tavolo tecnico che elaborerà una proposta normativa che porteremo all'attenzione del Consiglio dei ministri e poi del Parlamento. Al tavolo parteciperanno esperti istituzionali, rappresentanti delle famiglie, del mondo associativo e rappresentanti del terzo settore competenti. Ovviamente si terrà conto del lavoro parlamentare che è già stato fatto in questi anni. Insieme al ministro Elisabetta Casellati, invece, abbiamo deciso di lavorare insieme sul testo unico per le disabilità, per semplificare le norme e quindi la vita dei cittadini. È un lavoro complesso, ma l'iter è già avviato».

• **Francesca Druidi**

Il ministro per le Disabilità Alessandra Locatelli



I prossimi impegni del Governo

Il riconoscimento dei caregiver familiari, in particolare conviventi, non può più essere rinviato

Insegnare il rispetto nelle scuole

È la proposta per cui si batte Laura Ravetto ancora prima delle dichiarazioni di Elly Schlein. La politica della Lega ribadisce l'importanza della prevenzione culturale e le misure introdotte dal disegno di legge per il contrasto della violenza sulle donne

Come dimostra il doloroso caso dell'omicidio di Giulia Cecchettin, la violenza di genere è un problema fortemente radicato e perciò difficile da estirpare dalla nostra società. La segreteria del Pd Elly Schlein ha invocato l'approvazione in tempi brevi di una legge che introduca l'educazione al rispetto e all'affettività in tutte le scuole d'Italia. Ma una proposta che va in questa direzione già c'è. A presentarla è stata Laura Ravetto, responsabile del dipartimento Pari opportunità della Lega e segretario della Commissione parlamentare di inchiesta sul femminicidio, nonché su ogni forma di violenza di genere. «Sono lieta che ora via sia più consapevolezza dell'importanza della prevenzione culturale, confido che adesso vi sia la convergenza politica per approvare velocemente la mia proposta», afferma Ravetto.

Facciamo un passo indietro. Il 26 ottobre alla Camera viene approvato il disegno di legge recante disposizioni per il contrasto della violenza sulle donne e della violenza domestica, che mira a rafforzare la tutela delle vittime e la prevenzione della violenza. Lei ha presentato un emendamento, poi ritirato, che

Laura Ravetto, deputata Lega e segretario Commissione d'inchiesta sul femminicidio



ha convertito in ordine del giorno e in una proposta di legge- di cui è prima firmataria- che sarà a breve calendarizzata in Commissione Istruzione, con la benedizione del ministro Valditara.

«Sì, la mia iniziativa vuole introdurre l'educazione al rispetto delle donne a scuola, un passaggio fondamentale per contrastare da subito ogni forma di violenza di genere. La mia battaglia parte dalla constatazione che questo fenomeno abbia radici soprattutto culturali, essendo gli atti di violenza di genere perpetrati per lo più in ambito familiare. Per opporsi a modelli sbagliati vissuti in casa, serve l'affiancamento della scuo-



**Per opporsi a modelli sbagliati vissuti in casa
Serve l'affiancamento della scuola che deve insegnare ai bambini come la donna non possa essere in alcun modo oggettivizzata e considerata una proprietà. Va inserita anche la lotta agli stereotipi di genere**

la che deve insegnare ai bambini come la donna non possa essere in alcun modo oggettivizzata e considerata una proprietà. Va inserita anche la lotta agli stereotipi di genere: a sei anni le bambine sono già convinte di non poter scegliere determinate carriere. Va trasmessa la cultura della non rinuncia: non esistono lavori da maschio o da femmina. Credo che il ministro Valditara appoggerà la mia proposta; faccio però un appello all'opposizione, chiedendo di non estendere il perimetro dell'iniziativa all'educazione sessuale. Per il centro-destra è una materia, che soprattutto per bambini così piccoli, va lasciata ai genitori. Evitare elementi divisivi consentirebbe di portare a casa l'obiettivo, che mette d'accordo tutti».

L'insegnamento del rispetto della donna verrebbe inserito nelle già previste ore di educazione civica?

«Sì. In realtà, ho redatto due proposte: la prima prevede che sia una materia a parte; la seconda la considera come uno degli argomenti affrontati nelle ore di educazione civica. Questo per evitare il problema di costi e coperture finanziarie. Il mio obiettivo è che diventi in futuro un insegnamento strutturale con ore dedicate».

Nel disegno di legge ora in approvazione al Senato c'è una parte importante dedicata alla prevenzione.

«L'aspetto del disegno di legge che più mi sta a cuore, e per cui mi batto, è il profilo culturale della prevenzione, ossia la parte che valorizza

gli operatori, a tutti i livelli».

Nella scorsa legislatura ha proposto una scorta per proteggere le potenziali vittime dalla violenza di genere.

«Sì, una proposta accantonata per mancanza di risorse. Però andrebbe riaperta la discussione. Trovo ingiusto che le vittime di questi atti siano quelle che debbano essere sradicate dai loro contesti familiari, e cittadini, per essere difese. Non sono loro a doversi "nascondere", piuttosto dovrebbero farlo i loro carnefici in carcere. Fondamentale e meritorio è l'operato delle associazioni anti-violenza; la mia proposta interveniva a supporto, chiedendo- a discrezione dei magistrati- una forma di protezione fisica per alcune di queste donne. Oltre ad assicurare i colpevoli di violenza al carcere e aumentare efficienza e diffusione di sistemi come il braccialetto elettronico, l'aspetto centrale è offrire alle donne l'opportunità di poter trovare un'espressione lavorativa, contando su una realtà sociale ed economica che non le porti più a contatto con i propri aguzzini».

Insistere sul tema dell'indipendenza economica è strategico per prevenire la violenza domestica?

«Dico sempre che una donna, al primo schiaffo, deve essere in condizione di uscire di casa- magari con i figli- e cercarsi un altro domicilio. Ciò significa potersi pagare un affitto oppure avere una casa di proprietà, quindi avere la possibilità di lavorare, di avere un lavoro dignitoso retribuito con uno stipendio identico a quello di un uomo che ricopre lo stesso ruolo. È una questione culturale, ma anche di risorse. Ciò che sta facendo il governo va nella giusta direzione. Dobbiamo costruire un modello di Welfare tale da consentire alle donne di poter lavorare senza disperdere il loro compenso nella cura di figli da parte di terzi. Rivendico con orgoglio l'emendamento della Lega a mia firma sul congedo parentale, con cui abbiamo aumentato i mesi di congedo rendendoli usufruibili sia dal papà che dalla mamma. Questo dovrebbe rendere più attrattiva l'assunzione femminile. Quando in Spagna è stato introdotto il congedo parentale paritario, l'incremento delle donne nel mondo del lavoro è stato significativo. È una misura di cui la sinistra parlava, ma che alla fine è stata realizzata dal governo Meloni. Proseguiremo la strada verso la parità di genere». • **Francesca Druidi**

Una legge contro la violenza di genere

In base ai dati del ministero dell'Interno, nel 2022 102 donne sono state uccise in ambito familiare/affettivo. Di queste, 60 hanno trovato la morte per mano del partner o ex. A questa emergenza sociale tenta di rispondere il disegno di legge recante disposizioni per il contrasto della violenza sulle donne e della violenza domestica. Vengono, ad esempio, potenziati gli istituti dell'ammonizione del questore e della sorveglianza speciale, prevedendo un aggravamento delle pene quando i reati sono commessi nonostante l'applicazione di misure di prevenzione. Il provvedimento, inoltre, accelera la trattazione dei procedimenti penali relativi ai reati di violenza sulle donne e domestica. «Con questo provvedimento si accentuano le misure preventive e anche punitive con, ad esempio, una maggiore attenzione all'uso del braccialetto elettronico e alla previsione dell'arresto in flagranza differita, quando gli atti di violenza sono testimoniati da videocamere», spiega Laura Ravetto.

La manager della felicità

Chiunque l'abbia conosciuta da vicino o da lontano concorda: Claudia Parzani è una delle intelligenze più vive e capaci di empatia che oggi calcano la scena pubblica italiana. A parte tutto il resto - ed è tanto - l'avvocata bresciana, 52 anni, madre di tre figlie, presidente di Borsa Italiana e vicepresidente de *Il Sole 24 ore*, è primatista di una specialità la cui invenzione poteva essere solo femminile. Consiste nell'arte di usare l'insuccesso come trampolino. Per il successo? Questo lo affermano, sia pure come espediente retorico, più o meno tutti. Non sarebbe una gran novità questo concetto. E sarebbe persino banale. Una gran bugia, in realtà. Non ci basta una stella filante. Cesare Pavese, appena ottenuto nel 1950 il premio Strega per *La bella estate*, annotò sul suo diario: «A Roma, apoteosi. E con questo?». (Da *Il mestiere di vivere*). Aveva pensato all'incoronazione dello Strega come l'apoteosi. Illusione, e immediata disillusione: non è il successo in sé lo scopo del nostro agitarsi nella vita, bensì la felicità. La sconfitta talvolta, se la si guarda con lealtà, senza cercare scuse, ma anche senza farne una tragedia apocalittica, può essere un passo, più di un traguardo effimero, verso la nostra pienezza umana (e in fin dei conti anche lavorativa). Un gradino verso la verità della vita. «L'insuccesso felice», insomma. Un formidabile paradosso. Ed è stata questa la sorprendente scoperta di Claudia Parzani. Entrare nelle pagine del suo libro *Si vince solo insieme* (scritto a quattro mani con Sandro Catani, esperto di consulenza societaria, edito da Garzanti) è stata per me un'esperienza trascinate. C'è dentro una carica vitale che rasenta i confini della serenità invece che della ossessione per la performance. Il testo esposto a mo' di dialogo si compone di capitoli corrispondenti a undici parole sviscerate a fondo. Ce n'è una che ha la primazia: felicità. Essa non è trattata come una questione esclusivamente privata. Qualcosa che riguarda me a prescindere da te, «e tutto il mondo fuori», come canta Vasco Rossi. Siamo implicati. Un leader o una leader deve aver presente questa aspirazione che caratterizza la nostra umanità, tener conto dei differenti aspetti di cui si compone la quotidianità di ciascuno (ufficio, relazioni, stipendio, famiglia, riposo e impegno sociale) aiutando a determinare la loro armonia: è una qualità di chi guida aziende e studi professionali, organizzazioni semplici o complesse. Guai, in questa cornice, a focalizzare le cadute, gli sbagli, i fallimenti quasi fossero l'amputazione di una gamba o di una mano, che impon-

gono per causa di forza maggiore l'esclusione dalla squadra di calcio o di basket. Parzani su questi punti è dirimente. Vietato cancellare la possibilità di ripresa, anzi le ferite passate e rucite vanno considerate alla stregua di skill. Per pregiudizio maschilista, lo confesso, ma anche per esperienze antipatiche, ho costruito in me un prototipo della donna di successo come la quintessenza della feroce volontà di affermazione, ammirabile senz'altro, ma profumata di suprematismo spietato, come di chi, balzando di liana in liana, attraversa la giungla per assumere una posizione dominante senza curarsi di travolgere i deboli e le deboli. Mi rendo conto: è uno stereotipo. Ed esso non riguarda soltanto la donna-sola-al-comando ma in generale la concezione della leadership che ritengo sia presente non solo nella mia limitata zucca, ma caratterizzi la maggioranza degli individui, a qualsivoglia genere appartengano. Claudia Parzani ha distrutto, non solo nel libro e nei suoi interventi, peraltro di altissima qualità oratoria, ma nella concretezza del suo esercizio di responsabilità aziendale e sociale, questa idea fasulla e deviante di leadership. I leader autentici sono «capaci di mostrarsi fragili e vulnerabili. Creano radici e donano ali», spiega con forza poetica. Lo dice perché lo sa, lo sa perché lo è. È arrivata ad affermare che l'insuccesso è «un valore aggiunto» per sé stessi ma anche per coloro con i quali lo si mette in comune, e diventa un patrimonio aziendale, e quindi sociale nel senso più largo possibile. Ella ammette, e addirittura quasi se ne adorna come una piuma di pavone, di essere stata bocciata una volta all'esame di Stato per esercitare la professione di avvocato. Aggiunge di non essersi aggiudicata un ruolo prestigioso in una società internazionale, surclassata da gente più capace di lei. Dà ragione a chi ha preferito altri. E allora? Spararsi per questo, esserne segnati come fosse un'onda indelebile? Perdere non è bello, fa soffrire, e tendenzialmente nessuno è masochista. Ogni gara esige che ci si batta per arrivare primi, e la classifica alla fine ci deve pur essere. Eppure questo è il genio femminile che trova espressione in lei - mai, mai, mai una sconfitta è la fine del mondo, anzi è un arricchimento del curriculum, di cui è vergognoso vergognarsi. Chi non si augura di aver un «capo» così? Che cioè invece di comporre un curriculum maligno del personale in lizza per un incarico di rango strategico osserva con simpatia i ghirigori di un percorso a saliscendi? Non si sbianchetta niente della vita. Per chi sia nel gruppo di candidati a qualcosa di importante è confortante sapere che a gui-



Claudia Parzani, presidente di Borsa Italiana e vicepresidente de *Il Sole 24 ore*

dare la giuria o la commissione esaminatrice - incaricata di assegnare oppure rimandare ad altra occasione premi, e riconoscimenti - ci sia una Claudia Parzani. Perché, con la sua presidenza, è garantita non solo l'imparzialità, e fin qui si spera accada sempre, ma con lei vincono tutti, anche chi è destinato a ruzzolare in fondo alla classifica. Con la Parzani, se si dà retta alla sua visione del mondo, è una certezza esistenziale l'aprirsi di nuove strade anche per chi credeva di essere scivolato in un fosso senza riscatto possibile. Non paternalismo (in questo caso, bisognerebbe dire, maternalismo...). Niente a che vedere con un demagogico egualitarismo per cui «uno vale uno». Non è una specie di terrapiattismo consolatorio dove le differenze e i meriti sono abrogati: questo sessantottismo da 18 politico per tutti non appartiene al bagaglio mentale dell'avvocata Parzani. La manager (e scrittrice: scrive benissimo) non è una teorica dello sconfittismo, parente stretto del tafazzismo, cioè quella sorta di abbandono passivo al destino di perdente che induce ad abbarbicarsi con finta ironia alla legge di Murphy, secondo cui «se qualcosa può andare storto, lo farà». Balle. Non esiste in natura una legge di questo tipo, idonea per crogiolarsi nel vittimismo. Ci si può, anzi ci si deve tirare su: e un leader ha il compito di testimoniare che si può girare la frittata prima che bruci. Non esiste alcun successo o insuccesso che siano per sempre, ogni istante è un nuovo istante, e si porta sempre con sé l'impronta non solo degli ostacoli scavalcati d'impeto, ma anche la lezione degli inciampi rovinosi sì ma non mor-

tali. Mi viene da imparentare l'«insuccesso felice» con la formula coniata dal più grande pensatore del primo millennio della nostra era, Agostino d'Ippona, che definì la caduta di Adamo ed Eva «felix culpa». Senza quel capitombolo iniziale non ci sarebbe stato bisogno della venuta di Gesù di Nazareth. A parte la Genesi, la storia è ricca di questo insegnamento di rinascita troppo spesso dimenticato. In Guerra e Pace di Lev Tolstoj la sconfitta presso Mosca dell'esercito russo guidato dal generale Kutuzov contro Napoleone, fu la chiave della liberazione successiva. La pazienza creativa di Kutuzov, l'identificazione con le pene e i fallimenti della sua gente, risulta vittoriosa davanti all'impeto arrogante del genio solitario di Bonaparte. Una morale che andrebbe applicata adesso al nostro Paese. La famosa resilienza, di cui tutti parlano come se fosse una magia, riuscirà solo se ci si sostiene insieme. Pnrr sta per Piano nazionale di ripresa e resilienza. Si dimentica troppo spesso l'aggettivo «nazionale». La cui traduzione meno retorica che conosco è: «insieme». Non significa demandare ad altri la propria responsabilità sciogliendola in un indistinto collettivo. Sarebbe un disastro. Esistono gerarchie nella responsabilità. Insieme vuol dire contribuire all'opera comune. Gli errori del passato non possono indurre al disfattismo, ma a risollevarsi desiderando insieme la felicità di figli e nipoti. Vale per l'Italia, dicevo, vale però anche per le nostre microscopiche, ma per noi colossali vicende. Quando ci va male qualcosa, anche quando ci appaia un accadimento irreparabile, guai a disperarsi, correre a nascondersi o dissimulare il fiasco: questi atteggiamenti servono solo a soffocare le vie respiratorie dell'esistenza nostra e delle persone a noi vicine. E neppure è utile cancellarli dalla memoria, mettendo la testa nella sabbia. Bisogna dire dentro di noi e fuori di noi, e pure ad alta voce, «Peccato!», come se fosse un «Accidenti», e tirarsi su, magari anche facendosi dare una mano dopo esserci sbucciate le ginocchia. Un po' di alcol brucia, ma disinfecta. P.S.Torno sulla questione della «felicità». Non c'è nulla di sentimentale o intimistico in questo richiamo della presidente di Borsa Italiana. Noi siamo abituati a credere che sia piuttosto americano il concetto di «diritto alla felicità». E c'è del vero, essendo inserito nella dichiarazione di indipendenza degli Stati Uniti (4 luglio 1776). Non tutti sanno però che questa espressione fu suggerita a Beniamino Franklin dal filosofo napoletano Gaetano Filangieri con cui era in corrispondenza. Ora ritorna a casa nostra, grazie a Claudia Parzani. • Renato Farina

Banche, porte aperte alla diversity

Rispetto ai luoghi a trazione quasi esclusivamente maschile conosciuti da Matilde Carla Panzeri agli esordi, oggi il rapporto di genere negli istituti finanziari è meno sbilanciato. Con donne nei board, ma poche nelle posizioni apicali

In un tempo che in certi ambiti professionali si coniuga ancora al presente, la ricetta suggerita per fare strada in azienda era replicare stereotipi e comportamenti maschili. Con questa mentalità si è misurata Matilde Carla Panzeri agli inizi della sua eccellente carriera, che l'ha portata a lavorare per 40 anni in Banca d'Italia assumendone le più alte cariche, e a rivestire per due mandati il ruolo di membro del Collegio dei Revisori dei conti della Consob. «Oggi le cose sono notevolmente cambiate - segnala Panzeri - la Banca è molto più attenta alla valorizzazione delle diversità comprese quelle di genere, al punto che è stata istituita la figura del diversity manager».

In quali ulteriori aspetti l'istituto centrale del sistema bancario italiano si sta ponendo come modello di inclusione?

«Lo sforzo per bilanciare il divario di genere è continuo. C'è già da qualche tempo una donna nel Direttorio. Al 31 dicembre 2022 le donne in Banca erano poco più del 37 per cento del personale (dato sostanzialmente stabile nell'ultimo quinquennio) e ricoprivano il 35 per cento delle posizioni organizzative (capo divisione, di vice e capo servizio, di vice e capo di filiale, di vice e capo dipartimento) dato in crescita rispetto al 31 per cento nel 2018. Anche rispetto alla possibilità di conciliare vita e lavoro grazie allo smart working abbiamo fatto notevoli passi avanti».

Quali peculiarità porta una donna nelle organizzazioni finanziarie e che effetto sulla loro attrattività ha prodotto,



ad esempio, averne una alla guida della Bce?

«Una donna che raggiunge posizioni di responsabilità in organizzazioni finanziarie porta livelli di competenza pari, se non superiori, ai suoi colleghi uomini. Uniti ad autostima, audacia e uno spirito collaborativo che migliorano la capacità decisionale all'interno delle organizzazioni. Inoltre, proprio per citare la presidente della Bce Christine Lagarde, spesso le donne hanno un approccio al rischio più consapevole degli uomini, e se un numero sufficiente di donne fosse messo in condizione di sfruttare le proprie competenze e

qualità, l'economia internazionale potrebbe solo beneficiarne. È essenziale che le ragazze guardino a modelli come la Lagarde per rendersi conto che nessun ambito o livello professionale saranno loro preclusi se crederanno nelle proprie potenzialità».

Un recente rapporto sulla corporate governance della Consob segnala un aumento delle donne nei Cda. Che trend si osserva stringendo sul mondo finanziario e con quali effetti sulle strategie aziendali?

«Sicuramente l'introduzione della legge Golfo-Mosca, insieme alla successiva legge di bilancio del 2020, ha dato un impulso all'ingresso delle donne nei board delle società quotate, incluse le banche. Estendendo però lo sguardo anche alle banche non quotate, emergono forti disparità e la presenza femminile cala significativamente. L'attenzione deve anche essere indirizzata alle posizioni apicali, quelle di amministratore delegato o direttore generale, dove le donne sono sicuramente in minoranza. Molti studi hanno mostrato che la presenza femminile garantisce una maggior pluralità di approcci e prospettive nell'analisi dei problemi e nell'assunzione delle decisioni, qualifica il dibattito e contribuisce a migliorarne la visione strategica e il monitoraggio della gestione aziendale».

Colmare il gap retributivo è l'antichissima per la vera emancipazione della donna in Italia. Come si sta affrontando il tema nel settore creditizio?

«Nel settore bancario, l'ultimo dato Eurostat ci mostra un gender pay gap superiore alla media nazionale e che si attesterebbe

al 23,7 per cento. Con una segregazione orizzontale nelle mansioni e verticale nelle posizioni ricoperte. L'attenzione alle politiche di diversity non si è ancora tradotta in cambiamenti tangibili, ma qualcosa si muove. In quanto autorità di vigilanza del sistema, Banca d'Italia nel 2015, con un'iniziativa non formalmente prescrittiva, ha invitato tutte le banche (comprese le non quotate) a incrementare al 20 per cento la quota minima di presenza femminile nei board, incoraggiando le più grandi a rag-

Matilde Carla Panzeri, economista e membro del Collegio revisori dei conti della Consob



giungere il 33 per cento. Nel 2021 poi ha introdotto una quota minima di genere del 33 per cento negli organi di amministrazione e controllo di tutte le banche, da attuare con un approccio più graduale per quelle di minor dimensione».

Da qualche tempo Banca d'Italia ha lanciato un progetto di educazione finanziaria delle donne. Per cosa è pensato e come può favorire l'empowerment femminile in prospettiva?

«Il corso di finanza personale "Le donne contano", accessibile anche dal sito economyapertutti.bancaditalia.it, intende fornire alle donne nozioni di base per compiere scelte più consapevoli e adottare comportamenti prudenti rispetto a prodotti e servizi bancari. Ad esempio, non chiedere ad amici e parenti ma informarsi consultando fonti ufficiali o ricorrendo a esperti. Promuovere l'educazione finanziaria femminile - il cui divario rispetto alla cultura finanziaria maschile comincia già sui banchi di scuola e permane in età adulta di pari passo con quello occupazionale - significa spingere le donne a occuparsi di soldi e a evitare di delegare ad altri i temi economici. Questo si traduce anche nella prevenzione di truffe finanziarie e di episodi di vera e propria violenza economica». • Giacomo Govoni



Credit foto: Claudio Antonio De Angelis/ECB

È essenziale per le ragazze Guardare a modelli come la Lagarde per rendersi conto che nessun ambito o livello professionale saranno loro preclusi se crederanno nelle proprie potenzialità

Tra aule giudiziarie e palcoscenico

Giustizia e arte, successi e dolore, fragilità e bellezza. Sono gli ingredienti che hanno dato un sapore unico alla vita di Livia Pomodoro. Donna impegnata, libera e indipendente, come il teatro fondato dalla sorella che oggi dirige

Per sorte genealogica è cresciuta tra magistrati e artisti. Ripercorrendo le orme professionali degli uni, tanto da diventare una delle prime sette magistrato donna d'Italia. Abbracciando per una circostanza drammatica gli altri, quando nel 2008 ha assunto la conduzione dello Spazio Teatro No'hma fondato dalla gemella Teresa, scomparsa nell'agosto dello stesso anno. Tra questi due snodi principali scorre la vita ad alta intensità di Livia Pomodoro, che in 83 anni non si è mai voltata indietro. Andando incontro alle sfide con coraggio e rigore, e credendo nella bellezza come valore supremo di giustizia. «Avendo presieduto per moltissimi anni l'Accademia di Belle Arti di Brera e ora il Maapo ad Arena Po-sottolinea Pomodoro- ho maturato la convinzione che l'arte e l'esperienza teatrale siano una delle massime espressioni di promozione della cultura dell'inclusività».

Una cultura che nella sua mirabile carriera in toga ha messo alla prova in prima persona, posizionandosi ai massimi livelli in un campo storicamente dominato da uomini. Si è sentita più inclusa o più ostacolata?

«Non posso parlare di "ostacoli" ma posso dire che ho avvertito sicuramente curiosità e attenzione particolari. Per quanto riguarda i nuovi ruoli professionali svolti dalle donne si è assistito a un'accettazione iniziale di schemi che poi si sono sciolti in temi e occasioni di confronto rivelatisi assolutamente interessanti. Per quanto mi riguarda ho avuto molte occasioni di dialogo non solo con le realtà quotidiane, ma anche con le istituzioni».

Donne e giustizia, una partita che si disputa ogni giorno con diversi capovolgimenti di fronte. In cosa trova che l'Italia oggi sia diventata più giusta nei loro confronti e dove invece arranca?

«Un Paese non può essere valutato né più giusto né più indietro rispetto a questo tema. Può essere valutato però, per la sua capacità di comprensione rispetto alle tematiche femminili, anche e soprattutto alla luce della sempre maggiore violenza nei confronti delle donne a cui assistiamo quotidianamente. Per quanto riguarda l'umanità in generale, molte sono le cose che si possono fare; ben diverso è ragionare sul concetto di giustizia dal punto di vista etico, essendo quella che si esercita nei tribunali la ricerca della giustizia sui fatti e sulle singole vicende personali».

Nella sua vita professionale si è occupata molto di soggetti fragili, dai mino-



Lo Spazio Teatro No'hma

È l'incarnazione di un'utopia, un luogo libero e indipendente dove non si paga il biglietto per entrare e tutti possono essere fruitori di arte, bellezza e armonia senza differenze dovute alle difficoltà economiche o di ogni altro genere

renni ai detenuti. Come ha lavorato per la loro inclusione?

«Sia come presidente del Tribunale per i minorenni, sia come presidente del Tribu-

Livia Pomodoro, presidente dell'Accademia di Brera e dello Spazio No'hma, ex magistrata e già presidente del Tribunale di Milano



nale ordinario, ho incontrato in moltissime occasioni la fragilità degli uomini, piccoli e grandi. Devo dire che credo, e spero, di aver messo un impegno particolare nel ricordarmi sempre che di fronte a me c'erano persone, vittime o colpevoli che fossero. Benché fossi considerata un giudice molto severo- e forse lo sono realmente stata anche se mi è capitato spesso di venir ringraziata da persone da me condannate a pene severe- mi sono sempre sforzata di trovare soluzioni che andassero nelle direzioni di ritrovare l'identità umana in ognuno di questi individui, e di spingerli verso percorsi positivi».

Quanta sensibilità femminile è servita per farlo bene?

«Ho cercato sempre di non dimenticare che l'individuo sofferente, grande o piccolo, ha bisogno di conoscere e comprendere il significato negativo delle proprie azioni e delle difficoltà che ha incontrato nel suo percorso, ma soprattutto di consapevolizzarsi e quindi responsabilizzarsi, anche rispetto al proprio futuro».

Quali effetti sta producendo il sorpasso "storico" delle donne sugli uomini in toga, quali pregiudizi stanno

cadendo e quali invece resistono?

«È lo stesso fenomeno che si è verificato nella magistratura, dove ormai le donne sono più del 50 per cento del mondo giudiziario. È chiaro che le donne portano il loro contributo di sensibilità, attenzione, identità di genere, utile anche a cambiare in qualche modo regole a volte obsolete e non in linea con quanto accade intorno a noi. I momenti per altro sono talmente bui e pericolosi che non è facile immaginare cosa può essere modificabile in meglio. Ma quel che posso affermare è che si tratta di uno sforzo che le donne in genere fanno e che va a beneficio di tutti, sia nell'avvocatura sia nell'amministrazione della Giustizia».

La sua "seconda vita" da direttrice teatrale la assorbe quasi a tempo pieno. Cosa la appassiona di questa esperienza e in generale, quali messaggi può aiutare a trasmettere?

«Mia sorella credeva in un'utopia fondamentale: un mondo nel quale tutti potessero essere fruitori di arte, bellezza e armonia senza differenze dovute alle difficoltà economiche o di ogni altro genere. Lo Spazio Teatro No'hma è l'incarnazione di questa utopia, un luogo libero e indipendente dove non si paga il biglietto per entrare. In esso trovo la forza di continuare a occuparmi, come mi sono sempre occupata, dell'umanità in generale. Così come accade, tra l'altro, anche attraverso il mio ruolo di titolare della prima Cattedra Unesco per il diritto al cibo, la sostenibilità e l'inclusione sociale presso l'Università Statale di Milano (Food systems for sustainable development and social inclusion)». • Giacomo Govoni

Una firma e un volto da prima pagina

Quando faceva vita di redazione, cameratismo e maldicenze erano la normalità. Anche per quello, Maria Latella dieci anni fa ha optato per una "portfolio career" all'americana. E oggi è una delle giornaliste italiane più apprezzate

La spontanea solidarietà tra il maschio direttore e il maschio cronista o inviato, tipica degli appartenenti alla stessa specie. Quando ripensa ai suoi primi anni da giovane giornalista dipendente, Maria Latella si sente subito pungere da un'aria di "cameratismo". Quella che respirava nelle redazioni di testate importanti in cui «venivo pagata meno di colleghi uomini bravi quanto me» e dove si rendeva conto che giocarsela ad armi pari con loro era praticamente impossibile. «Non puoi farci niente - ricorda - perché appartieni a una specie diversa: così in prima pagina finivano firme di colleghi bravissimi, ma uomini». E visto che fuori c'era un mercato che l'aspettava e dentro una natura di giornalista curiosa e autonoma da sfamare, Maria Latella ha deciso di lanciarsi e oggi in prima pagina da editorialista e in prima serata con un dinner talk ci finisce lei.

Quanto è cambiato il panorama giornalistico italiano, nel frattempo, e quali altri ostacoli ha dovuto superare per accreditarsi come uno dei volti femminili più autorevoli?

«Oggi la firma in prima pagina non è più appannaggio di giornalisti uomini, ma mi domando invece quanto il pay gap resista nelle redazioni. E quanto poco si faccia per

Maria Latella, giornalista e conduttrice televisiva e radiofonica



ridurlo. Superare gli ostacoli non è facile se sei da sola, se non hai una rete che ti sostiene e promuove. Dieci anni fa ho deciso di seguire la strada già molto praticata negli Stati Uniti e di abbracciare una "portfolio career". Continuare con la carta stampata che all'inizio col Secolo XIX, poi col Corriere della Sera e infine con la direzione del settimanale "A" mi aveva dato - e mi dà - tanto. Oggi scrivo per Il Sole24ore dopo molti anni a Il Messaggero. Continuare con la Tv, nel 2024 festeggerò venti anni a Skytg24, ma ag-

giungere la radio, e i podcast. Tra poco parte per Il Sole24ore e radio24 il ciclo "Americane".

Che stile porta e quali nuovi equilibri produce una donna all'interno delle redazioni giornalistiche?

«Un'amica americana, grande giornalista politica a Washington, racconta spesso che quando arrivò nella redazione di una tv locale, in California, il linguaggio dei colleghi era dei più scurrili. Qualche anno dopo, con l'inserimento delle giornaliste e delle anchor women, il numero di parolacce era calato. Il linguaggio è importante, è un segnale di come in un ambiente di lavoro ci si rispetti o si tenda a prevaricare. Ovviamente la presenza delle giornaliste nella redazione è importante per molto altro. Intanto - e il Financial Times l'ha capito da più di dieci anni - rappresentiamo una fetta significativa della domanda d'informazione. Le donne leggono, guardano la tv, indirizzano i consumi domestici come negli anni 60 e hanno una capacità di spesa autonoma talvolta superiore a quella dei partner».

Significa che è giusto femminilizzare anche l'offerta?

«Per un quotidiano, per una rete tv, per una radio, per i nuovi media la presenza di molti punti di vista diversi è indispensabile per sopravvivere economicamente. Offrire una visione univoca, per lo più soltanto maschile, non funziona più da tempo. Così come non funziona, secondo me, una visione esclusivamente femminile. Nel 2006, arrivata alla direzione del settimanale "Anna", poi diventato "A", chiesi di poter assumere qualche collega maschio. La visione antica per cui un settimanale femminile doveva avere una redazione di sole donne non mi convinceva».

Tuttavia, nelle redazioni il virus sessista circola ancora e l'ex compagno della Premier ne sa qualcosa. Che idea si è fatta della vicenda e come avrebbe reagito al posto della collega in studio?

«In tutti i luoghi di lavoro il pettegolezzo è la benzina utilizzata da chi pensa di fare carriera parlando dei colleghi. Conosco quel genere di maldicenza, chissà perché proiettata più spesso sulle giovani giornaliste che non sui giovani giornalisti. Personalmente, quando facevo vita di redazione, mi sono sempre tenuta lontana dai corridoi: l'ho sempre considerata una perdita di tempo. Per fortuna oggi, di fronte all'atteggiamento poco rispettoso di un collega, si può contare su un sostegno allargato e sul sostegno dell'azienda. Come è stato nel caso in questione».

L'intervista frontale è probabilmente il



Rappresentiamo una fetta significativa della domanda d'informazione

Le donne leggono, guardano la tv, indirizzano i consumi domestici come negli anni 60 e hanno una capacità di spesa autonoma talvolta superiore a quella dei partner

suo marchio di fabbrica. Come cambia la postura dell'intervistato quando a rivolgergli le domande è una donna invece di un uomo?

«Non credo che per l'intervistato cambi avere di fronte una donna o un uomo. Credo che la differenza la faccia la tecnica dell'intervista. Il mio obiettivo non è mettere in luce il lato teatrale del giornalismo televisivo, trovo patetiche le scene in cui si riesce a far andar via l'intervistato. In radio, in tv o per un quotidiano, quando faccio un'intervista ho un obiettivo solo: cercare la notizia (soprattutto se è politica), far capire al lettore/ascoltatore di cosa stiamo parlando e chi abbiamo di fronte. Lo faccio nei faccia a faccia con ospiti internazionali come Hillary Clinton, e con quelli che vengono a cena da Maria Latella. La formula del dinner talk, con tre argomenti che accompagnano le tre portate della cena, aiuta a non perdersi troppo in chiacchiere. Anche se, essendo a cena, si ride anche».

Focus del programma radiofonico che conduce sono le donne che lavorano. Quali sono le storie più paradigmatiche che avete raccontato e i luoghi comuni che avete smontato?

«Non so se abbiamo sfatato luoghi comuni. Di sicuro in nove anni di "Nessuna è perfetta" abbiamo battuto e ribattuto sulla possibilità di cambiare vita. Spesso le donne restano invischiate in una condizione pro-

fessionale che le intristisce perché pensano che non saprebbero fare altro. Cerchiamo di dimostrare che non è così. Che il cammino non sempre è segnato. Quando intervisto una manager chiedo sempre che studi ha fatto. Perché non sempre è obbligatoria la laurea in economia. Sonia Malaspina di Danone, che ho intervistato di recente, ha fatto carriera con una laurea in materie umanistiche».

Le donne nei Cda sono in aumento, riferisce Consob. Perché invece nei media la managerialità femminile procede così a rilento?

«Perché gli editori nove volte su dieci sono uomini».

Da membro del Consiglio superiore della Pubblica Istruzione, come interverrebbe a livello didattico e formativo per educare alla parità di genere fin dai banchi di scuola?

«Ogni volta che una donna viene uccisa, e in Italia succede ogni settimana, si chiede alla scuola di educare al rispetto e all'affettività. Sono assolutamente d'accordo e il ministro dell'Istruzione ci sta lavorando. Ma serve anche un intervento sulle famiglie. Un ragazzo che ha in casa pessimi esempi oppure uno che cresce "da bravo ragazzo" senza che nessuno si accorga di quale vuoto ha dentro, cercherà di respingere quanto gli viene insegnato a scuola».

• Giacomo Govoni

Un messaggio per il futuro

Al via il riconoscimento voluto da Il Sole 24 Ore e Financial Times che valorizza le eccellenze femminili nel mondo del business, dell'innovazione e nel no profit. A Milano il 30 novembre una giornata di studi e l'assegnazione del premio. Con un obiettivo: ispirare le nuove generazioni

Celebrare le donne, i loro talenti e i loro successi. Si tiene per il primo anno il progetto internazionale Women at the Top, realizzato da Il Sole 24 Ore in collaborazione con il Financial Times (e con la media partnership di Sky Tg24). L'evento si articola su due giornate di lavori e una serata di gala conclusiva che vedrà l'assegnazione del premio We Award - Woman Eccellenze 2023.

MODELLI DI ISPIRAZIONE PER LE DONNE DI DOMANI

Il riconoscimento mira a individuare e premiare figure femminili di spicco che hanno saputo distinguersi nel proprio ambito professionale, anche attraverso la messa in campo di azioni mirate alla valorizzazione della donna e della figura femminile in generale. L'obiettivo è dare voce a donne che hanno contribuito in modo concreto al cambiamento, spesso in situazioni complesse, riuscendo a produrre un impatto positivo sulla società. Sono quattro le categorie considerate: Business, rivolta a imprenditrici, manager e C-level under 45, che abbiano attivamente lavorato allo sviluppo di un progetto di miglioramento, cambiamento e/o welfare aziendale, avendo prodotto impatti misurabili sull'azienda, come l'incremento del fatturato; l'aumento del numero dei dipendenti e del loro benessere attraverso progetti di welfare. La categoria International, invece, è dedicata alle donne imprenditrici, manager e C-level, senza limiti di età, impegnate attivamente su progetti di internazionalizzazione. Open Innovation premierà donne che lavorano



nel mondo delle start-up e hanno ideato e sviluppato progetti innovativi con risultati tangibili e dimostrabili. Infine, la categoria No Profit si indirizza a figure o associazioni italiane capaci di sviluppare attività e progetti del terzo settore mirati alla crescita del ruolo delle donne nella società. Tra le candidature inviate entro il 17 ottobre, una Commissione appositamente nominata selezionerà tre vincitrici per ciascuna categoria. I nomi verranno svelati il 30 Novembre 2023 al Teatro Lirico Giorgio Gaber di Milano, in occasione del Gala di Women at the Top.

LA GIURIA

A presiedere la Commissione è Claudia Par-

zani, presidente Borsa Italiana e partner di Linklater, da anni appassionata promotrice della parità di genere, dell'inclusione e dell'empowerment femminile nel mondo del lavoro. Past President di Valore D, Parzani - da aprile 2022 - è anche vice presidente de Il Sole 24 Ore. Tra i primi obiettivi c'è stato l'ottenimento della certificazione sulla parità di genere rilasciata da Bureau Veritas Italia, che il Gruppo ha conquistato a dicembre 2022, prima realtà del panorama editoriale italiano a raggiungere il traguardo. Al suo fianco, nella commissione giudicatrice, siede anche Mirja Cartia d'Asero, amministratrice delegata Gruppo 24 Ore. Ad affiancarle ci sono Giuseppe De Bellis, direttore Sky Tg24, e Silvia Sciorilli Borrelli, corrispondente del Financial Times. Con loro anche Orson Francescone, managing director FT Live, la divisione del Gruppo Financial Times che si occupa degli eventi organizzati dal giornale, tra cui convegni tematici e live streaming. Da segnalare, infine, la presenza di Donatella Sciuto, rettrice del Politecnico di Milano, e Laura Zanetti, presidente Italmobiliare Spa e associate

professor of Corporate Finance Bocconi.

SUMMIT 2023: INVESTIRE NELLE DONNE

Dopo l'evento digitale del 17 ottobre, il Summit di Women at the Top, dal titolo Lavoro, ricerca, innovazione: investire nel futuro, si terrà nella mattinata del 30 novembre sempre al Teatro Lirico Giorgio Gaber di Milano, anticipando il Gala e la premiazione We Award - Woman Eccellenze 2023 che si svolgeranno nel pomeriggio e in serata. Sportive, rappresentanti del mondo dell'associazionismo e del terzo settore, imprenditrici, giornaliste, scienziate e istituzioni racconteranno progetti, storie ed esperienze che possono rappresentare un modello per le future generazioni. L'apertura della giornata di lavoro sarà affidata alla ministra per la Famiglia, la natalità e le pari opportunità Eugenia Roccella. Seguiranno diversi panel, come Leadership e nuovi modelli: la responsabilità sociale delle imprese; Costruire una storia di successo: il business del futuro tra innovazione e trasformazione; La libertà della cultura e La formula del domani: il linguaggio universale delle scienze. Tra le relatrici ricordiamo Monica Possa, group chief hr & organization officer Generali; l'ex magistrato Livia Pomodoro; Amalia Ercoli Finzi, ingegnere aerospaziale e professoressa Onoraria Politecnico di Milano (vincitrice Ambrogino d'Oro 2023); Cristiana Scelza, presidente Valore D; Clio Zammatteo ed Elena Dominique Midolo, rispettivamente fondatrice e ceo di ClioMakeUp. Tra gli altri nomi, Claudia Segre, presidente e fondatrice Global Thinking Foundation; Suor Anna Monia Alfieri, legale rappresentante delle scuole Marcelline e Cavaliere della Repubblica; Ebla Ahmed, fondatrice e presidente onlus Senza Veli sulla Lingua. Menzione anche per il presidente del Coni Malagò e per due campionesse: Federica Cesarini, oro olimpico a Tokyo nel canottaggio, e Flavia Pennetta, ex tennista vincitrice dello Us Open nel 2015.

• **Francesca Druidi**



We Award-Woman Eccellenze 2023

Il riconoscimento mira a individuare e premiare figure femminili di spicco che hanno saputo distinguersi nel proprio ambito professionale, anche attraverso la messa in campo di azioni mirate alla valorizzazione della donna e della figura femminile in generale

Tessuti di alta moda, tra recupero e basso impatto ambientale

Savina Saporiti, ceo di Maeba International, racconta la storia dell'azienda di famiglia, partner di prestigiosi progetti internazionali, attiva da quasi un secolo nel campo dei tessuti e oggi all'avanguardia nel loro recupero

Maeba è un idioma dei mari del sud, che racchiude un saluto e un augurio, "ciao, che ti vada bene", e che bene ha portato alla famiglia Saporiti per molti anni. Oggi l'impresa è guidata da Savina, appartenente alla quarta generazione, ma la sua storia inizia nel 1928, con le prime vendite alla periferia di Varese del bisnonno Giuseppe, seguito dal nonno Rizieri, stimatissimo ambulante di tessuti di abbigliamento e arredamento. Poi, è arrivato papà Angelo, a disposizione dei più grandi confezionisti veneti come rappresentante tessile, che nel 1980 decise di fondare Maeba.

Parlando della vostra storia di famiglia, quanto è importante per voi nel vostro lavoro?

«La storia di Maeba International è il cuore del nostro impegno: tenacia, intuizione e la volontà di fare bene le cose. Sono particolarmente orgogliosa dell'attenzione e della fiducia che dedichiamo alle donne nel nostro team. Le donne, con la guida di mio padre Angelo, sono il cuore pulsante di un'azienda che vede nella diversità la sua



forza. Da madri a leader e professioniste, le donne portano prospettive uniche che arricchiscono il tessuto culturale e professionale di Maeba International. Personalmente, con tre figli, sono un esempio di come si possa conciliare la lea-



Circolarità
La nostra missione è valorizzare il pieno potenziale di ogni tessuto recuperato, offrendolo ai produttori di abbigliamento a prezzi competitivi

dership con la maternità. La presenza femminile, grazie anche alla volontà di mio padre, si traduce in un team forte e diversificato, pronto ad affrontare le sfide con determinazione. Nel cuore dell'azienda, mia madre Martine contribuisce non solo come proprietaria ma anche come figura

femminile che incarna tradizione e modernità. Oltre a gestire l'azienda, condivide competenze e maestranze, aggiungendo un tocco distintivo di autenticità ed eredità culturale».

Quali sono i vostri principali obiettivi come azienda?

«Siamo una famiglia di venditori con una lunga storia nei tessuti. La nostra missione è valorizzare il pieno potenziale di ogni tessuto recuperato, offrendoli ai produttori di abbigliamento a prezzi competitivi. Con una vasta gamma di tessuti e oltre quattro milioni di metri disponibili, cerchiamo di rendere accessibile questo patrimonio tessile dai confezionisti e brand fino alle piccole realtà emergenti, come designer, scuole e università della moda. Vogliamo aumentare la nostra presenza in fiere, stabilire partnership innovative e incoraggiare collaborazioni nazionali e internazionali per condividere la nostra professionalità e unicità».

Avete legami con il mondo della formazione?

«Sì, siamo sempre stati vicini alla formazione delle nuove generazioni. Collaboriamo con istituti come l'Istituto Europeo di Design a Firenze e l'Its Cosmo Fashion Academy di Padova, supportando progetti di tesi e corsi di Fashion e Design. Il nostro obiettivo principale è sensibilizzare all'utilizzo dell'economia circolare per la salvaguardia ambientale, incoraggiando il recupero del patrimonio tessile. Abbiamo visto grande creatività e consapevolezza ambientale nei progetti dei giovani, che abbracciano la tradizione del made in Italy mentre guardano al futuro».

• **Elena Bonaccorso**

Savina Saporiti, ceo di Maeba International con il suo team. Maeba International ha sede a Veduggio (Tv) - www.maebaint.it

ReLiveTex®, una vera rivoluzione

«È il nostro brand interamente dedicato alla moda sostenibile - aggiunge Saporiti - attraverso cui abbiamo voluto dare un forte messaggio al mondo della moda per il rispetto dell'ecologia e dell'ambiente. Posto su una selezionata gamma di tessuti, ReLiveTex® attesta che gli stessi sono stati sottratti a processi di svalorizzazione e promossi a nuovi utilizzi. Scegliere tessuti contrassegnati dal logo ReLiveTex® consente di caratterizzare in termini di sostenibilità ogni collezione, con una scelta molto ampia: lane e cashmere, sete, camiceria, cotone, broccati e jacquard, velluti, jersey e felpe, lino, pizzi, viscosa e cupro, tessuti tecnici, denim, poliestere, ecopellicce, pelle, paillettes, pronti per tinta. ReLiveTex® svolge il recupero materiale tessile in esubero dalla manifattura italiana tessile di grandi maison della moda e di rinomati produttori italiani, con approvvigionamento costante di prodotti di qualità e di ultima tendenza».



L'impronta "rosa" di una realtà green

Chiara Di Gennaro, vicepresidente della Di Gennaro, racconta la propria esperienza di imprenditrice in un settore prevalentemente maschile. Una passione, quella per «la magia della rigenerazione della materia» che ha radici lontane

L'Italia non è certo un Paese in cui le donne emergono con facilità e, neppure, in cui non vi siano ancora notevoli diseguaglianze legate al genere: il V report di Unioncamere sull'imprenditoria femminile, che risale non a vent'anni fa, ma al 2022, dice che in Italia solo il 22 per cento delle imprese è fondato e guidato da donne, mentre ancora più bassa è la percentuale delle donne che hanno comunque raggiunto livelli dirigenziali (20,5 per cento nel 2021).

Si tratta di dati medi generali, perché in alcuni settori la presenza femminile è sicuramente ancora inferiore.

Prendiamo ad esempio il comparto della gestione dei rifiuti e del loro recupero e riciclo: certo siamo nel cuore della "green economy" tanto enfatizzata e sicuramente centrale per uno sviluppo futuro incentrato sulla sostenibilità ambientale, ma qui di donne che occupino posizioni apicali se ne vedono ancora poche, anche nelle imprese familiari. Per questo abbiamo voluto incontrare Chiara Di Gennaro, vicepresidente della Di Gennaro Spa, un'impresa familiare campana che, unica nel settore, opera da più di cento anni nel recupero dei rifiuti, avendo quindi vissuto l'intero percorso da "rigattiere di quartiere" a industria moderna ad alto tenore tecnologico e con visione dei merca-



ti globale.

Come ci si sente ad essere donna in un ambiente a grande prevalenza maschile?

«Dopo la laurea in economia alla Bocconi di Milano, avrei potuto restare al Nord o comunque impegnarmi in qualsiasi settore considerato più consona a una donna, ma ho preferito tornare a Napoli e, insieme a mio fratello, affiancare mio padre nella gestione dell'impresa di famiglia, anche se opera in un settore considerato poco "glamour". In realtà sentivo che noi Di Genna-

ro il recupero della materia, la sua metamorfosi per riprendere vita in nuovi oggetti, l'abbiamo nel sangue: cominciai il mio business con un carretto nelle strade del centro storico di Napoli e oggi siamo una realtà industriale che lavora e valorizza 120 mila tonnellate di rifiuti all'anno, dà lavoro a più di cento persone e fattura 25 milioni di euro all'anno. È un settore duro, che si porta dietro (tanto più a Napoli) la nomea non certo accattivante della "monnezza", ma in realtà oggi noi siamo l'anello di congiunzione tra la raccolta differenziata fatta dai comuni e il sistema industriale del riciclo, per il quale prepariamo i materiali (plastica, carta, vetro, metalli, legno) grazie ai processi di selezione che effettuiamo nel nostro grande impianto di Caivano, un concentrato di tecnologia».

Quale ruolo svolge in azienda?

«Mi considero un'imprenditrice a tutti gli effetti e sono impegnata in prima persona nella gestione del personale e nell'organizzazione interna: un impegno quotidiano "orario ufficio" (per l'ingresso, mentre per l'uscita ovviamente spesso si va anche ben oltre) che cerco di conciliare con il mio essere moglie e madre. La mia famiglia ha poi voluto affidarmi anche la presenza nelle associazioni imprenditoriali, per cui sono fortemente impegnata nel Gruppo Giovani Imprenditori Napoli di Confindustria, di cui sono consigliere con delega alle politiche ambientali e in numerose associazioni d'interesse sociale: se proprio vogliamo trovare qualcosa di "glamour", forse qualche traccia potrebbe essere qui, ma sono solo fugaci "sortite", perché la routine verde per intero sul far funzionare e tenere ben salda e unita una comunità di più di cento persone».

Si considera quindi una "dura"?

«Non mi piace questo appellativo. Sono sicuramente efficiente ed esigente, in primo luogo con me stessa, ma credo molto nella nostra "cultura d'impresa": grande attenzione alle persone che lavorano con noi e orgoglio dell'identità e dell'appartenenza napoletana, che per noi non sono fatte di luoghi comuni o cianfrusaglie per turisti, ma che si incarnano in una tradizione e in uno spirito unico che è quello di una straordinaria città millenaria».

Come vede il suo futuro e quello della sua azienda?

«Ho la fortuna di avere un padre straordinario, che sicuramente potrà essere ancora per molto tempo guida e punto di riferimento per l'azienda, ma che ha accettato

Chiara Di Gennaro, vicepresidente dell'azienda di famiglia, la Di Gennaro di Napoli
www.digennarospa.it



Le prospettive del settore

Il futuro del riciclo passa attraverso il miglioramento continuo della qualità dei materiali, che solo la nostra adeguatezza tecnologica unita alla nostra esperienza del settore può garantire



con enorme entusiasmo la volontà mia e di mio fratello Giancarlo di affiancarlo e ci ha voluto affidare grandi responsabilità. Il nostro settore ha enormi potenzialità legate alla transizione verso l'"economia circolare", per la quale costituisce uno snodo indispensabile. L'asticella, per altro, si alza sempre di più: oggi ormai bisogna avere una fortissima capacità di restare ben connessi con l'innovazione e, quindi, la conseguente capacità finanziaria per investire. Il futuro del riciclo passa attraverso il miglioramento continuo della qualità dei materiali, che solo la nostra adeguatezza tecnologica unita alla nostra esperienza del settore può garantire. Quanto a me, sono fermamente intenzionata a dare a mio figlio la possibilità, se lo vorrà, di essere la quinta generazione di Di Gennaro ad occuparsi della magia della rigenerazione della materia». • **Lucrezia Gennari**

Per un'acqua pura, curativa e sostenibile

Con Isabella Barboni, alla guida di Feel Water Italia, scopriamo l'importanza della purificazione dell'acqua affidata a macchinari all'avanguardia che non trascurano l'aspetto estetico

Sempre più persone stanno associando l'acqua a uno stile di vita sano e curativo per la propria salute; riconoscendo che l'acqua ha un ruolo fondamentale per la salute del nostro organismo. Gli impianti a osmosi sono degli ottimi alleati che provvedono a soddisfare il nostro bisogno fisiologico di bere acqua pura. Studi importanti e accreditati hanno infatti riconosciuto che l'acqua debitamente trattata può essere utilizzata come strumento di cura per varie patologie.

«Depurare l'acqua, può essere una passione, ed è con la massima attenzione che noi ogni giorno affrontiamo le sfide del mercato portando innovazione, estetica, affidabilità, facendo del nostro lavoro un plus per le scelte che ognuno di noi può fare per la propria salute». Così afferma Isabella Barboni, ceo di Feel Water Italia, che grazie a un'esperienza ventennale nel settore del trattamento dell'acqua, spiega le peculiarità di questo settore.

Che caratteristiche hanno i vostri sistemi di depurazione?

«L'acqua che viene depurata con i nostri sistemi ha un valore aggiunto che la comune acqua di rubinetto non ha. Sono stati scritti libri sull'importanza dell'acqua, che invito a leggere per scoprire un mondo di informazioni utili anche per la vostra salute. Noi non ci limitiamo a depurare l'acqua, perché con nuove tecnologie possiamo renderla curativa e salutare per ogni tipo di esigenza. Nei nostri sistemi, nessun dettaglio è lasciato al caso: il design dalle linee essenziali e pulite è pensato appositamente per chi è attento all'estetica, alla praticità e all'affidabilità dei nostri prodotti. Il nostro principale obiettivo



Dalla parte della salute

L'obiettivo finale è senz'altro quello di migliorare la qualità della vita, la salute e il benessere di tutti coloro che utilizzano i prodotti Feel Water Italia

è la riduzione del consumo della plastica e l'educazione alla sostenibilità ambientale, ogni nostro prodotto è certificato nel rispetto delle normative vigenti. Abbiamo apportato innovazioni tecnologiche che fanno rientrare i nostri sistemi nell'ambito dell'Industria 4.0. Oggi ci troviamo nella quarta rivoluzione industriale, caratterizzata da una

crescente automazione e dall'impiego di macchine intelligenti, in grado di aiutarci nelle analisi dell'acqua che noi possiamo ottenere con l'utilizzo dei nostri sistemi di

Isabella Barboni, ceo della Feel Water Italia di Milano - www.feelwateritalia.com

Qualità made in Italy

La grande vocazione artigianale e "customer oriented", con un'attitudine "sartoriale" nella realizzazione dei prodotti "su misura" per i propri clienti, conferiscono oggi a Feel Water Italia un accreditato riconoscimento a livello nazionale e internazionale, rendendola interprete e portatrice della migliore tradizione del made in Italy. Le linee e i prodotti Feel Water Italia sono rivolti ai professionisti del settore domestico, Horeca, professionale e industriale: l'ampia gamma personalizzata dei prodotti di Feel Water Italia comprende sia impianti finiti che componenti di qualità per sistemi a osmosi inversa, a ultra-filtrazione, water vending machines, case dell'acqua, debatterizzatori Uv e Uv Led, ozonizzatori, addolcitori, potabilizzatori, filtri, rubinetteria e tutto ciò che riguarda il mondo del trattamento dell'acqua, sia a uso civile che a uso industriale.

depurazione».

Quali sono i punti di forza dell'azienda?

«Feel Water Italia è sempre all'avanguardia nello studio di nuovi prodotti e nel creare le migliori soluzioni per rispondere alle domande del mercato. I rigorosi criteri operativi e i qualificati test di collaudo sono da sempre i principali fattori che caratterizzano la nostra produzione. La grande capacità ed esperienza nel settore del trattamento dell'acqua, un team progettuale sempre attento alle nuove tecnologie, continui investimenti nello sviluppo e nella ricerca, ci permettono di offrire soluzioni adeguate ad ogni esigenza. Il nostro prodotto d'eccellenza è realizzato in acciaio inox con display o touch screen, dove l'eleganza e l'estetica unita alle alte prestazioni, fanno dei nostri sistemi un prodotto d'eccellenza».

Qual è la vostra mission?

«La grande capacità ed esperienza maturate negli anni, un team progettuale da sempre attento alle innovazioni tecnologiche, i continui investimenti nello sviluppo e nella ricerca, fanno di Feel Water Italia, oggi, una realtà produttiva leader di riferimento sul mercato, in grado di offrire ai professionisti del "mondo dell'acqua" soluzioni adeguate e personalizzate per ogni esigenza, sia di natura tecnica che commerciale. La missione di Feel Water Italia è quella di progettare e di realizzare soluzioni di alta qualità tecnica ed all'avanguardia, ponendo estrema attenzione alla scelta dei migliori materiali e del design più ricercato all'insegna del made in Italy. L'obiettivo finale è senz'altro quello di migliorare la qualità della vita, la salute e il benessere di tutti coloro che utilizzano i prodotti Feel Water Italia».

Quali sono le prospettive per il futuro?

«L'attenzione per i temi ambientali diventa un obiettivo che implica cambiamenti personali e aziendali, dobbiamo essere il motore per questi cambiamenti anche con le nostre scelte personali. Ritengo che sia importante scegliere consumi sostenibili, è per questo che i nostri prodotti vanno in questa direzione, in quanto si può avere un'acqua pura al punto d'uso evitando l'utilizzo delle bottiglie in plastica. I nostri prodotti danno la possibilità di avere un'acqua di qualità oligominerale idonea ad ogni utilizzo».

Cosa vuole dire alle giovani donne che si affacciano al mondo del lavoro?

«Essere donna in questo periodo storico è un'opportunità che va colta e veicolata per una crescita personale, che non deve seguire gli stereotipi maschili, ma che deve nascere dal nostro percepire il mondo a 360 gradi. Dobbiamo essere il motore della nostra vita e del nostro lavoro e dobbiamo sfruttare le nostre potenzialità perché la vittoria è come raggiungiamo l'obiettivo. Non dimentichiamo che ciò che siamo, e ciò che vogliamo diventare, è il frutto di un duro lavoro e questo lavoro deve essere di esempio alle nuove generazioni. Dobbiamo credere fortemente nelle nostre potenzialità per costruire realtà produttive al femminile». • **Beatrice Guarnieri**



La pasta, regina del made in Italy

Da piccolo laboratorio artigianale, negli anni è diventato un'impresa moderna ed efficiente. Il pastificio Cecchin, gestito da Andrea Cecchin, Carlo Cecchin e Laura Baldi, si avvale di moderni processi produttivi, non dimenticando la magia dell'artigianalità

La pasta è la regina della tavola italiana. Simbolo della dieta mediterranea, è anche una delle eccellenze della tradizione gastronomica del Belpaese: non c'è regione che non vanti specialità culinarie che la vedono protagonista. La tradizione culinaria veneta contribuisce ad esaltare il prodotto fino a giungere sulle nostre tavole per un saporito e assortito menù quotidiano, tradizione questa ben conosciuta e ripresa in modo eccellente dal Pastificio Cecchin. «L'attività ha inizio circa vent'anni fa - racconta Laura Baldi - quando i due fratelli Andrea e Carlo decisero di iniziare una nuova avventura in un settore che li aveva sempre affascinati e che conoscevano molto bene. Inizialmente gestivano tutto da soli, seguendo sia la parte della produzione che quella commerciale; in seguito sono entrata anch'io seguendo la sfera commerciale e amministrativa e, grazie al buon successo riscosso nel corso degli anni, la nostra famiglia si è sempre più allargata, avvalendosi di personale specializzato, oggi al 95 per cento formato da donne».

Come si è evoluto negli anni il vostro mercato?

«I prodotti inizialmente venivano commercializzati soprattutto in negozi, gastronomie e ristoranti della zona, successivamente, anche la grande distribuzione li ha apprezzati ed ecco che ora, si trovano presso le migliori catene di iper e supermercati del Centro-nord Italia. Da un po' di tempo è iniziata la conquista del mercato estero e anche qui il nostro prodotto si è riuscito a piazzare molto bene. Considerata la crescita raggiunta, la sede storica di Galliera Veneta, diventata insufficiente per dimensioni è stata sostituita da quattro stabilimenti adiacenti a Tezze sul Brenta».

Qual è il segreto dei vostri impasti?

«Il sapore è quello gustoso della pasta fresca. Il segreto è una passione e un amore che ha conservato tutte le caratteristiche di genuinità del prodotto fatto con ingredienti buoni, combinazioni semplici, assenza di conservanti. Facciamo a livello industriale quello che farebbe qualsiasi "azdora" in casa. Parte delle lavorazioni sono eseguite a mano allo scopo di mantenere il sapore e le qualità caratteristiche degli ingredienti utilizzati. Gli impasti sono frutto di esclusive ricette elaborate in azienda: semola di grano duro, verdure di stagione e la tradizione culinaria veneta contribuiscono ad esaltare il prodotto fino a giungere nelle nostre tavole per un saporito e assortito menù quotidiano».

Qual è la vostra filosofia?

«La capacità di mettere in tavola tutti i giorni, i prodotti che un tempo si facevano solo alla domenica, ad un prezzo che tutti possono spendere. Il giusto rapporto qualità prezzo sta nel valore che sappiamo offrire. Per noi di Pastificio Cecchin la pasta fresca è una cosa seria ed è per questo che curiamo con attenzione e amore tutti i passaggi della filiera produttiva, dalla scelta del chicco di grano in poi. La nostra filosofia è quella di creare prodotti genuini, per questo motivo abbiamo scelto di non utilizzare glutammati, conservanti e aromi; le verdure e le carni che utilizziamo sono preparate e cotte nelle nostre cucine secondo le nostre ricette. Scegliamo le migliori farine, che consentono alla pasta di mantenere compattezza e ruvidità, uova fresche e i più genuini ingredienti, tutto questo è simbolo di una produzione artigianale casereccia tutta veneta, eseguita con sapiente arte ai massimi livelli di qualità e servizio. Rispetto dei tempi di lavorazione, legame con il territorio, e garanzia di qualità sono la filosofia vincente per creare prodotti eccellenti alla portata di tutti. Il risultato è una pasta fresca di alta qualità, un'armonia di sapori unici».

Quali sono i vostri prodotti di punta?

«Un prodotto per noi molto importante sono le crespelle, sapientemente piegate a mano, da scaldare in forno o in microonde con una scelta di squisiti ripieni e subito pronte da

portare in tavola. I nostri tortelloni sono chiusi a mano uno ad uno: il ripieno ricco e cremoso è racchiuso in un velo di sfoglia all'uovo. La nostra proposta è molto varia ed esalta la stagionalità delle materie prime: dalla pasta fresca all'uovo, ai tortelloni e ravioli ripieni con le verdure e la carne, dai cappelletti e fagottini al prosciutto crudo, alle crespelle pronte da mettere in forno, con una selezione di deliziosi ripieni; fino agli gnocchi di patate e di zucca. Il tutto all'insegna della genuinità. L'offerta tiene conto della stagionalità delle materie prime, prediligendo laddove possibile, ingredienti a km 0, provenienti anche da realtà di grande importanza sociale, come i formaggi della comunità di San Patrignano. In tutti gli stabilimenti, sono presenti impianti e macchinari di ultima generazione, che permettono allo stesso tempo di mantenere una lavorazione artigianale, ma con i migliori standard lavorativi possibili nell'assoluto rispetto delle norme Haccp e igieniche. Da diversi anni siamo certificati IFS in tutti gli stabilimenti produttivi».

Laura Baldi, socia del Laboratorio Alimentare Cecchin di Tezze sul Brenta (Vi)
www.pastacecchin.it



La produzione

Curiamo con attenzione e amore tutti i passaggi della filiera, dalla scelta del chicco di grano in poi



La pasta proteica

Tutto il sapore della pasta fresca tradizionale ma con più proteine: la nostra nuova linea di pasta proteica regala un pieno di benessere ed energia per tutta la famiglia. Semplicità, gusto e proteine sono gli ingredienti.

Le proteine sono essenziali per la crescita e per i tessuti muscolari, aiutano a restare in forma e all'interno di una dieta bilanciata apportano grandi benefici all'organismo. La pasta proteica è perciò un alimento consigliato a tutti coloro che vogliono mantenere uno stile di vita sano e attivo.

Nessuna farina di legumi ma solo semola di grano ad alto contenuto proteico per una nuova linea di pasta salutare e nutriente pronta a soddisfare le esigenze di tutti. Tagliatelle senza uovo e ravioli ricotta e spinaci sono i primi nati di una nuova linea dedicata a chi cerca un pasto sano, nutriente e leggero.

Il valore delle etichette

La storia di FE Group, primo etichettificio completamente digitale in Italia, è una testimonianza di passione, qualità e impegno sociale costante attraverso due generazioni della famiglia Fedrizzi. Ne parliamo con la ceo Cristina Fedrizzi

Piccole ma fondamentali. Le etichette forniscono un servizio importante, dando informazioni circa la composizione, la qualità e la trasparenza di un prodotto. Sono anche il primo veicolo di contatto con i potenziali clienti, influenzandone spesso la successiva scelta. Leader nella stampa delle etichette, da oltre trent'anni, FE Group affonda le sue radici nel 1985, quando Fabio Fedrizzi e sua moglie Erna Hoerwarter fondarono l'azienda. Per loro, ogni stampa doveva essere un'opera d'arte, più che il risultato di un processo industriale. Nel corso degli anni, l'impegno e la dedizione della famiglia Fedrizzi si sono orientati sempre di più verso la stampa delle etichette, settore in cui l'azienda è diventata un punto di riferimento indiscusso. Oggi, la guida di FE Group è passata alle giovani generazioni, con Cristina e Luca Fedrizzi, che insieme ai loro rispettivi coniugi, Vittorio Bighetti ed Elisa Girardi, hanno acquisito l'azienda di famiglia dai loro genitori. Con la ceo Cristina Fedrizzi, approfondiamo i valori che da 38 anni guidano una realtà di successo.

Su quali valori si fonda l'azienda?

«FE Group rappresenta una risorsa preziosa per aziende in cerca di supporto per progetti di etichettatura, grafica, comunicazione aziendale e formazione manageriale. Negli anni si è specializzata nei differenti

Cristina Fedrizzi, ceo di FE Group che ha sede a Bolzano - www.fegroup.it



ambiti di business senza mai trascurare il Dna con cui nasce: le etichette. In FE Group siamo fermamente convinti che investire nel capitale umano sia fondamentale per il nostro successo e per il benessere della comunità in cui operiamo. Riconosciamo che le persone sono la vera risorsa di valore, sia all'interno del nostro team di collaboratori che tra i nostri clienti. In linea con la nostra missione di supportare le Pmi e il territorio,



Supportare le Pmi e il territorio

Ci impegniamo a fornire ai giovani gli strumenti necessari per affrontare le sfide di un mondo in continua evoluzione e di un mercato sempre più competitivo

ci impegniamo a fornire ai giovani gli strumenti necessari per affrontare le sfide di un mondo in continua evoluzione e di un mercato sempre più competitivo. Crediamo che aiutare gli studenti a comprendere la strada migliore per il loro futuro professionale sia un investimento vitale per la crescita delle Pmi e il rilancio dell'economia locale. Inoltre sto finendo di scrivere un libro di consigli per gli imprenditori che hanno come soci i propri fratelli».

Quali progetti avete realizzato a tal fine?

«Abbiamo abbracciato il progetto OSM Edu che è riuscito a sbarcare nelle scuole di Bolzano attraverso la nostra iniziativa. Questo progetto consente alle aziende di sostenere una classe di una scuola superiore, fornendo agli studenti gli strumenti innovativi necessari per delineare la loro strada professionale. Il progetto OSM Edu permette di facilitare e rendere più consapevole il percorso orientato alla propria carriera. Abbiamo coinvolto una classe del liceo Carducci di Bolzano per offrire questa opportunità ai ragazzi: la nostra iniziativa dimostra che siamo guidati non solo dalla ricerca dell'eccellenza e dall'innovazione, ma anche da un profondo senso di responsabilità verso la comunità. Inoltre, sono ambasciatrice dell'associazione "Imprenditore non sei solo" che nasce per evitare il suicidio dei capitani d'azienda».

Qual è il core business dell'azienda?

Quali sono le diverse divisioni specializzate di FE Group?

«Oltre a FE Label per le etichette, il gruppo comprende FE Creative per servizi di grafica, comunicazione e marketing, FE Shop per oggetti personalizzati e comunicazione visiva aziendale, FE Solution per soluzioni di packaging, OSM partner per formazione e consulenza manageriale. Offre servizi per lo sviluppo delle competenze dei manager e dei leader aziendali, aiutando le aziende a migliorare le proprie performance e ad affrontare sfide complesse».

Quali sono i vostri punti di forza?

«Siamo la prima azienda italiana ad essere 100 per cento digitale, dalla stampa alla fustellatura. FE Group ha sempre creduto nell'innovazione e ha adottato un approccio unico alla tecnologia, sempre all'avanguardia nello sviluppo e nell'appropriazione di nuove tecniche di stampa. Un esempio è rappresentato dalla stampa digitale, in cui il gruppo ha costruito una solida reputazione, diventando tra i pionieri dell'installazione di una macchina di stampa digitale per la produzione industriale già nel lontano 2004. L'azienda guarda costantemente al futuro, sostenendo il potere delle idee e continuando a essere l'unico produttore di etichette completamente digitale». • **Cristiana Golfarelli**



La svolta del 2019

L'etichettatura di alta qualità è sempre stata al centro delle attività di FE Group, una naturale estensione dell'orientamento all'eccellenza. In questo spirito, i tecnici più competenti del gruppo hanno intrapreso un cammino di sviluppo ingegneristico in collaborazione con Cartes nel 2019. Nel corso del primo semestre di quell'anno, l'azienda ha installato una macchina appositamente creata per la nobilitazione ibrida, caratterizzata da altissima precisione e definizione, rappresentando un traguardo senza precedenti nel settore. Si trattava di un passo importante, il primo nel mondo dell'ornamentazione digitale tramite serigrafia.

Come gestire gli impianti fotovoltaici complessi

Con una lunga esperienza nel campo della progettazione, Envolve ha sviluppato un sistema unico per il monitoraggio di impianti fotovoltaici anche complessi, all'insegna di un migliore efficientamento energetico: Solarnet®. Ne parliamo con Sara Missenti, amministratore unico dell'azienda

In direzione di un sempre migliore efficientamento energetico, presupposto essenziale per una crescita sostenibile e per un maggiore risparmio economico, l'azienda Envolve Srl ha realizzato un sistema on line per la gestione di impianti fotovoltaici che permette di avere un audit energetico in tempo reale e facilmente consultabile anche dal proprio smartphone: Solarnet®.

Con Solarnet®, infatti, la società mette a disposizione un'interfaccia web veloce e intuitiva che consente di visualizzare, in qualsiasi momento, i dati di produzione del proprio impianto, unificando tutte le informazioni provenienti da inverter anche differenti tra loro, per marca o data d'installazione.

«A differenza degli altri sistemi in circolazione – racconta Sara Missenti, amministratore unico di Envolve –, Solarnet® si contraddistingue come un unico dispositivo da cui è possibile monitorare più marchi di inverter e di conseguenza qualsiasi impianto fotovoltaico nella sua complessità. Ogni impianto fotovoltaico, infatti, è dotato di più inverter e ogni inverter nasce con un suo sistema di monitoraggio integrato. Prima di Solarnet® il pro-



prietario dell'impianto fotovoltaico o il tecnico preposto alla manutenzione, per avere un quadro preciso del rendimento energetico di un determinato impianto, era costretto ad andare su ogni singola app, di ogni diversa marca di inverter, in un metodo quindi macchinoso e poco intuitivo. Il nostro sistema, invece, legge i dati di tutti gli inverter e li confluisce in un unico ambiente cloud, semplificandone il controllo e la gestione».

Attualmente guidata da Sara Missenti, amministratore unico dell'azienda, Envolve Srl è una realtà giovane e dinamica, specializzata nella realizzazione di applicazioni e siti internet e nell'offerta di servizi di hosting e housing. Con Solarnet®, e grazie anche alle competenze di Mattia Gioetti

geopolitiche, il sistema Solarnet® si dimostra un valido supporto nella corsa all'abbattimento dei costi e all'ottimizzazione dell'energia.

«Attualmente siamo particolarmente presenti sia nelle Cer, sia nell'agrivoltaico – aggiunge Sara Missenti –, ma la nostra soluzione è applicabile anche a tutte le forme di green energy. Attraverso mail e notifica push sullo smartphone, infatti, il cliente può avere il quadro preciso e completo del proprio rendimento energetico, andando a leggere anche i consumi dell'abitazione o dell'azienda su cui è installato. In base a questi dati, quindi, è anche possibile fare studi specifici in direzione di un migliore efficientamento energetico».

Intuendo le necessità di un mercato in continua evoluzione, a 41 anni Sara Missenti è alla guida di un'azienda che ha saputo dimostrarsi un importante punto di riferimento per numerosi player del settore.

«Da qui in poi – conclude Sara Missenti –, avremo impianti fotovoltaici sempre più eterogenei, a causa del costante revamping. Essendo un settore particolarmente giovane e in evoluzione, infatti, potremmo avere un impianto costruito dieci anni fa con dieci inverter tutti della stessa marca, e adesso magari due di questi inverter devono essere sostituiti con inverter differenti, poiché quella marca non esiste più oppure ha cambiato tecnologia. Il nostro sistema si presta perfettamente a questi tipi d'installazione, distinguendosi come un sistema unico per impianti complessi, e supportando così i diversi professionisti del settore». • **Andrea Mazzoli**

Sara Missenti, amministratore unico della Envolve di Savigliano (Cn) www.monitoraggioimpianti.it

**Oltre 95 MW monitorati
Con Solarnet®, Envolve ha innalzato ulteriormente l'asticella dell'innovazione in un sistema di grande successo, che attualmente si occupa di monitorare circa 8500 impianti per un totale di circa 95 MW**



fondatore e ideatore di Solarnet® e Mattia Lingua responsabile tecnico del progetto, la società ha innalzato ulteriormente l'asticella dell'innovazione in un sistema di grande successo, che attualmente si occupa di monitorare circa 8500 impianti per un totale di circa 95 MW.

«A particolare supporto dei manutentori tecnici, installatori e progettisti – continua Sara Missenti –, il nostro sistema offre su un'unica piattaforma la situazione dell'impianto costantemente aggiornata, con una conseguente ottimizzazione del lavoro di tutti. Attualmente possiamo contare la gestione di numerosi impianti sul territorio nazionale e uno molto grande a Posadas, in Argentina. A seconda della grandezza, in caso di fermo impianto si può incorrere a una perdita economica anche di migliaia di euro al giorno. Solarnet® consente di tenere sotto controllo la situazione di un impianto fotovoltaico attraverso dati in tempo reale e consultabili comodamente da PC, tablet e smartphone, così da avere costantemente un'idea chiara della redditività e permettendo di poter intervenire in caso di necessità con tempestività, riducendo sprechi energetici ed economici».

Oggi che l'installazione di fotovoltaico ha preso la direzione di un autoconsumo per preservare, anche solo in parte, gli utenti dalle dinamiche di caro energetico dipendenti da macro situazioni



Un sistema innovativo

Fondata nel 2018 a Savigliano, in provincia di Cuneo, Envolve Srl si occupa di realizzare da zero applicazioni e siti internet, offrire servizi di hosting e housing, consulenze informatiche specialistiche a breve e a lungo termine. Dieci anni fa, dietro la guida di Sara Missenti, la società ha inaugurato un progetto innovativo per la gestione in cloud delle differenti tipologie di inverter di un impianto fotovoltaico: Solarnet®. Grazie a questo sistema è possibile monitorare la redditività di impianti anche eterogenei, permettendo di intervenire in maniera tempestiva in caso di necessità. Attraverso l'invio di notifiche push e mail in caso di malfunzionamento, Solarnet® garantisce la massima efficienza nel tempo, ed è un supporto prezioso per manutentori, progettisti, installatori e proprietari particolarmente attenti ai propri consumi.

Parola d'ordine, integrazione

Veronica Tonin ha deciso di affiancare il marito Andrea Preto mettendosi in gioco in un'attività imprenditoriale al servizio del sistema sanitario, che coniuga perfettamente le inclinazioni più prettamente femminili con le attitudini maschili

Un'azienda che ha saputo valorizzare, integrandole, le peculiari capacità e competenze di marito e moglie. È con questo spirito di comunione di intenti e di obiettivi che nasce a Verona nel 2011, in piena crisi economico-finanziaria, Giochemica, società specializzata nella produzione di disinfettanti e antisettici, destinati al settore socio-sanitario e, in particolare, al comparto ospedaliero, dentistico e assistenziale. In un clima di incertezza, Veronica Tonin ha deciso di lasciarsi coinvolgere dall'esperienza professionale del marito Andrea Preto, abbandonando il posto di lavoro sicuro e intraprendendo una sfida personale che si è oggi tradotta in una perfetta integrazione e un continuo dialogo tra donna e uomo. Una sinergia creativa che, attraverso la ricerca, lo sviluppo, la produzione, il controllo e la commercializzazione dei prodotti, si è oggi affermata come una realtà competitiva e innovativa in termini di nuovi prodotti, nuove tecnologie di fabbricazione e di organizzazione aziendale.

«Questa attività nasce dalla volontà di affiancare mio marito supportandolo nelle sue attitudini, una scelta che mi ha consentito di esprimere anche le mie capacità personali e professionali - commenta l'am-

Veronica Tonin, amministratore unico della Giochemica di Monteforte d'Alpone (Vr)
www.giochemica.com



Comunione d'intenti

Questa attività nasce dalla volontà di affiancare mio marito supportandolo nelle sue attitudini, una scelta che mi ha consentito di esprimere anche le mie capacità personali e professionali



ministratore unico, Veronica Tonin -. Ci siamo resi conto che proprio in questo risiede la nostra forza: intraprendere una strada insieme, decisione poi replicata anche nell'organizzazione aziendale attraverso l'assunzione di dipendenti per il 50 per cento donne. L'integrazione è il vero valore in cui crediamo» precisa ancora l'amministratore unico.

«Da solo non ce l'avrei sicuramente fatta - aggiunge Andrea Preto -. Il primo anno di insediamento delle attività produttive è stato particolarmente duro, quindi ho chiesto a mia moglie di partecipare in prima persona e lei si è fidata di me, abbracciando questa iniziativa a 360 gradi. Mi sono reso conto che l'ascolto e la partecipazione di mia moglie ci ha condotto ad assumere scelte molto azzeccate, ad esempio per quanto riguarda l'allestimento di alcuni spazi. Per molti aspetti, la visione di un uomo è assai limitata rispetto a quella di una donna, abituata a gestire contemporaneamente anche le attività domestiche».

«Oggi possiamo dire che le nostre capacità si sono integrate in maniera positiva» aggiunge ancora Veronica Tonin. Giochemica può, quindi, definirsi un'azienda giovane e fortemente convinta del ruolo cruciale svolto dalla figura femminile nell'ambiente lavorativo. «Uno degli obiettivi che ci siamo prefissati è quello di continuare a progettare e organizzare i diversi processi azien-

dali in maniera efficiente e tecnologicamente avanzata, al fine di poter far fronte alle nuove esigenze di competitività, pur garantendo la qualità del prodotto e del servizio fornito al cliente nel rispetto delle normative cogenti in materia» specifica l'amministratore delegato. Un'esigenza resa ancora più significativa dall'impatto che la pandemia ha avuto sul sistema sanitario nazionale: «Realizziamo prodotti di estrema importanza a livello sanitario per prevenire le infezioni, circostanza di cui ci siamo resi conto soprattutto nel periodo iniziale del Covid, quando non c'erano vaccini

e l'unica arma a disposizione era quella preventiva. Anche dopo la pandemia questo aspetto continua a rivestire una importanza strategica - spiega Andrea Preto - in quanto la tipologia di prodotti che noi realizziamo pur nella sua economicità rappresenta un importante baluardo contro la dilagante diffusione di infezioni da microrganismi antibiotico resistenti. Vi è poi da aggiungere che nel mercato italiano di settore è ormai scomparsa l'idea di piccola e media azienda familiare. Al contrario, per noi la famiglia è importante e anche la nostra dimensione ci consente di competere con le grandi multinazionali estere. Soprattutto durante il periodo pandemico, la nostra elasticità e la nostra velocità di risposta sono state molto apprezzate dal mercato sanitario e noi continuiamo ancora oggi a rispondere a tutte le esigenze particolari espresse da ogni singolo ospedale in maniera dinamica e tempestiva. La raccolta e l'analisi delle esigenze implicite ed esplicite del cliente rappresentano punti fondamentali per una risposta rapida ed efficace. L'affiancamento nel tempo di partner fidati consente di mettere a disposizione dei diversi nosocomi di tutta Italia gli ausili necessari per arginare situazioni di emergenza dovute alle infezioni correlate alle cure sanitarie». • Luana Costa



Il team di Giochemica

Tutti i membri del personale sono considerati collaboratori, che quotidianamente condividono osservazioni e suggerimenti di miglioramento e vengono costantemente aggiornati, formati e coinvolti nei vari processi produttivi e di settore, in modo da essere parte fondamentale della crescita aziendale. Per la direzione è importante dare attenzione e ascolto ai bisogni dei collaboratori, cercando di essere loro vicina sia nelle esigenze materiali che in quelle personali. La ricerca di un clima positivo attraverso momenti di condivisione e di spensieratezza nel tempo libero, sono un altro punto di forza di Giochemica.

Packaging sostenibile e circolare

Abbiamo incontrato Annachiara Rinaldi, della direzione generale di Riba Sud, azienda leader nel settore che progetta e realizza soluzioni innovative, sicure e intelligenti, tenendo conto dell'intero ciclo di vita dei materiali

Economia circolare e transizione ecologica, insieme alle risorse messe in campo dal Pnrr, sono alcuni dei temi su cui le aziende oggi si confrontano quotidianamente. Tra queste Riba Sud, fondata nel 1983 da Antonio Rinaldi, è oggi leader nel comparto degli imballaggi in polistirolo espanso sinterizzato (Eps) per i settori del caseario, ortoflorovivaismo, ittico, ristorazione e per il settore gelateria, segmento in cui si distingue come maggiore produttore di vaschette.

Dal 2009 l'azienda effettua anche la raccolta e il riciclo dell'Eps post consumo, in qualità di Piattaforma Nazionale Corepla (Peps), contribuendo alla re-immissione di materie prime seconde nei diversi cicli di produzione e ritornando al cliente come nuovo packaging sostenibile e circolare. «La grande expertise maturata unitamente alla forte tendenza all'innovazione tecnologica e al costante impegno per la sostenibilità rendono Riba Sud un player di assoluto riferimento nel settore di elezione, svolgendo un ruolo di rilievo anche nel network di imprese riconducibili alla famiglia Rinaldi, tutte specializzate nella produzione di prodotti in polistirolo espanso sinterizzato per diversi settori industriali» spiega Annachiara Rinaldi, direzione generale.

Può descrivere il suo percorso professionale all'interno dell'azienda?

«L'ingresso in azienda è avvenuto per mia naturale vocazione nell'ambito delle risorse umane, in un contesto industriale tradizionalmente maschile e solo vivendo ogni giorno le dinamiche aziendali e dando il mio contributo nell'affrontare le tante criticità sono riuscita a costruire competenze trasversali e a conquistare la fiducia di tutti. Anche il percorso di sostenibilità che ho voluto portare in azienda è stata una bella sfida; un progetto di crescita personale divenuto poi di tutta l'organizzazione, consentendoci di valorizzare impegni e risultati per migliorare i nostri impatti sull'am-



Una realtà evoluta

Oggi Riba Sud è una fabbrica intelligente, connessa e digitalizzata, più efficiente e sostenibile, pronta a soddisfare le esigenze dei nostri clienti in un mercato in profonda trasformazione

biente, le persone ed il nostro territorio, che ha fatto da apripista per tutte le aziende di famiglia e che ora ne seguiranno il passo».

Perché è stato così importante il percorso di sostenibilità in Riba Sud?

«Siamo sempre stati molto attenti agli aspetti economici e finanziari della gestione ma avevo chiara la necessità di rappresentare la nostra capacità di creare valore oltre i soli risultati di esercizio andando a misurare anche le performance ambientali e sociali secondo i più avanzati standard di riferimento. Con il secondo bilancio di sostenibilità abbiamo definito obiettivi e target specifici da raggiungere nel 2025 con una visione sistemica ed integrata del piano industriale, giocando di anticipo rispetto ai prossimi obblighi normativi previsti dalle nuove direttive».

Quali sono stati i principali risultati del 2022?

«Oltre ad un incremento dei ricavi di quasi il 28 per cento, abbiamo visto concretizzarsi molti dei progetti messi in campo dal 2019 con il completamento della smart factory per digitalizzare e automatizzare i processi produttivi e l'avvio del piano di efficientamento energetico per la riduzione dei consumi e delle emissioni, fino all'introduzione di nuove linee di prodotto e nuovi materiali per migliorare le nostre performance in ottica di economia circolare.

Annachiara Rinaldi, direzione generale della Riba Sud di Battipaglia (Sa) - www.ribasud.it



creazione di valore per tutti gli stakeholder. Oggi Riba Sud è una fabbrica intelligente, connessa e digitalizzata, più efficiente e sostenibile, pronta a soddisfare le esigenze dei nostri clienti in un mercato in profonda trasformazione».

Come dimostrate il vostro impegno per l'economia circolare?

«La tutela dell'ambiente fondata sui principi dell'economia circolare ha un doppio valore per Riba Sud: come impegno per ridurre consumi e sprechi, a salvaguardia del capitale naturale preso in prestito dalle future generazioni e come fattore qualificante dell'offerta di prodotti e servizi a vantaggio della competitività dei nostri clienti. Un sistema virtuoso, frutto di investimenti costanti e basato sul principio di massima efficienza nell'uso dei materiali, che sostituisce il concetto di rifiuto con quello di risorsa nel modo di concepire e realizzare le diverse linee, lungo tutto il ciclo produttivo».

• **Beatrice Guarnieri**

Riba Sud, non solo ambiente ma anche impegno sociale

Oltre alla salute e la sicurezza di dipendenti e collaboratori che rappresenta un impegno assolutamente prioritario per l'azienda, Riba Sud è costantemente impegnata nel conciliare crescita professionale, vita privata e cura della famiglia in ottica di genere, anche grazie all'adozione di un piano di welfare aziendale esteso anche al personale somministrato, fino alla sottoscrizione di accordi e programmi con scuole e università per favorire l'inserimento di giovani e donne nel mondo del lavoro.

«Riteniamo importante offrire opportunità alle giovani generazioni per restare sui nostri territori e contrastare la fuga dei talenti. Siamo tra i soci fondatori dell'Istituto Its Tela Academy, il primo Istituto Tecnico Superiore Alimentare in Campania, con sede a Salerno, tra i partner della Next Generation Summer School della Fondazione Sacconi e abbiamo sottoscritto una convenzione triennale con l'Università degli Studi di Salerno, indirizzo di Ingegneria Industriale per accogliere e formare i tirocinanti».



In equilibrio tra vita privata e lavoro

Abbiamo incontrato Stefania Brancaccio, donna, industriale e cavaliere del lavoro, presidente del Comitato imprenditoria femminile della Camera di Commercio di Napoli e del Movimento donne Ucid

Donne, lavoro o vita privata? La domanda più difficile di sempre che ancora oggi fatica a trovare una risposta. Bilanciare la carriera professionale, la famiglia e gli interessi personali sembra essere un'operazione delicatissima. Nota per il suo grande impegno nella lotta per le pari opportunità e valorizzazione delle differenze di genere nel mondo del lavoro, cavaliere del lavoro dal 2009 per aver favorito le pari opportunità per le donne in azienda, cattolica fervente illuminata dalla dottrina sociale della Chiesa, da sempre Stefania Brancaccio si batte per questi temi. La sua azienda, la Coelmo, che produce gruppi elettrogeni industriali e marini ad Acerra, in provincia di Napoli, e li esporta in tutto il mondo, è stata tra le prime imprese in Italia a contraddistinguersi per un codice di valori molto netto: equa retribuzione tra uomini e donne, conciliazione lavoro-famiglia, assenza di comportamenti violenti o coercitivi, pari diritto alla conoscenza e alla crescita professionale dei lavoratori e delle lavoratrici.

Come è iniziata la sua carriera professionale?

«Sono entrata alla Coelmo nel 1973 con una laurea in Filosofia, poi, conoscendo molto bene l'inglese, grazie a mia madre americana, ho cominciato a tradurre testi tecnici per il titolare dell'azienda, in seguito mio marito. Sono partita da una posizione privilegiata rispetto alle altre donne ma sono arrivata al comando perché ho studiato e lavorato con grandissimo impegno. Ero la prima ad arrivare e l'ultima ad uscire dall'azienda. Mi sono chiesta cosa potessi fare affinché le mie collaboratrici avessero i miei privilegi. Sicuramente nella mia posizione potevo con più serenità gestire il mio tempo. Ho iniziato ad affrontare il tema della conciliazione dei tempi di vita e di lavoro. Ho cercato di dare alle mie collaboratrici il respiro che avevo io, la possibilità di poter arrivare in azienda anche alle nove, senza che venisse loro decurtato lo stipendio, facendole mettere d'accordo con i colleghi, non con la direzione. Il vero nemico delle donne è il tempo che non ci permette serenamente di essere madri, mogli, donne e fare carriera».

Come si può avvantaggiare il lavoro femminile?

«Bisogna partire dall'educazione e dalla formazione anche dei colleghi uomini. L'occupazione femminile si favorisce con la cultura, facendo capire alle aziende il ruolo che le donne possono svolgere in ogni settore, valorizzando le componenti



maschile e femminile nelle rispettive peculiarità e garantendo le stesse condizioni di partenza a tutti i dipendenti, senza discriminazioni. Solo quando le donne saranno riconosciute nella loro diversità avremo la parità. Bisogna tutelare la donna nelle sue differenze. Per favorire l'empowerment femminile bisogna rispondere anche ai problemi concreti che vivono le donne, primo tra tutti la maternità. Occuparsi dei figli e realizzarsi sul lavoro non sono strade inconciliabili. Certo le realtà familiari e lavorative hanno logiche che sembrano opposte; dovremmo allora lavorare per riuscire a ottenere profonde tra-

sformazioni sociali in Italia. Per far capire che la maternità è un valore aggiunto, una palestra dove ci si allena per sviluppare competenze ed energie e non un peso. Dobbiamo investire di più in infrastrutture, welfare e modelli organizzativi che aiutino le donne a conciliare vita familiare e lavorativa».

Di che cosa ha bisogno la donna oggi? E che soluzioni adottate nella vostra azienda?

«Welfare, nidi gratuiti, assegni familiari, ma anche libertà di poter gestire gli impegni familiari insieme a quelli lavorativi e non in opposizione. La nostra azienda pubblica il

bilancio di sostenibilità da anni, abbiamo varie certificazioni, tra cui la Sa 800, ma al di là di questo diamo la possibilità di elasticità degli ingressi e di smart working e, se necessario, lasciamo uscire i dipendenti senza strisciare il cartellino, non facendo perdere loro ore di lavoro o stipendio. Nella nostra azienda questo atteggiamento di cura nei confronti del benessere delle persone lo abbiamo ribattezzato "We.care" ovvero WEelfare CAntiere da REalizzare per un'azienda amica delle persone che ci lavorano. È un progetto su misura, personalizzato sulle reali esigenze dei nostri lavoratori, per permettere loro di conciliare vita e lavoro, con un'attenzione al benessere totale delle persone. Oggi la Coelmo, in termini di valutazione del BEST Work Life, cioè i parametri che determinano se un'azienda fa del benessere dei lavoratori un punto di forza, ha ottenuto un punteggio di 7,1 su 10».

Nella sua azienda come applica questi principi?

«La Coelmo ha aderito ai principi ispiratori della Ucid, Unione cristiana imprenditori e dirigenti. Ha preso le distanze dall'obiettivo della massimizzazione del profitto e, più in generale da qualsiasi obiettivo che prediliga esclusivamente la creazione di valore azionario o la crescita e l'occupazione. Promuove invece un'economia di tipo circolare i cui obiettivi economico-finanziari, competitivi e sociali si uniscono per fare il bene dell'azienda, contribuiscono a uno sviluppo duraturo e sostenibile, alla ricerca del bene comune e dei saldi principi della solidarietà e della sussidiarietà». • **Cristiana Golfarelli**



**Per favorire l'empowerment femminile
Bisogna rispondere anche ai problemi
concreti che vivono le donne, primo tra tutti
la maternità**

Stefania Brancaccio, presidente del Comitato imprenditoria femminile della Camera di Commercio di Napoli e del Movimento donne Ucid



Donna al volante

Mariella Italo, amministratore delegato della Itai Trasporti e Logistica, è una delle poche donne alla guida di un'azienda di trasporti e logistica in Italia. Tra rinunce familiari, resistenze del settore e supporto dagli uomini di famiglia, la sua è una storia di successo

Tra i settori e le professioni caratterizzati da un elevato tasso di disparità uomo-donna, trasporti e logistica sono certamente tra i più problematici.

Secondo i dati dal rapporto 2022 dell'Istituto Nazionale di Statistica, la percentuale femminile nel settore dei trasporti è del 21 per cento, pari in termini assoluti a 214 mila donne. Se poi si restringe ulteriormente lo sguardo al segmento dei conducenti di veicoli, nonostante qualche timidissimo segnale di crescita rispetto al 2021 (mille unità di conducenti donne in più, pari al +0,1 per cento), la percentuale è ancora più schiacciante: secondo l'Istat, nel 2022 il tasso di disparità di genere tra i conduttori di veicoli è del 95,7 per cento, secondo solo al tasso di disparità uomo-donna tra ufficiali delle forze armate. In poche parole, le donne alla guida di veicoli professionali sono mosche bianche.

Eppure le storie di successo ci sono, sopra o accanto al camion, a reggere le sorti delle aziende. Tra figlie d'arte e pioniere nel settore, ci sono donne che sanno fare sentire la propria voce in un comparto a trazione prevalentemente maschile. Mariella Italo è una di queste.

Oggi socio di maggioranza e amministratore delegato dell'azienda di famiglia, la Itai Trasporti e Logistica Srl, specializzata nel trasporto di alimenti e refrigerati su territo-



rio nazionale e in Grecia, non ha scelto di fare questo mestiere ma ci è arrivata per retaggio familiare. «Fin dall'adolescenza aiutavo mio nonno a preparare le spedizioni di groupage verso il Nord Italia – racconta – seguendo una sorta di packing list di sua invenzione su un semplice notebook. Appena finite le scuole ho iniziato a lavorare con mio padre, che già iniziava ad acquistare dei tir e mi faceva spaziare dall'amministrazione alle relazioni con i clienti fino all'affido dei carichi agli autisti. È a lui che devo la mia preparazione nel mondo dell'autotrasporto, che oggi mi appassiona al punto tale da non riuscire a immaginarmi in un altro ambito».

Nel corso degli anni ci sono stati momenti difficili, per varie ragioni incluso l'essere donna in un mercato prettamente maschile. Tante prove rivelatesi una palestra per temprarsi e imparare la giusta direzione di marcia. «Noi donne – aggiunge Mariella Italo – dobbiamo sempre lottare per farci riconoscere delle cose che per gli uomini sono scontate. Una donna per dimostrare di valere deve fare tanto di più rispetto a un uomo, metterci più grinta, più volontà, più determinazione, ma l'unico modo per dimostrare valore è attraverso la compe-

tenza, perché quando si è preparate anche l'uomo più ostile non può che prenderne atto. Ancora oggi c'è qualcuno che nel mezzo di una discussione di lavoro mi chiede di parlare "con gli uomini" in azienda. Il retaggio culturale maschilista è duro a morire ma succede molto meno rispetto al passato. Il dato positivo è il grandissimo supporto che gli uomini che mi hanno passato il testimone, da mio nonno a mio padre, per finire con mio fratello che lavora in azienda insieme a me, mi hanno sempre dato. Oggi amo questo lavoro, non potrei essere altrove, nonostante mi abbia portato a fare diverse rinunce, come avere una famiglia numerosa e aver dovuto ridurre il tempo da dedicare a mia figlia Giada».

Proprio il tema delle difficoltà di conciliazione tra tempi di vita e di lavoro in questo più che in altri settori è quello contro cui si scontrano le richieste dei lavoratori, uomini e donne che siano. Perché anche per i lavoratori uomini, non solo per le rarissime donne (soltanto una alla Itai Trasporti e Logistica Srl, oltre l'amministratore delegato), c'è un tema di infrastrutture, spazi dedicati, tempi che va oltre le specificità di genere e limita, a lungo andare, le aspirazioni e le richieste personali e familiari.

«L'autotrasporto, rispetto ad esempio al settore del trasporto aereo – conclude Mariella Italo – deve affrontare costi molto elevati, a partire da quelli per il carburante, e non ha margini sufficienti quasi nemmeno per mantenere i costi di trasferta standard per gli autisti, figurarsi per supportare costi di gestione di alberghi o alloggi, soprattutto sulle lunghe tratte. Per le donne autiste non ci sono infrastrutture e spazi dedicati, per non parlare delle modalità di conciliazione con la vita personale e familiare. Per invertire la rotta occorre un intervento dall'alto, a livello governativo, altrimenti il settore dell'autotrasporto non potrà che restare a trazione maschile, dal management a, soprattutto, gli operatori alla guida». • **Alessia Cotroneo**

Mariella Italo, amministratore delegato della Itai Trasporti e Logistica di San Vito dei Normanni (Br) - www.itaitrasportisrl.it



Invertire la rotta

Per le donne nel settore dei trasporti non ci sono infrastrutture e spazi dedicati, per non parlare delle modalità di conciliazione vita-lavoro. Occorre un intervento governativo, altrimenti il settore non potrà che restare a trazione maschile

Il futuro (poco rosa) del trasporto tricolore

Velocità, costi ridotti, spedizioni più agili e niente deposito ma merci che passano dal camion al banco per rispondere all'imperativo del real time: il settore dell'autotrasporto ha cambiato pelle negli ultimi anni e queste trasformazioni rischiano di modificare completamente il panorama di piccole e medie imprese, spesso a conduzione familiare, che da generazioni regolano il passaggio di merci su ruote in Italia.

«Trasporto e logistica sono un comparto trainante per il sistema Paese – sottolinea Mariella Italo, amministratore delegato di Itai Trasporti, azienda specializzata nel trasporto di alimenti e refrigerati su territorio nazionale e in Grecia, partner di importanti aziende del comparto alimentare – ma stanno prendendo sempre più terreno le multinazionali e i grandi gruppi, le piccole realtà andranno quasi a sparire o a rimarranno solo nel corto raggio. Già oggi rispetto a dieci anni fa il cambiamento è lampante e non vedo segnali di inversione di rotta».

Al fianco degli imprenditori

Eccellenza della consulenza fiscale, lo studio Gullì mira ad aiutare i clienti in tutte le fasi del business e a raggiungere nuove vette attraverso le sue misure strategiche di contabilità e gestione del denaro, come per esempio la diversificazione del rischio. Ne parliamo con la titolare Tina Gullì

«**Q**uello del commercialista è un mestiere che nel tempo si è sviluppato, è cambiato e si è evoluto. Oggi riflette la complessità dei nostri tempi, che richiede diverse competenze, ma, come sottolinea Tina Gullì, titolare dell'omonimo studio, «nel mestiere del commercialista ci vuole anche una spiccata umanità, infatti siamo stati trasformati in meri esecutori, siamo diventati quelli che fanno pagare le tasse, ma dobbiamo tornare ad essere a fianco degli imprenditori».

Quello che distingue in modo forte lo Studio Gullì è l'aver creato un servizio contabile che ha dimostrato di avere a che fare con le finanze del suo cliente e l'utilizzo di una gamma di metodi altamente strategici ed efficaci per garantire loro stabilità e successo. Una di queste strategie è l'internazionalizzazione degli investimenti, che diluisce la dipendenza di un'impresa da un mercato unico, consentendole di rimanere stabile attraverso periodi di instabilità del mercato.

Cosa ama di più del suo lavoro?

«La bellezza del mio lavoro consiste nello

Tina Gullì. Lo Studio Gullì ha sede ad Orbassano (To) - www.studio-gulli.com



stare in mezzo alla gente, aiutandola a risolvere tanti problemi. Tanti hanno un'idea sbagliata della mia professione: la ritengono quella che fa evadere le tasse o qualcuno che vive solo di numeri. Invece il mio lavoro consiste nel consigliare per il meglio, far capire, per esempio, che esistono benefici e finanziamenti ai quali si può ricorrere se si ha una piccola impresa. Ho



studiato per avere il modo di aiutare i piccoli negozi, i ristoranti, le micro imprese, per aiutarle a risolvere tanti problemi concreti. Togliere per quanto possibile l'angoscia della burocrazia. Spiegarlo e farlo capire a chi da quelle cose è ancora mentalmente lontano. Spero che chi entri nel mio studio, qualunque sia il suo problema, possa uscirne sereno, contento e con la speranza di un domani migliore».

Cosa vi chiedono oggi le imprese?

«Le imprese ci chiedono soprattutto di aiutarle nella business continuity. Con la pandemia prima e la guerra poi, le società di tutto il mondo hanno dovuto gestire interruzioni, imprevisti e necessità di business continuity. A farcela è stato soprattutto chi ha (o aveva) già investito su innovazione e trasformazione dei processi. A questo scopo è importante permettere a persone e aziende di scoprire le modalità più funzionali per lavorare, soluzioni intelligenti che puntino all'ottimizzazione delle risorse e del lavoro per risultati migliori e accelerati. Bisogna sostenere le imprese nelle sfide che devono affrontare a partire dalla trasformazione digitale e green dei processi produttivi, agevolando l'attrazione di investimenti nazionali ed internazionali e la tutela dei lavoratori delle aziende in crisi».

Chi sono i clienti che si rivolgono al vostro studio?

«I nostri clienti sono grandi gruppi internazionali, Pmi e micro aziende che si affidano a noi da molti anni. Siamo diventati i loro facilitatori di ricerca di luoghi e di opportunità. Il nostro studio negli anni ha recepito tutte le richieste dei clienti e ha strutturato un servizio di consulenza che permette alle aziende di avere maggior tempo da dedicare al proprio lavoro, essendo supportate dal nostro personale sempre presente e di-

delle contabilità e dichiarazioni varie».

Quali obiettivi vi ponete?

«La nostra prospettiva è fornire una consulenza specializzata che riguardi la strategia e l'organizzazione dell'azienda, il cuore e il cervello della gestione aziendale. Inoltre, vista la concorrenza tra professionisti sul territorio nazionale che ha ridotto, di fatto, il numero di clienti pro-capite, ciò ha comportato una compressione dei fatturati e, dall'estensione delle aree di competenza, è derivato un aumento della domanda specialistica da parte della clientela. Questi fenomeni hanno determinato una significativa spinta per gli studi professionali ad organizzarsi secondo modelli più complessi, in grado di far fronte all'evolu-

Aiutare la business continuity

Bisogna sostenere le imprese nelle sfide che devono affrontare a partire dalla trasformazione digitale e green dei processi produttivi

sponibile attraverso tutti i canali di comunicazione odierni».

Come dovrebbe essere oggi la sua professione?

«Una professione che deve necessariamente ripensare se stessa, in una prospettiva orientata all'innovazione e alla ricerca di nuove opportunità di business; promuovendo e sostenendo le attività commerciali all'estero delle aziende italiane. Facilitare l'accesso, con tecnologie all'avanguardia, iniziative, collaborazione con Ice e assistenza nella penetrazione commerciale sui mercati esteri, delocalizzazione e internazionalizzazione oltre alla normale gestione

zione del mercato e di lavorare secondo criteri aziendali di autonomia organizzativa e massima redditività. Infatti, sino a pochi anni fa le operazioni M&A di studi professionali erano davvero straordinarie, in quanto si manifestavano mediante l'acquisizione di un singolo studio. Da qualche anno si stanno consolidando operazioni più strutturate con l'obiettivo di acquisizione su larga scala sull'intero territorio nazionale, ed è quello che intendiamo fare nel prossimo futuro. È proprio vero che puoi avere successo, meglio e più velocemente, aiutando gli altri ad avere successo».

• **Cristiana Golfarelli**

Un ampio spettro di attività

Lo studio guidato da Tina Gullì opera su più fronti, garantendo un servizio eccellente ai propri clienti. Assistenza contabile, assistenza fiscale, consulenza aziendale, delocalizzazione, per il supporto costante, l'aggiornamento per favorire la promozione delle imprese italiane ed estere e per aiutare i giovani imprenditori a realizzare i propri obiettivi e sogni: la consulenza è personalizzata, sia in sede che online, garantita da un team di professionisti specializzati in campo fiscale, amministrativo e tributario. Lo studio è specializzato nell'analisi del budget, nella redazione di bilanci, analisi dei costi finanziari, analisi degli investimenti e negli adempimenti civilistici fiscali e contabili delle varie poste a bilancio e nella determinazione del reddito d'impresa. Oltre alla contabilità e alla revisione contabile, lo studio può assistere nel trattamento dei dati, nella consulenza aziendale e nella gestione delle paghe e contributi.

Parata di stelle a Dubai

Nell'esclusiva cornice della capitale emiratina si chiuderà il 14 dicembre il calendario 2023 dei Le Fonti Awards, che premia brand e professionisti high class. Rinnovando il potere aggregante di un prize network altamente profilato

Più di sei trilioni di dollari, corrispondenti grosso modo al triplo del Pil italiano. È il gigantesco valore che si ottiene sommando i fatturati di tutte le aziende che lo scorso febbraio si sono presentate ai nastri di partenza dei Le Fonti Global Awards. Per un'apertura in grande stile della stagione 2023 celebrata a Dubai, la vibrante capitale economica degli Emirati Arabi Uniti e dell'intera regione del Golfo che ha accolto la prima edizione del main event targato Le Fonti. Un circuito esclusivo di prize event itineranti tra i più importanti centri finanziari e commerciali internazionali- da Milano a New York, da Londra a Singapore, a Hong Kong- che premia multinazionali, boutique imprenditoriali e i big dell'advisory in grado nell'ultimo anno di eccellere per spiccata dedizione al lavoro, alta qualità dei servizi resi, leadership e orientamento alla formazione e all'innovazione.

UN RICONOSCIMENTO ALLA CULTURA DELLE ALTE PRESTAZIONI

Per queste doti, abbinare a un carisma e a una capacità decisionale fuori dal comune, a imporsi nella splendida cornice di Palace Downtown sono state realtà altamente profilate quali Nahdi Medical Company, Axis Bank, Paoletti Law Group, Al Rowaad Advocates & Legal Consultancy, MultiBank Group, Aura Group e Spar. Le stelle più luminose di un firmamento top class che coralmemente hanno espresso onore e gratitudine per l'assegnazione di un riconoscimento che ne sancisce il ruolo di benchmark nei rispettivi ambiti. «Questo premio avvalorà la qualità della nostra strategia che, coltivando una cultura ad



Nella splendida cornice del Palace Downtown La scorsa edizione di Le Fonti Awards ha visto avvicinarsi sul palco decine di aziende di fascia premium. Grandi aspettative anche per l'edizione alle porte, in calendario il prossimo 14 dicembre

alte prestazioni incentrata sulle persone, genera un vantaggio competitivo unico per la nostra organizzazione», ha dichiarato ad esempio il portavoce della Nahdi Medical Company, a cui ha fatto eco il board di Axis Bank. «Siamo onorati di aver condiviso il palco con altri eminenti attori del settore ed estremamente lieti di aver vinto per "Eccellenza dell'anno-Innovazione&Banca". Ringraziamo gli organizzatori dei LeFonti Awards per l'opportunità e

il team che ha lavorato duramente per costruire questo formidabile franchise». Capacità di anticipare le esigenze dei clienti, pratiche sostenibili nella gestione aziendale e l'internazionalizzazione come contributo alla diffusione dell'eccellenza italiana nel mondo le ulteriori skill prese in esame durante la parata di gala di Dubai, che nella splendida cornice del Palace Downtown ha visto avvicinarsi sul palco decine di aziende di fascia premium. Fino

all'esclusivo ricevimento finale, orchestrato dalla presentatrice Rania Ali all'ultimo piano dell'iconico e futuristico grattacielo Burj Khalifa, che ha riscosso un grande apprezzamento tra i presenti innalzando l'asticella delle aspettative rispetto all'edizione alle porte, in calendario il prossimo 14 dicembre.

CERTIFICATO E FOCALIZZATO AL BUSINESS INTERNAZIONALE

Ma gli award sono solo una delle articolazioni del network Le Fonti Night, che da quasi vent'anni segue e racconta l'evoluzione dei mercati d'alto profilo anche attraverso Ceo Summit rivolto alle figure dirigenziali e altri eventi C-level. Un format caleidoscopico che racchiude nel suo paniere una pluralità di insegne tra cui Le Fonti Legal, Word Excellence, New Insurance, Trend Online, New Pharma, Le Fonti Business Channel e Le Fonti TV, più un palinsesto all news che trasmette in live streaming 24 ore su 24. Senza dimenticare naturalmente Le Fonti Awards® Italy, l'avamposto tricolore ospitato ormai da diversi anni nella splendida cornice di Pa-



lazzo Mezzanotte di Milano, sede della Borsa Italiana. Della visibilità istituzionale unica offerta da questa ribalta, insignita peraltro del supremo patrocinio della Commissione europea come tutti gli eventi Le Fonti, hanno goduto in passato colossi del calibro di Eni, Bmw, Vodafone, Banca Generali; grandi maison tra le quali Christian Dior, Brunello Cucinelli o l'imprenditore Segafredo Zanetti, oggi nell'albo d'oro e primi testimonial dell'evento; realtà affermate e innovative del presente come Mfb Partners e Giordano Merolle nel campo del diritto assicurativo e tributario, Global Biomedical Service nell'healthcare&pharma o Bnl Private Selection e Axa Italia per il mondo insurance. E continueranno a godere gli astri nascenti che si aggiudicheranno le onorificenze messe in palio anche il prossimo anno, assicurandosi peraltro la massima esposizione mediatica presso il circuito degli investitori internazionali. Garantita dagli oltre 10,5 milioni di utenti che orbitano attorno alla community Le Fonti, trendsetter anche nel campo dell'infotainment. • Giacomo Govoni



Da 70 anni il meglio della gomma italiana

Isopren, azienda leader nel settore, ha raggiunto un traguardo straordinario: 70 anni di attività lavorativa e di impegno dedicato alla produzione di articoli tecnici in gomma di alta qualità per il B2B. Ne parliamo con la presidente Marcella Bergamini

La scelta della mescola è un fattore determinante per la qualità e la durabilità degli articoli tecnici in gomma. «In funzione delle caratteristiche che un prodotto richiede e degli agenti atmosferici a cui sarà esposto viene selezionata la mescola che meglio si presta a quel determinato utilizzo» spiega Marcella Bergamini, cavaliere del lavoro, laureata in Economia e Management alla Bocconi, nonché presidente di Isopren, azienda storica italiana che dal 1953 produce articoli tecnici in gomma ad alto contenuto tecnologico per il B2B, potendo contare su ben 1182 mescole proprietarie in continua evoluzione.

L'azienda si distingue per l'unicità di una tradizione di tre generazioni di imprenditori a cui si sono affiancati negli ultimi anni giovani talenti e professionisti con esperienza per l'evolu-



Compensatori di dilatazione in gomma

Ricerca e sviluppo Negli ultimi anni abbiamo investito in nuove tecnologie per offrire prodotti sempre più efficienti e sostenibili, impegnandoci anche nella riduzione dell'impatto ambientale

zione nei processi e nella produzione. Grazie a queste diverse figure, Isopren si sta evolvendo da family a managerial family company con un Cda a tre membri – di cui un manager esterno e una presidente donna con una storia da manager in aziende multinazionali – che hanno ridisegnato la gestione di Isopren con una più alta spinta all'innovazione e al dialogo con i clienti e i partner per offrire ulteriori performance agli articoli prodotti e progetti ambiziosi e personalizzati.

L'eccellenza di Isopren è stata riconosciuta da diversi premi, in particolare è stata premiata dal quotidiano nazionale Milano Finanza tra le 21 Pmi eccellenti d'Italia e come "Eccellenza dell'anno Innovazione Rubber Solutions" durante Le Fonti Awards.

Cosa vi contraddistingue oggi?

«Dal piccolo capannone fondato nel 1953 da mio nonno Alberto con il suo socio Carlo Ros-

si e poi portato avanti da mio zio Giancarlo insieme a mio padre Pier Federico, di strada ne abbiamo percorsa: sfide, momenti difficili ma anche tanti successi e siamo orgogliosi di aver festeggiato 70 anni di attività, dando ai nostri clienti i migliori prodotti tecnici in gomma e soluzioni personalizzate, mantenendo una grande qualità grazie alla costante ricerca di innovazione. Infatti abbiamo investito, negli ultimi anni, nella ricerca e nello sviluppo di nuove tecnologie per offrire prodotti sempre più efficienti e sostenibili; impegnandoci anche nella riduzione dell'impatto ambientale. Guardando al futuro, Isopren continuerà a investire nella ricerca e sviluppo per confermarsi l'eccellenza nel suo settore, ad affrontare le prossime sfide e a costruire un futuro ancora più brillante».

Qual è stato il suo percorso all'interno dell'azienda?

«Dopo il liceo classico e l'Hec di Parigi mi sono laureata alla Bocconi, entrando subito nella divisione pubblicità del Corriere della Sera. Poi sono diventata responsabile marketing alla Rusconi e poi direttore media del gruppo Danone. Dopo tutte queste importanti esperienze professionali, nel 2014 ero finalmente pronta per entrare nell'azienda di famiglia, occupandomi del settore organizzativo e commerciale. Oggi insieme a mio cugino Mario guidiamo l'azienda, con la comune vision di unire l'esperienza e il solido know how con l'innovazione, utilizzando le nuove tecnologie e la digitalizzazione dei processi operativi senza però trascurare il rapporto umano. Amo stabilire un rapporto personale con i clienti, una relazione empatica e basata su stima e fiducia reciproca».

Che ruolo hanno le donne all'interno della vostra azienda?

«Un ruolo fondamentale nell'evoluzione di Isopren è stata la volontà di integrare nuove professionalità. In particolare, nell'area della comunicazione, del sales back office e dello sviluppo commerciale sono entrate figure femminili che hanno portato un approccio nuovo e costruttivo in Isopren, riuscendo a integrarsi in una logica di sinergia e di modernità. Anche nel reparto produttivo sono impiegate figure femminili, in particolare nell'area della preparazione e del finissaggio, donne che hanno mostrato negli anni capacità e ambizioni di crescita premiate dall'azienda: oggi, infatti, la responsabilità di alcuni reparti è affidata a donne che contribuiscono con la loro personalità a dare un'impronta distintiva a Isopren».

Che cosa vi differenzia dai vostri competitor?

«La nostra esperienza, la capacità progettuale e di produzione sia in serie che per piccoli lotti

ci hanno permesso di diventare il punto di riferimento dell'industria della gomma. Il processo produttivo interamente fatto da Isopren, comincia dallo studio della mescola fino al prodotto finito. Si realizzano al suo interno tutte le fasi tipiche per la creazione di prodotti sia a stampo sia con confezionamento manuale in determinate fasi della lavorazione. Isopren dispone di un laboratorio indipendente, che studia tutte le fasi di realizzazione delle mescole e del controllo della produzione e dall'ufficio tecnico, che progetta sia i disegni costruttivi dei pezzi sia quelli per la costruzione di stampi e attrezzature varie. La dedizione dei dipendenti, la fiducia dei clienti, il costante impegno e la capacità di fornire nuove soluzioni all'avanguardia sono i punti saldi del successo ottenuto, insieme a un team tecnico di ingegneri preparati e l'incessante rapporto con i clienti e con i partner commerciali». • **Bianca Raimondi**



Marcella Bergamini, presidente & chief growth officer di Isopren di Cusano Milanino (Mi)
www.isopren.it

I volumi di produzione

La produzione di Isopren si caratterizza per articoli tecnici con caratteristiche diverse che hanno tutti il comune denominatore della gomma e ricoprono nove settori merceologici: navale, montagna, mobilità urbana, alimentare, minerario, perforazione, tessile, impianti ed edile. Tra questi prodotti troviamo ad esempio i compensatori di dilatazione, gli anelli per gli impianti a fune, le ruote per i gatti delle nevi, gli statori per pompe monovite per il settore alimentare, gli articoli per la filtrazione dei fanghi, i rulli e i pistoni per il pompaggio del calcestruzzo. Isopren, associata a Federazione Gomma Plastica e ad Assogomma, produce oltre 70mila articoli ogni anno e nell'ultimo triennio è cresciuta in fatturato del 35 per cento; quest'anno arriverà a sfiorare i 7 milioni di euro impiegando 46 dipendenti di cui il 22 per cento è rappresentato da donne.

Fibre sintetiche, tra arte e innovazione

È una storia che affonda le sue radici negli anni Cinquanta quella della Tintoria e Stamperia di Lambrugo ma che ha saputo brillantemente attraversare i cambiamenti imposti dal trascorrere del tempo giungendo oggi ad affermarsi sul mercato come una tra le aziende più qualificate nel fornire lavorazioni di tessuti prevalentemente per conto terzi. L'azienda nasce nel 1945 come attività di torcitura della seta, oggi svolge lavorazioni di stampa, tintoria e finissaggio su tessuti a navetta e non (monobielastici) dove la fibra dominante è quella sintetica. «Proprio quest'ultima rappresenta l'oggetto principale delle nostre lavorazioni soprattutto per quanto riguarda l'attività di stampa digitale per la quale siamo strutturati in modo da fornire l'intero ciclo di lavorazione, dall'approvvigionamento del tessuto allo studio e sviluppo del disegno, fino al finissaggio finale - spiega immediatamente Shanti Rigamonti, amministratore delegato della società -. Recentemente è stata introdotta una nuova tecnologia di stampa ad Uv, che può stampare su film poliuretani, Pvc, supporti cartacei ecologici e ignifughi destinati anche all'home decoration».

Quali sono i punti di forza dell'azienda, ciò che vi contraddistingue sul mercato?

«Siamo un'azienda specializzata nel trattamento, prevalentemente per conto terzi, di fibre artificiali e sintetiche, questo rappresenta il nostro principale punto di forza. Oggi siamo considerati tra i più rilevanti player per le lavorazioni di tintoria, stamperia e finissaggio, quest'ultima complementare alle attività di tintoria e di stampa sulle fibre artificiali e sintetiche. In forza del know how maturato nel corso degli anni, forniamo un servizio accurato per i nostri clienti che operano nei settori della moda abbigliamento, moda accessorio, automotive e medicale. Siamo dotati di capacità tecniche, quasi customizzate. Lavoriamo i tessuti che ci vengono forniti dai nostri clienti con massima attenzione e competenze tecniche, fornendo un ampio know-how in termini di finissaggi relativi. Per far ciò siamo dotati di un laboratorio tecnico capace di offrire un supporto chimico all'avanguardia. Una volta eseguite, il nostro laboratorio a monte riesce a gestire la ricettatura dei colori e a valle tutto ciò che riguarda le schede tecniche delle lavo-

Tecnologia, know how, investimenti e una visione da donna attenta alle relazioni e alla valorizzazione di ogni componente aziendale. Shanti Rigamonti racconta la sua esperienza e la sfida delle aziende manifatturiere italiane



Shanti Rigamonti, amministratore delegato della Tintoria e Stamperia di Lambrugo (Co) www.tslambrugo.it

Il valore aggiunto

Credo che le donne mostrino una maggiore sensibilità verso le relazioni e tendano a mantenere un giusto equilibrio tra i propri stakeholder, oltre ovviamente alla valorizzazione delle diverse figure interne all'azienda

razioni. L'azienda, inoltre, ha avviato da anni un percorso di responsabilità industriale della propria filiera selezionando i propri fornitori sulla base dell'adesione alla nostra politica aziendale. È proprio questo che ci ha consentito nel corso degli anni di consolidare rapporti rilevanti del mondo dei brand del lusso».

Quali sono i valori che una donna può apportare quando si trova alla guida di una grande azienda?

«Credo che le donne mostrino una maggiore sensibilità verso le relazioni e tendano a mantenere un giusto equilibrio tra i propri stakehol-

der, oltre ovviamente alla valorizzazione delle diverse figure all'interno di tutti i settori aziendali, il che comporta effettivamente una differenza, un valore aggiunto».

L'innovazione è diventata ormai un fattore imprescindibile, quanto investe l'azienda?

«Il reparto di tintoria dispone di tutte le macchine di tintura per lavorazioni in largo e in corda di tessuti trama catena ed elastici, al fine di rivolgere la propria offerta a un ampio settore merceologico - articolo tecnico, accessorio moda, abbigliamento e arredamento. Un serio labora-

torio tecnico all'interno del reparto permette di effettuare in loco tutte le prove/ test tecnici necessari. Il reparto di finissaggio - complementare a tintoria e stampa - supporta in realtà tutte le loro fasi dall'inizio alla fine. La nostra strategia consiste nel proporre soluzioni innovative attraverso costanti investimenti in cespiti produttivi all'avanguardia e risorse umane in modo da assecondare tempestivamente le esigenze del mercato di riferimento».

Quali sono le prospettive? I suoi progetti per l'azienda?

«Io credo molto nell'aggregazione industriale e, di conseguenza, sono convinta che la prospettiva giusta debba essere necessariamente quella di procedere verso una verticalizzazione per dimostrarsi molto più competitivi sul mercato. Però il monito resta uno solo, i brand devono valorizzare la filiera e le istituzioni italiane ed europee devono iniziare a riconoscere veramente le imprese manifatturiere italiane, ponendo in essere costanti e rilevanti azioni di supporto».

• Luana Costa



Progetti recenti

Di recente, Tintoria e Stamperia di Lambrugo ha aperto una divisione interior creando un brand di carte da parati Wrap and Wall (www.wrapandwall.com IG @wrapandwall). È stata costituita una rete commerciale per la distribuzione. Inoltre l'azienda, grazie anche alla collaborazione con Confindustria di Como, ha implementato un progetto di welfare per i propri dipendenti, operativo da circa 1 anno.

La nostra realtà in numeri:

- 40/50 bagni di tintura al giorno
- 150 campioni di tintura al giorno dal laboratorio tecnico
- 8 milioni circa di metri lineari lavorati all'anno.

Intraprendenza femminile e crescita aziendale

«Sostenibilità e innovazione senza dimenticare l'etica». La vision di Monica Benedetto, nel percorso di crescita dell'azienda meccanica CAMS, punta sulla tecnologia avanzata ma non trascura mai la centralità delle persone

Creatività, idee, nuovi modi di pensare, approcci differenti sono importanti per approntare nuovi modelli di business, abbattere stereotipi, vedere il mondo con altri occhi e, procedendo per piccoli passi e facendo vedere le cose da prospettive diverse, contribuiscono al cambiamento.

Monica Benedetto ha un ruolo fondamentale nell'evoluzione aziendale di CAMS: con passione e determinazione lavora per mantenere l'organizzazione del lavoro intelligente, capace di coniugare trasformazione digitale e organizzazione del lavoro: due fattori competitivi determinanti per crescere. «La centralità dell'uomo, con le esperienze e le capacità individuali specifiche, va oltre l'impegno di risorse finanziarie per acquisire nuovi macchinari produttivi nonché un'adeguata infrastruttura hardware e software; richiama il principio dell'etica e determina il conseguimento di due esiti positivi: il primo è costituito dalla diminuzione dei costi di controllo sui rischi delle scelte manageriali, sulla fiducia, sull'avviamento, sulla reputazione, etc.; il secondo riflette l'incremento del patrimonio intangibile dell'impresa con riferimento al capitale organizzativo (più agevole trasferimento di conoscenze attraverso una adeguata documentalità), al capitale umano (migliore crescita delle competenze dei collaboratori) e al capitale relazionale (maggiore arricchimento dei rapporti impresa-collaboratori) – spiega l'imprenditrice -. L'insieme delle tre forme di "capitale" costituisce il "capitale intellettuale" dell'impresa».

PRODURRE VALORI ECONOMICI, AMBIENTALI E SOCIALI



Monica Benedetto, insieme con il fratello Andrea responsabile della CAMS di Monasterolo (To) www.cams-it.com

Il percorso di continuo miglioramento di CAMS ha il suo punto di forza nel modo di fare impresa di Monica e Andrea Benedetto che hanno avviato un'evoluzione dell'impresa per produrre non più valore ma valori: economici, ambientali e sociali. Il loro modello di business ha negli investimenti sul fronte tecnico e tecnologico con una particolare attenzione sul capitale umano e organizzativo, presupposti indispensabili per competere sui mercati con sempre un nuovo slancio.

«Il percorso di trasformazione digitale, che si basa su tre pilastri: l'automazione avanzata, la collaborazione uomo-macchina e la sostenibilità economica, ambientale e sociale, ha favorito l'individuazione di nuovi flussi di creazione di valore dando vita a esperienze più personalizzate e coinvolgenti per i clienti e garantisce un

modo di lavorare in cui le persone possano collaborare in armonia con la tecnologia, traendo vantaggio dalle opportunità offerte e allo stesso tempo preservando la centralità dell'uomo nella conduzione dei processi e delle attività aziendali».

STANDARD QUALITATIVI E CERTIFICAZIONI

Nel campo della meccanica di precisione CAMS è l'azienda in continuo sviluppo, forte di un'esperienza lunga sessant'anni, con standard qualitativi elevati, attenta alle innovazioni tecnologiche, pronta a recepire le nuove esigenze del mercato in vari settori: laser, misura, navale, automotive, tessile, legno, carta, vetro, alimentare, etc. Negli ultimi anni la documentalità di Corporate governance e di Management si è continua-

mente arricchita, sia per rispondere ai requisiti richiesti dalla conformità alle norme giuridiche e tecniche, sia per formalizzare la conoscenza della gestione d'impresa necessaria al coinvolgimento di tutti i collaboratori.

La via intrapresa da CAMS è quella di una responsabilità totale: codice etico aziendale, sustainable business model, enterprise risk management, modello di organizzazione e gestione ex d.lgs. 231/2001, rendicontazione non finanziaria volontaria conforme ex d.lgs. 254/2016 sono fattori cruciali per l'azione quotidiana dell'azienda.

L'eccellenza di CAMS è testimoniata dal sistema di gestione integrato e certificato relativamente a qualità (Iso 9001), ambiente (Iso 14001) e sicurezza (Iso 45001), dal documento di valutazione dei rischi ex d.lgs. 81/08, dalla mappatura delle competenze e da una serie di manuali (sistema di protezione dei dati personali, gestione della sicurezza informatica, conservazione digitale dei dati, gestione della trasformazione digitale, gestione delle segnalazioni interne).

Massimo Borghi



Un'impresa sostenibile, resiliente e incentrata sull'uomo
L'attenzione al capitale umano e organizzativo è presupposto indispensabile per competere sui mercati

Per far crescere la squadra

«Un fattore importante nella nostra filosofia aziendale – spiega Monica Benedetto, alla guida della torinese Cams – consiste nel farsi capire chiaramente ed essere coinvolgente in ogni azione che viene proposta e perseguita, perché questo attiva un più alto livello di soddisfazione e, di conseguenza, di entusiasmo per il proprio lavoro che porta a una sincera condivisione dei valori aziendali. La comunicazione verso i collaboratori è diventata un fattore fondamentale per creare in tutti la consapevolezza del proprio ruolo nonché per favorire una visione sistemica dell'impresa e del suo impegno non solo economico-finanziario ma anche sociale e ambientale. Scegliere, motivare, orchestrare con consapevolezza e capacità è l'obiettivo costante del nostro management per far crescere la squadra. Questa focalizzazione mette in condivisione i propri mezzi e le proprie competenze e crea valore per un bene comune: l'intera organizzazione».



BL

BLACK FREEDAY

-70%

**SULLA PREVENZIONE
DELLA VIOLENZA DI GENERE
RISPETTO AL 2022**

**PER LIBERARE LE DONNE DALLA VIOLENZA
PUNTARE AL RIBASSO NON CONVIENE.**



Scopri
di più.

act:onaid

— REALIZZA IL CAMBIAMENTO —

La passione per l'acciaio: arte dell'inossidabile

Steel Service non è semplicemente un'azienda del settore siderurgico, ma mira a diventare un punto di riferimento per un mercato stratificato. Ne parliamo con il ceo Francesca Pizzigati

A differenza di altri paesi, l'Italia si caratterizza per la nutrita presenza di artigiani, laboratori creativi, artisti, freelance, piccole e medie imprese. Tutte realtà che non riescono ad accedere a prodotti di alta gamma alle condizioni dei grandi produttori e per farlo incontrano notevoli difficoltà che ne limitano le potenzialità o ne compromettono la sopravvivenza. Aspetto di cui si è resa conto e che, con una certa lungimiranza, ha cercato di risolvere la dottoressa Francesca Pizzigati, ceo di Steel Service, azienda fondata nel 2008 a Codogno dal padre Edmondo Pizzigati per il trading di coils e lamiere in acciaio inossidabile e al carbonio.

Quali cambiamenti ha portato il suo ingresso in azienda?

«Sono entrata in azienda nel 2010 e ho lavorato con costanza per fare dei prodotti con alto valore aggiunto, per cui il mercato mostra ancora grandi margini di crescita, il nostro core business. Steel Service ha così iniziato a sviluppare la sua identità di "micro distributore" altamente specializzato, investendo sul magazzino e sulla fornitura senza quantitativi minimi. Puntando in un primo momento

Francesca Pizzigati, titolare della Steel Service di Codogno (Lo) - www.steelservicegroup.it



Prodotti su misura

Lamiere inox bugnate, decorate e colorate senza quantitativi minimi, ma anche pezzi di lamiera tagliati a misura, nonché particolari sagomati e piegati pronti per l'installazione



sull'acciaio inox e poi focalizzandoci sulle finiture speciali la nostra presenza sul mercato si è ampliata. Ci siamo specializzati nella distribuzione di acciai inossidabili di altissima qualità. Nel 2012 abbiamo stipulato il contratto di esclusivista per l'Italia nella distribuzione delle lamiere inox rigidizzate, decorate e colorate dell'inglese Rimex Metals UK.

Ho cercato inoltre di dare una grande rilevanza alla presenza femminile in azienda, tanto che ad oggi sembrerebbe che Steel Service sia una delle due aziende che nell'intera provincia di Lodi si è avviata ad ottenere la certificazione sulla parità di genere. La mia linea di gioielli in acciaio è poi la conferma del mio impegno a favore delle donne.

Quali sono state le scelte che hanno portato allo sviluppo di Steel Service?

«Ho cercato di anticipare e risolvere i problemi dei clienti: non solo qualità di prodotto, ma attenzione alle richieste reali del mercato. L'investimento sullo stock è stata una delle scelte vincenti che ha permesso a Steel Service di inserirsi come intermediario tra le grandi aziende produttrici e i trasformatori di acciaio inox. Abbiamo perfezionato la qualità della fornitura, sempre più flessibile e personalizzata per formati e quantitativi. Prendendoci carico anche del trasporto, sviluppando una rete di vettori sensibilizzata e preparata nella movimentazione della merce. Una scelta in

linea con le esigenze del particolarissimo mercato italiano dei consumatori di acciaio che ci ha consentito di entrare nelle filiere di aree economiche molto diverse: dalla produzione di macchinari per i settori alimentare, chimico e farmaceutico, al mondo dell'architettura e del design d'interni, passando per l'ascensoristica, l'automotive, il navale, per citarne alcuni».

Che cosa vi differenzia dai vostri competitor?

«Il nostro obiettivo finale è quello di fare delle lamiere speciali inox "degli abiti cuciti su misura". Da noi si possono acquistare ancora le lamiere inox bugnate, decorate e colorate senza quantitativi minimi, ma è possibile ottenere anche pezzi di lamiera tagliati a misura, nonché particolari sagomati e piegati pronti per l'installazione, o prodotti finiti pronti al-

l'uso. Offriamo consulenza e supporto in tutte le fasi di sviluppo e realizzazione del particolare: dall'individuazione e selezione del materiale più idoneo all'impiego finale, passando per progettazione, sviluppo e prototipazione, prima della produzione, possibile anche in serie.

È possibile rivolgersi a Steel Service con una semplice idea o con un bozzetto disegnato a matita con la tranquillità di poter contare su personale altamente qualificato per l'elaborazione e la realizzazione del progetto. L'idea del cliente è il punto di partenza per dare corpo a quella che mi piace chiamare 'arte dell'inossidabile'.

L'analisi di fattibilità, a cui spesso seguono simulazioni video, rendering e vere e proprie prototipazioni, serve a prevenire gli errori, perfezionare i dettagli e garantire al cliente che avrà esattamente ciò che voleva. Lasciando a chi si rivolge a Steel Service la libertà di decidere il livello di intervento, ci poniamo come un partner versatile, che non si sostituisce alle realtà già presenti sul territorio, ma offre qualcosa di completamente diverso. Vogliamo essere risolutori di problemi e dispensatori di valore aggiunto, inserendoci nelle fasi di produzione dei clienti secondo le richieste e le necessità dei clienti stessi».

• **Cristiana Golfarelli**



Wall hanging RADIA, progettato da David Dolcini per ARFLEX - Sevensalotti Spa

Gioielli per donne di acciaio

Steel Service è anche laboratorio creativo la cui espressione artistica nella lavorazione dell'acciaio si è concretizzata nel brand di gioielli SteelPassion®, realizzati a partire dalle lamiere inox rigidizzate, decorate e colorate e sono la prova della perizia tecnica e della precisione di trasformazione dell'acciaio di Steel Service. «Con i miei gioielli cerco di esprimere questo concetto: abbiamo una forza dentro che nessuno può toglierci» afferma Francesca Pizzigati.

Con questa linea l'imprenditrice vuole trasmettere messaggi di empowerment femminile, creando una correlazione tra le proprietà dell'acciaio inox, le caratteristiche che rendono unici gli acciai inox speciali rigidizzati, decorati e colorati e i tratti caratteriali e umani delle donne.

Le collezioni portano nomi significativi - Passione, Istinto, Ragione, Libertà - e promuovono il superamento di stereotipi e pregiudizi di genere.

Un impegno che si esplica anche in maniera attiva e concreta in quanto attraverso il brand SteelPassion® Francesca Pizzigati prende parte e organizza iniziative di sensibilizzazione e raccolta fondi a favore del Centro Antiviolenza di Lodi "La metà di niente".

Alta qualità nella lavorazione delle carni

Abbiamo incontrato Verena Veronesi, amministratore delegato della Velati, azienda che dal 1867 produce macchinari e linee di produzione per la lavorazione della carne e per il settore dei salumi. Ultimamente anche per verdure, sughi, dolciario e pet food

Nonostante il difficile momento socio-economico, i costruttori di macchine per la lavorazione delle carni e dei salumi stanno vivendo un trend in crescita, sia per quanto riguarda i mercati internazionali che quello nazionale. Il nostro paese rappresenta un player di rilievo nel comparto delle macchine alimentari e punta a confermarsi come terzo maggiore esportatore su scala mondiale.

Tra le imprese di questo settore spicca la Velati, azienda che nel corso degli anni ha intrapreso una grande ascesa.

«All'inizio i macchinari erano destinati ad artigiani e piccoli produttori ma, con il passare degli anni, Velati si è sempre più specializzata nella realizzazione di macchine industriali - spiega Verena Veronesi -. Poniamo estrema cura per il prodotto finale. La nostra filosofia è quella di creare e progettare macchine che mantengano integre la qualità della carne e allo stesso tempo soddisfino determinati livelli di produttività. I nostri macchinari sono stati studiati per evitare di danneggiare la carne durante il processo produttivo, i sistemi di macinatura così come quelli di miscelazione sono stati studiati attentamente e modificati nel corso degli anni per garantire sempre standard qualitativi particolarmente elevati».

Il nome Velati è sempre stato legato alla salumeria e in particolar modo al salame. La qualità di taglio e il sistema di impasto è conosciuto ormai in tutto il mondo e ha permesso a Velati di allargare il proprio portafoglio su prodotti non esclusivamente dedicati al salame.

Sono nate in questo modo macchine per la lavorazione della mortadella, della salsiccia, del wurstel e applicazione anche in altri



Alta customizzazione

Vendere linee significa cucire un vestito addosso al proprio cliente, secondo le sue esigenze e i suoi standard

settori, quali verdure, pet food, farmaceutica. Negli ultimi anni Velati ha penetrato il mercato delle verdure e dei sughi, fornendo linee di macinazione per preparati congelati come passati di verdure miste. Anche nei sughi e nei ripieni di pasta si sono guadagnate quote di mercato soprattutto grazie all'applicazione di nuove tecnologie.

Nel 1994 l'azienda è stata acquisita da Valerio Veronesi che, particolarmente attento alle evoluzioni del mercato, si è concentrato nei sistemi di automazione e gestione del-

le linee di produzione. Ha sviluppato software in grado di controllare in modo preciso e dettagliato i vari componenti, per garantire uniformità e standardizzazione. «Vendere linee significa cucire un vestito addosso al proprio cliente, secondo le sue esigenze e i suoi standard, per questo abbiamo realizzato un livello di customizzazione molto elevato. Il nostro team analizza le esigenze dei clienti e sviluppa dei sistemi personalizzati che permettono una gestione semplice e controllata».

Nel 2005 a Valerio è subentrata la figlia Verena Veronesi che, insieme al marito Alessandro Sartori, sta portando avanti il progetto del padre, diffondendo e sviluppando sempre più questo concetto di linee automatizzate. Le linee Velati sono tutte diverse l'una dall'altra e cercano di soddisfare le più svariate esigenze dei clienti. Il motto dell'azienda è "sempre avanti" perché nel futuro, nella ricerca e nello sviluppo di nuovi prodotti e tecnologie si nasconde il successo di ogni azienda.

«Qualità, professionalità e tempestività sono le caratteristiche che ci permettono di offrire ai nostri clienti un servizio di assistenza rapido, anche sviluppato online in modo tale

Velati ha sede a Tribiano (Mi)

www.velati.com

che molte linee di produzione vengano direttamente controllate dai nostri uffici che sono in grado di diagnosticare anomalie del sistema, malfunzionamenti o errato utilizzo della macchina contestualmente al cliente - spiega la titolare -. Questo permette una risoluzione rapida al problema che nell'80 per cento dei casi non necessita di assistenza sul posto».

Ogni anno l'azienda investe parte dei suoi guadagni per migliorare i propri prodotti seguendo le richieste del mercato e rispondendo alle esigenze dei clienti.

«Siamo presenti in molti paesi e l'export fa la parte del leone. Negli ultimi anni ci siamo concentrati negli Stati Uniti, Canada, Sud America e sull'Europa in generale. Una solida rete commerciale di agenti e rappresentanti permette di mantenere rapporti diretti con i clienti nella maggior parte dei paesi del mondo. Attraverso collaborazioni strette con aziende del settore, cerchiamo di ampliare la nostra presenza in paesi che non abbiamo mai penetrato prima, portando la nostra tecnologia il più lontano possibile. La nostra presenza su tutto il mercato mondiale ci ha permesso di conoscere a fondo le varie tipologie e caratteristiche di prodotti finiti studiando soluzioni ad hoc che hanno sempre risposto a canoni precisi come qualità e professionalità». • **Beatrice Guarnieri**

Il tritacarne TMV

Il tritacarne TMV, presentato anche a Cibus Tec 2023, è interamente realizzato in acciaio inox e progettato secondo lo standard Moca e le linee guida dell'Hygienic Design. Viene utilizzato per la lavorazione di carni fresche, refrigerate e congelate. È dotato di due motori controllati da inverter dedicati, uno all'alimentazione a mezzo di una coclea e l'altro al taglio a mezzo di coltelli; i motori sono collegati al riduttore principale tramite trasmissione a cinghia dentata. La caratteristica principale è data dalla possibilità di variare entrambe le velocità in modo da consentire specifici rapporti di taglio per ciascuna ricetta. In questo modo i nostri clienti hanno la possibilità di ottenere un prodotto finale secondo lo standard qualitativo desiderato.

La tecnologia al servizio dei farmaci

Con Claudia Marchi, company owner di Air Sea Italia, un'analisi su come l'innovazione oggi consenta di monitorare il corretto trasporto dei farmaci e geolocalizzarli. La digitalizzazione aumenta la sicurezza e migliora i servizi

La diffusione sulla conoscenza della catena del freddo farmaceutico è diventata una vera e propria cultura aziendale per Air Sea Italia, società presente sul mercato italiano da oltre 35 anni, specializzata in questo specifico settore ma anche in grado di offrire soluzioni di imballaggio dedicate al trasporto di merci pericolose e materie infettanti, in quanto distributore esclusivo per l'Italia e il Canton Ticino di Sensitech e Air Sea Containers. Sensitech, grazie alla sua presenza globale con undici stabilimenti produttivi sparsi su tre continenti è in grado di monitorare 16 milioni di spedizioni ogni anno. Proprio in ragione di ciò Air Sea Italia fornisce il 95 per cento delle aziende farmaceutiche italiane e il 97 per cento degli spedizionieri specializzati nel pharma. Con oltre 700 prodotti a catalogo, Air Sea Containers è in grado di soddisfare ogni tipo di esigenza nel settore del dangerous goods offrendo anche soluzioni customizzate in base alle necessità del cliente. «Da anni operiamo in settori altamente normati e per questa ragione il 100 per cento dei nostri prodotti ha un protocollo di validazione alle spalle che aiuta i nostri clienti a mantenere inalterata la qualità dei prodotti spediti assicurando al consumatore sicurezza, conformità a normative rigorose, tutela della brand equity e incremento della redditività, facendo risparmiare tempo e denaro» precisa Claudia Marchi, company owner. Air Sea Italia, grazie alla partnership con Sensitech, negli ultimi anni ha posto sempre maggiore enfasi sulla visibilità in tempo reale delle informazioni tempo-temperatura. Il TempTale® GEO Ultra infatti è un dispositivo IoT globale che offre una lo-



La nostra missione

Gli altri dicono merci pericolose, materie infettanti, farmaci termosensibili. Noi diciamo sicuri e visibili

calizzazione delle spedizioni end-to-end in tempo reale, con monitoraggio della temperatura validato, chiave per i reparti logistici e di qualità. Questo dispositivo è progettato per il trasporto aereo e le spedizioni multimodali alimentate da una batteria alcalina. «In tal senso, Sensitech sta aiutando i propri clienti del Life Science a digitalizzare la loro catena di approvvigionamento, a prevenire la perdita di spedizioni con visibilità e allarmi in transito, ad automatizzare e aumentare la conformità e accelerare il rilascio del prodotto - spiega la responsabile aziendale -. La nostra missione è aiutare a consegnare medicinali e vaccini in sicurezza e rendere le catene di fornitura farmaceutiche più connesse, resilienti e sostenibili. Attraverso la nostra vasta gamma di prodotti e servizi, i clienti ricevono visibilità in tempo reale su tutta la catena di fornitura, compresi il trasporto, la conservazione e l'ultimo miglio. Inoltre, l'accesso in tempo reale ai dati e alle informazioni aiuta i clienti a trasformare le loro catene di forniture farmaceutiche: affidandosi a noi vengono aiutati nel fornire efficienza, conformità alla catena del freddo e risultati sostenibili. Con TempTale Ultra BLE, altro nuovo pro-

dotto lanciato sul mercato da Sensitech si assicura che ogni prodotto sensibile sia stato mantenuto alla giusta temperatura nell'intervallo ideale e controlla l'eventuale superamento dei limiti con il trasferimento dati touchless, che può essere letto senza aprire la scatola, grazie a uno schermo Lcd che segnala immediatamente uno status di allarme e tramite una app mobile facile da gestire per velocizzare la consegna del

prodotto. Con le sue dimensioni più sottili, adatte agli imballaggi più piccoli, il TempTale Ultra BLE è ideale per i kit clinici e le spedizioni dell'ultimo miglio direttamente al paziente, alle farmacie e agli studi clinici. L'intuitiva app mobile di Sensitech fornisce agli autisti che si occupano delle spedizioni la possibilità di verificare le condizioni con cui il prodotto giunge a destinazione senza aprire il pacco. I dati sulla temperatura possono essere visualizzati nell'app. Chi riceve il prodotto alla fine del trasporto può controllare facilmente se la spedizione è stata mantenuta nell'intervallo ideale di temperatura e può salvare i dati della spedizione nel sistema di registrazione 21 CFR Parte 11, oppure condividerli con un pdf protetto. ratta di un dispositivo IoT globale che in tempo reale offre una localizzazione delle spedizioni end-to-end in tempo reale, con monitoraggio della temperatura validato, chiave per i reparti logistici e di qualità. Questo dispositivo è progettato per il trasporto aereo e le spedizioni multimodali alimentate da una batteria alcalina. «In tal senso, Sensitech sta aiutando i propri clienti del Life Science a digitalizzare la loro catena di approvvigionamento, a prevenire la perdita di spedizioni con visibilità e allarmi in transito, ad automatizzare e aumentare la conformità e accelerare il rilascio del prodotto - spiega la responsabile aziendale -. La nostra missione è aiutare a consegnare medicinali e vaccini in sicurezza e rendere le catene di fornitura farmaceutiche più connesse, resilienti e sostenibili. Attraverso la nostra vasta gamma di prodotti e servizi, i clienti ricevono visibilità in tempo reale su tutta la catena di fornitura, compresi il trasporto, la conservazione e l'ultimo miglio. Inoltre, l'accesso in tempo reale ai dati e alle informazioni aiuta i clienti a trasformare le loro catene di forniture farmaceutiche: affidandosi a noi vengono aiutati nel fornire efficienza, conformità alla catena del freddo e risultati sostenibili. Ciò che ci contraddistingue sul mercato è senza dubbio la grande presenza sul territorio. I nostri commerciali effettuano all'incirca 600 visite all'anno presso i nostri clienti. Per noi è infatti fondamentale trasmettere conoscenza e cultura nelle aziende farmaceutiche in merito alla catena del freddo farmaceutico. Forniamo loro informazioni sulle innovazioni e sulle regolamentazioni introdotte nel settore ed è questo un aspetto su cui insistiamo particolarmente anche come cultura aziendale, perché utilizzare i nostri prodotti e i nostri servizi significa essere in grado di risolvere eventuali criticità nella gestione del farmaco». • Luana Costa



Claudia Marchi. Air Sea Italia ha sede a Fidenza (Pr) - www.airsea.it

L'attenzione ai dipendenti

Una cultura d'impresa improntata alla tutela e al rispetto dei dipendenti. È così che Claudia Marchi descrive la sua impronta manageriale. «Non so se sia un valore ascrivibile esclusivamente alla donna ma come persona riservo la massima attenzione al benessere aziendale - sottolinea -. Ad esempio, tra gli obiettivi che ci siamo prefissati negli ultimi due anni, c'è anche la riduzione della settimana lavorativa da 40 a 36 ore, senza intaccare lo stipendio dei nostri dipendenti. Entro la fine del 2024, poi, porteremo la settimana lavorativa da cinque a quattro giorni. Attualmente sono molti a lavorare in smart working perché, dove è possibile, si cerca di mettere al primo posto il benessere dei dipendenti che, quando stanno bene a livello fisico ed emotivo, si avvicinano al lavoro in maniera diversa».



SICURI E VISIBILI

Sogniamo un mondo in cui il trasporto di merci pericolose, di materie infettanti e di farmaci che possono salvare vite umane sia perfettamente efficiente, visibile, privo di intoppi e sicuro.

In questi anni siamo diventati punto di riferimento per chi cerca sicurezza e soluzioni per il trasporto di merci pericolose con imballaggi omologati e soluzioni per il trasporto a temperatura controllata, garantendo prodotti affidabili e un completo e costante monitoraggio della supply chain.

Ogni giorno lavoriamo con tenace dedizione per migliorare noi stessi e le performance di queste due catene di fornitura.



Air Sea Italia Srl

**Via Ponte Ghiara, 20
43036 Fidenza (PR)**

Tel. 0524 528418

info@airsea.it - www.airsea.it



Edilizia all'avanguardia

CVR è da sempre impegnata nello studio di materiali innovativi per l'edilizia. Crea valore, crescita, sviluppo e innovazione investendo quotidianamente in professionalità, tecnologie e servizi. Ne parliamo con la presidente, Barbara Lepri

Intelligenza artificiale, metaverso, digitalizzazione, sono tutti aspetti che il mondo dell'edilizia non può ignorare se vuole rimanere ai passi con i tempi. Aspetti che, sempre attenta ai cambiamenti e alle evoluzioni, sta affrontando CVR, azienda che dal 1980 si occupa della progettazione, sviluppo e produzione di adesivi, intonaci, malte e soluzioni ad alto valore tecnologico per l'edilizia contemporanea e le sue crescenti esigenze. «Vogliamo diventare sempre più industria interattiva 4.0 che interagisce in tutte le aree - spiega Barbara Lepri -. L'Industria 4.0 sta rivoluzionando il modo in cui le aziende operano, migliorano e distribuiscono i propri servizi. Le operazioni industriali dipendono da una supply chain trasparente ed efficiente, che deve essere integrata con le operazioni di produzione nell'ambito di una robusta strategia di Industria 4.0. Inoltre le tecnologie digitali determinano una maggiore automazione, la manutenzione predittiva, l'ottimizzazione dei miglioramenti di processo e, soprattutto, un nuovo livello di efficienza e di risposta ai clienti altrimenti impossibile».

Come affrontate le nuove sfide del mercato?

«Passione, competenza, rispetto, innovazione e responsabilità sono i nostri valori. Siamo un'azienda in forte crescita, che ha visto triplicare il proprio fatturato nel giro di 4 anni. Questo ha spinto la nostra società a trasformarsi in una forma societaria più evoluta ed anche più performante, la Spa, passaggio avvenuto a maggio 2022 e ad intraprendere con una primaria società di revisione il percorso che ci porterà a certificare il bilancio dell'esercizio 2024. Il forte incremento di fatturato ha determinato la realizzazione di un nuovo impianto, che servirà a produrre materiali ad alta tecnologia e affidabilità e grazie all'ottimizzazione di tutti i processi, ci permetterà una crescita aziendale sana ed equilibrata per un futuro migliore e di maggiore tranquillità e soddisfazione».



Partner di riferimento

Forniamo soluzioni che garantiscono la massima efficienza e durata delle costruzioni, migliorando al contempo il comfort abitativo

zione. Queste condizioni, accompagnate dall'esigenza di un costante miglioramento di tutte le linee, realizzano la massima facilità applicativa e la sua totale rispondenza dei prodotti».

Quali sono i vostri punti di forza?

«Operiamo con onestà e rispetto verso la collettività, l'uomo e l'ambiente. Crediamo fermamente nel lavoro e ricerchiamo costantemente il miglioramento, l'efficienza, l'affidabilità per conquistare la soddisfazione e la stima del nostro cliente e del mondo che ci

evoluzione aziendale sono possibili grazie a chi crede e investe nella nostra professionalità. Cerchiamo di creare e trasmettere valore aggiunto, curando con attenzione anche i particolari, per offrire al cliente soluzioni che rendano vincente il nostro e il suo lavoro».

Come viene organizzato il vostro lavoro?

«Un'organizzazione totalmente rivolta al problem-solving e al customer service, orientata ad offrire un servizio di alta qualità, capace di assicurare la piena riuscita del lavoro. Una logistica funzionale in grado di garantire consegne rapide, assistenza e supervisione di personale tecnico in cantiere, corsi di formazione sul prodotto, redazione di capitolati tecnici, analisi diagnostiche sui materiali e realizzazione di produzioni specifiche per esigenze particolari. Le scelte aziendali sono condivise con tutto l'organico. Ognuno è chiamato attraverso il proprio contributo a suggerire il percorso ottimale quindi conveniente per CVR. Tutti i dipendenti sono a conoscenza dell'andamento dei parametri fondamentali della società e, grazie al contratto di secondo livello, usufruiscono di maggiori soddisfazioni economiche. Tutto questo permette di creare momenti positivi e condizioni favorevoli per il futuro aziendale. Abbiamo un turnover bassissimo. Non solo riusciamo ad attrarre i migliori talenti, ma riusciamo anche a farli rimanere senza che cerchino lavoro altrove. Chi arriva in azienda si rispecchia infatti completamente nella nostra cultura aziendale, proprio quella cultura che ha portato la proprietà, già da due anni, a intraprendere il ricambio generazionale, che rappresenta uno dei passaggi cruciali di tante Pmi italiane».

Qual è la vostra vision?

«Massimizzando la soddisfazione dei nostri clienti, attraverso il continuo rapporto con progettisti, imprese e applicatori e la costante collaborazione e consulenza con laboratori, università e primari centri di ricerca, CVR è riconosciuta nel mercato come innovatrice nei prodotti di alta qualità made in Italy. La nostra vision è essere il partner di riferimento nell'industria dell'edilizia, nazionale e internazionale, fornendo soluzioni che garantiscano la massima efficienza e durata delle costruzioni, migliorando al contempo il comfort abitativo. La propensione a recepire suggerimenti è supportata dal continuo confronto dei nostri tecnici con centri di ricerca d'avanguardia, attraverso test e analisi di lungo monitoraggio e in seguito validate da istituti, università e laboratori altamente specializzati. La ricerca, unitamente al ricorso a nuove tecnologie, è gestita dai nostri addetti con passione, competenza e professionalità».

• **Cristiana Golfarelli**



Barbara Lepri, presidente. CVR ha sede a Gubbio www.cvr-italy.com

circonda. Il compito che deve garantire il nostro prodotto è dare risposte alle reali esigenze, risolvere le problematiche e assicurare la piena rispondenza tra le aspettative e i risultati ottenuti. Informazioni chiare e complete, assoluta trasparenza dei requisiti tecnici, facilità di utilizzo, costante e tempestiva assistenza tecnica in cantiere su prodotti e attrezzature. La crescita, lo sviluppo e ogni

L'attenzione all'impatto ambientale

La sostenibilità è una responsabilità di tutti e anche CVR vuole essere parte attiva con gesti concreti, cercando di sensibilizzare la comunità, nei confronti di un tema così importante. Nella filosofia aziendale di CVR parlare di sostenibilità significa innanzitutto realizzare prodotti di eccellente qualità e lunghissima durata e che abbiano un basso impatto ambientale.

«Siamo custodi e non padroni di un mondo che dobbiamo lasciare alle future generazioni migliore di come lo abbiamo trovato. Dalla progettazione al vivere quotidiano realizziamo uno spazio sano che facilita le giuste condizioni di salute di chi lo abita. Nel maggio 2024 sarà pronto il nostro bilancio di sostenibilità».

Una visione di lungo termine

Nell'attesa di una soluzione per il capitolo Superbonus, occorre dare slancio al Pnrr, una grande opportunità di sviluppo per costruzioni ed economia. Dalla riforma dei bonus edilizi a una politica per la casa, le priorità per Federica Brancaccio, presidente Ance

La filiera delle costruzioni fa un ultimo appello al governo in vista della Manovra e insiste sulla proroga del Superbonus. «In vista dell'imminente scadenza al 31 dicembre 2023 per la conclusione degli interventi sui condomini eseguiti con il Superbonus, è assolutamente necessario individuare una rapida soluzione alle decine di migliaia di cantieri che, anche in virtù del caos normativo e applicativo dello strumento, non riusciranno a terminare i lavori in tempo utile», dice l'appello firmato da Ance (Associazione nazionale costruttori edili) e molte altre sigle (Agci produzione e lavoro, Anaepa Confartigianato, Claa, Cna costruzioni, Confapi Aniem, Confcooperative lavoro e servizi, Federcostruzioni, Fiae Casartigiani, Legacoop produzione e servizi, Rete Professioni Tecniche, Fillea Cgil, Filca Cisl, Feneal Uil). La stagione del Superbonus va conclusa, ma senza vittime sul campo. A questo punto, al comparto serve un Pnrr a pieno regime. Ne parliamo con la presidente Ance Federica Brancaccio, proiettando lo sguardo alle ulteriori sfide per il settore edile e il Paese nel suo complesso.

Quali restano le sfide e i nodi da sciogliere per l'edilizia rispetto al Pnrr?

«Pensiamo che il Pnrr rappresenti un'opportunità che va ben al di là del 2026, che è quella di rendere il nostro Paese finalmente moderno e efficiente, vincendo l'inerzia che ci ha immobilizzati per decenni. La strada da fare è ancora lunga e tanti sono gli obiettivi da raggiungere per realizzare gli interventi che servono realmente ai cittadini, per rigenerare le città e riqualificare un patrimonio immobiliare che è particolarmente vetusto e inadeguato, perché in larga parte costruito prima di qualsiasi normativa antisismica e energetica. Il grande tema è quindi quello di riuscire a spendere i fondi, superare gli ostacoli e le frammentazioni della governance e delle competenze con l'obiettivo di rendere i nostri territori meno fragili, più sicuri, belli e vivibili».

Dopo l'esperienza del Superbonus qual è l'idea di Ance sulla rimodulazione dei bonus edilizi?

«Il caso del Superbonus 110%, nato nel periodo pandemico per dare una scossa all'economia e ora assurdo come padre di tutti i mali, ci dimostra che senza una visione complessiva di quali sono i risultati che vogliamo raggiungere in termini di sostenibilità, nessuna scelta potrà essere realmente efficace ed equa. Per questo, secondo noi, occorre una politica lungimi-

rante e interventi di medio-lungo periodo, con tempi e costi sostenibili per le famiglie ma anche per i conti dello Stato. Senza rinunciare a un meccanismo di cessione del credito per i meno abbienti, che ha consentito di realizzare oltre 430mila interventi in due anni e mezzo, mentre prima del 2020, con una platea ristretta e senza possibilità di cedere il credito, se ne facevano in media all'anno circa 2.900. Tuttavia in questa direzione non registriamo per ora aperture e aspettiamo di capire quale sarà la strategia del governo per la rigenerazione del patrimonio».

L'attuale tensione abitativa in Italia rende sempre più necessaria la messa in campo di nuove politiche. L'Esecutivo ha annunciato un Piano Casa, invocato da molto tempo anche da Ance. Su quali basi si può realizzare e come la leva fiscale può essere d'aiuto?

«Di Piano casa si parla da troppo tempo, ma senza essere ancora riusciti a mettere in campo politiche realmente efficaci e di ampio respiro. Intanto il mondo si è trasformato: sono cambiate le famiglie, gli stili di vita, il modo di lavorare. Ma gli edifici sono rimasti gli stessi e la casa, soprattutto per i giovani, è diventata un sogno quasi impossibile, tra mutui difficili da ottenere e affitti introvabili se non a

Federica Brancaccio, presidente Ance



peso d'oro. Per questo oggi servono risposte immediate e concrete, un vero cambio di passo rispetto a interventi positivi ma troppo frammentari che si sono succeduti negli anni, come il piano di edilizia abitativa del 2008 o quello di edilizia residenziale sociale del 2014. Sicuramente bisogna agire su più livelli: va ridefinita la governance degli interventi e occorre individuare sistemi agevolativi sotto il profilo



urbanistico-edilizio, economico e fiscale, favorendo il ruolo attivo da parte degli operatori privati nella realizzazione e gestione degli alloggi. Tutto ciò all'interno di un nuovo modello di sviluppo dei territori che non può che basarsi sulla rigenerazione urbana e sul contenimento del consumo di suolo. Questo significa recuperare gli immobili esistenti in stato di abbandono e degradati, poter abbattere e ricostruire, superando la rigidità delle destinazioni d'uso che oramai non dialogano con la velocità dei cambiamenti economici e sociali. Occorre inoltre un'azione statale che qualifichi per legge la destinazione residenziale sociale, in modo che ci sia sempre la possibilità di trasformare gli immobili ampliando l'offerta di alloggi».

Anche il Piano nazionale di riduzione del rischio idrogeologico e di messa in sicurezza sismica è una priorità per il Paese. Come intervenire?

«Anche in questo caso servono interventi immediati e un piano a lungo termine. Da troppi decenni assistiamo a tragedie e come sempre siamo bravissimi a reagire, siamo primi nell'emergenza, ma non siamo stati ancora capaci di dare il via a un grande piano nazionale per contenere il rischio idrogeologico e aumentare la sicurezza sismica. Un piano che deve consentire di mantenere il suolo, demolire e ricostruire e mettere in sicurezza le aree, così da ridurre al minimo il rischio e garantire la sicurezza dei cittadini. Una richiesta suffragata dai dati del nuovo Rapporto sul dissesto idrogeologico, che abbiamo elaborato con il Cresme e che presenteremo nelle prossime settimane: uno tra tutti, la preoccupante crescita degli eventi alluvionali di oltre il 30 per cento negli ultimi dieci anni. Non possiamo intervenire sempre fuori tempo massimo, bisogna agire subito». • FD

Superbonus, perché la proroga è necessaria

La proroga invocata dalla filiera delle costruzioni eviterebbe la perdita improvvisa di centinaia di migliaia di posti di lavoro causata dalla sicura interruzione di migliaia di cantieri- con l'insorgere di un enorme contenzioso tra condomini e imprese- limitando la corsa forsennata già in atto per finire i lavori. A rischio c'è soprattutto la sicurezza dei lavoratori coinvolti, oltre alla qualità degli interventi eseguiti. «Una proroga limitata per i soli interventi che dimostrino un concreto avanzamento del cantiere potrebbe risolvere tutti questi problemi con un costo contenuto per le casse dello Stato, di gran lunga inferiore a quello del caos sociale e economico che si determinerebbe lasciando invariata la scadenza a dicembre», conclude la nota.

Il potere emozionale della luce

Abbiamo incontrato Laura Tarquinio, amministratore delegato di Imoon, leading player nella progettazione e produzione di soluzioni illuminotecniche per i settori food & fashion retail

La sfera sensoriale ed emozionale, legata all'espressività di un progetto illuminotecnico, assume un ruolo fondamentale per orientare i consumatori verso un'esperienza di acquisto. La luce, oltre alle sue valenze funzionali e percettive, è oggi punto di connessione tra l'immagine coordinata, la disposizione degli spazi interni e l'attrattiva dei prodotti in esposizione. Concetto molto chiaro ad Imoon, azienda guidata da Laura Tarquinio e suo fratello Riccardo che si posiziona, nei segmenti food & fashion retail, in qualità di partner ideale per le grandi insegne che desiderano affidarsi ad un unico interlocutore per sviluppare i concept illuminotecnici dei loro store.

Quando nasce la vostra azienda e come si è sviluppata nel tempo?

«Fondata nel 2010, Imoon ha origini ben più lontane e affonda le sue radici nella passione e nella dedizione di mio padre, Paolo Tarquinio che, grazie alla sua capacità di osservazione, curando l'installazione di corpi illuminanti nei supermercati, ha avuto l'intuizione di ottimizzare i progetti illuminotecnici dei punti vendita per valorizzare al meglio le referenze esposte. Oggi, grazie alla volontà di coniugare i principi della tradizione con un persistente impulso verso l'innovazione, rappresentiamo il valore della qualità e del design, rigorosamente made in Italy, capace di incarnare quell'immaginario di stile e creatività, tipico dell'industria italiana nel mondo. Siamo una realtà internazionale in continua crescita e i nostri prodotti sono installati in oltre 60 paesi nel mondo».

Qual è la vostra filosofia aziendale?

«Si concretizza attraverso i valori trasmessi da mio padre Paolo, tra cui emerge il senso della famiglia inteso come senso di appartenenza che abbraccia tutte le risorse umane, perché crediamo

Realizzazione: Silpo, Ucraina



L'essenza di Imoon

Traiamo la nostra forza dall'amore per le cose fatte bene e dalla valorizzazione delle risorse umane promuovendo la fiducia e il talento dei collaboratori, protagonisti di una flessibilità di pensiero ed azione. Integrità, persone, clienti, eccellenza e sostenibilità rappresentano il nostro modello di leadership

che il vero successo risieda nel gioco di squadra e che l'azienda debba essere un luogo in cui ognuno può esprimersi e crescere. La passione per la qualità è un faro che ci guida, una fiamma che alimentiamo costantemente attraverso la ricerca e l'innovazione. Il made in Italy non è solo un'etichetta

per noi, ma un impegno profondo nella produzione di eccellenza. L'onestà e la fiducia nei confronti dei nostri clienti sono le basi su cui costruiamo ogni relazione. Traiamo la nostra forza dall'amore per le cose fatte bene, dalla flessibilità e dal considerare l'assistenza come un'arte, ove preparazione, dedizione e attenzione ai dettagli concorrono alla soddisfazione del cliente, che rappresenta il cuore dell'azienda. Non ultimo l'inclusività, che si riflette nelle politiche di scelta delle risorse umane: il nostro desiderio è di valorizzare le diversità delle nostre persone che, forti di esperienze e culture differenti, insieme possono portare idee più innovative, coinvolgenti e funzionali. Negli ultimi anni, ho dedicato inoltre il mio impegno personale a evidenziare l'essenziale contributo delle donne in un settore tecnico come quello dell'illuminazione aumentando le quote rosa. Crediamo infine che tecnologie e metodologie di progettazione debbano essere finalizzate anche alla sostenibilità e al saving energetico. Il nostro impegno nel rispettare l'ambiente coinvolge ogni nostra attività, dallo sviluppo di prodotto alla progettazione illuminotecnica».

Che cosa vi caratterizza maggiormente?

«La luce ha un potere trasformativo, può motiva-

re e ispirare le persone. e, in tal senso, entrando a pieno titolo nel processo di metamorfosi dei retailer, Imoon diviene corresponsabile del loro sviluppo competitivo. La nostra offerta è caratterizzata da un numero elevato di prodotti e varianti, in cui emerge la capacità di personalizzare la produzione, secondo le specifiche del cliente. Con Imoon ogni insegna vive la propria personale esperienza di luce, attraverso nuove idee che si trasformano in prodotti, plasmate da esperti lighting designer, per illuminare ogni spazio in armonia con il concept creativo di partenza e la personalità del marchio del retailer. Ogni progetto si declina concretamente nell'impiego delle più avanzate tecnologie e nel sapiente utilizzo di colori, grafiche e forme su misura per realizzare corpi illuminanti concepiti per coniugare estetica, illuminazione funzionale e comunicazione emozionale».

• **Beatrice Guarnieri**

Laura Tarquinio, amministratore delegato della Imoon di Milano - www.imoon.it



Libertà di movimento

La richiesta di case mobili è incrementata esponenzialmente nel post Covid come risposta a un'esigenza di evasione e mobilità. Oggi esistono soluzioni su misura e altamente personalizzabili, come racconta l'architetto Cecilia Avanzini, alla guida della New Mobil Home

Case mobili concepite come veri e propri moduli abitativi su ruote, arredati, con impianti elettrici, idrici e di condizionamento. Le strutture ideate da New Mobil Home sono di dimensioni variabili e realizzate completamente all'interno dell'azienda. Non necessitano di fondamenta ma di semplici lavori complementari in sede di consegna. Per garantire il massimo comfort, viene curato con particolare attenzione l'isolamento termo acustico, gli spazi sono ergonomici e studiati per favorire il benessere derivante da un ottimo microclima interno e nel totale rispetto della natura. La società opera da anni nel settore sia sul territorio locale che nazionale, progettando e realizzando case mobili per campeggi e villaggi turistici. «Qualità, cortesia e attenzione per il dettaglio ci rendono una realtà apprezzata - spiega la titolare, architetto Cecilia Avanzini -. Attraverso una vasta gamma di modelli, il cliente potrà ampliare o modificare le nostre linee secondo le sue necessità, variandone sia le misure che la dotazione di impianti e arredi. I moduli, inoltre, sono progettati per non essere vincolati a destinazioni d'uso abitative, permettendo soluzioni come uffici, reception o, ancora, di ampliare strutture in muratura preesistenti. Si possono realizzare terrazze e verande ed è inoltre possibile accorpate più elementi dando vita a vere e proprie case dalle sva-

L'architetto Cecilia Avanzini



riate metrature».

Quali sono le caratteristiche che più vi distinguono sul mercato?

«Ciò che ci differenzia di più in questo momento è il fatto che forse in Italia siamo gli unici o tra i pochissimi a realizzare case mobili su misura. La personalizzazione del prodotto avviene a partire dal disegno fino alla



New Mobil Home ha sede a Fontevivo (Pr)
www.neumobilhome.it

progettazione e agli allestimenti degli spazi interni ed esterni. Questo per noi rappresenta un punto di forza perché solitamente gli altri competitor dispongono di prodotti abbastanza standardizzati, o meglio solo standardizzati. Inoltre, siamo molto selettivi nella scelta dei materiali, solo made in Italy. Questo ci offre la possibilità di avere in tempi brevi anche materiali di qualità superiore e, nel momento in cui vi sia la necessità di un ricambio, siamo in grado di intervenire molto velocemente nell'assistenza».

Come si è evoluto il mercato delle case mobili? C'è molta richiesta?

«Il mercato della casa mobile è esploso nel post Covid, come risposta all'esigenza di tornare a vivere all'aria aperta, di non restare chiusi all'interno o dover indossare mascherine. In un tale contesto, anche l'idea di campeggio è stata rivista e rivalutata come luogo di libertà. Possiamo dire che a partire dal 2020 c'è stata un'esplosione di questo mercato. Oltre ai campeggi anche bed and breakfast e agriturismi si sono evoluti nella direzione della mobilità».

Lei è una donna alla guida di un'importante azienda, quali sono i valori che mette al primo posto?

«Sicuramente il primo posto è occupato dalla cura del cliente, abbiamo rispetto nei suoi confronti e puntiamo a offrirgli il massimo. Imporre le mie idee e il mio modo di operare molto schematico certamente non è facile perché l'organizzazione è composta per la maggior parte di uomini. Però nel corso degli anni sono riuscita a farmi strada soprattutto nel rispetto degli altri ma lavorando sodo e duramente, guadagnandomi la fiducia di tutto il mio staff, un impegno co-

minile è poco sostenuta e questo non aiuta, mi auspico che possa esserci un percorso di crescita sotto questo aspetto».

Quale futuro immagina per lei e per la sua azienda?

«La nostra azienda punta sulla ricerca continua di nuovi materiali per poter offrire al cliente la più ampia scelta possibile. L'evoluzione è per noi una costante senza però dimenticare l'altissima qualità dei prodotti. Questo è un aspetto per noi fondamentale nell'evoluzione. E l'evoluzione - soprattutto dopo questo periodo di pandemia - si muoverà in direzione di una crescente attenzione verso il mondo dei campeggi. Anzi, negli ultimi anni si è assistito proprio a un aumento di queste strutture ricettive. Inoltre, da quel che ho potuto osservare negli ultimi anni, la domanda si è evoluta verso una diversificazione del prodotto. A titolo d'esempio, se prima si preferiva un prodotto standard, adesso la richiesta è quella di una casa più elaborata, elegante e confortevole, quasi come se le persone avessero necessità di replicare gli stessi agi di cui godono all'interno delle proprie abitazioni. Quindi chiaramente ci aspettiamo un'evoluzione sempre in positivo».

• Luana Costa

stante unito a tanta energia».

Dal suo punto di vista quali sono le principali difficoltà che incontra una donna nel raggiungere i ruoli apicali?

«Sembra strano a dirsi ma purtroppo ancora oggi resiste un atteggiamento maschilistico nei confronti della donna; soprattutto se questa ricopre ruoli di dirigenza in un'azienda. Questo è ciò che ancora oggi penalizza le donne in questa società. Inoltre purtroppo ancora oggi l'imprenditoria fem-



Vacanze all'aperto

New Mobil Home offre soluzioni professionali per ogni problematica. I moduli sono al 100 per cento personalizzabili e in grado di soddisfare ogni esigenza. Si utilizzano solo materiali made in Italy e altamente performanti. La tendenza oggi è molto orientata verso i campeggi. Ciò ha comportato un aumento delle richieste da parte dei proprietari di campeggi di strutture mobili. La grande evoluzione nel settore dei campeggi si è avuta nel post pandemia quando le persone, evidentemente provate dai lunghi periodi di restrizioni, hanno iniziato a orientarsi verso vacanze all'aperto. Tali mutamenti nel mercato sono stati osservati da vicino sia in territorio locale che nazionale nella progettazione e realizzazione di case mobili per campeggi e villaggi turistici.

Qualità, flessibilità, collaborazione, fidelizzazione, servizio e competenze tecniche: sono e resteranno sempre i punti di forza su cui investire per affrontare anche il più critico dei mercati». Lara Bignotti, amministratore e socio unico della bresciana Combiwood Srl, descrive il percorso che ha seguito e grazie al quale ha portato l'azienda oggi ad essere uno tra gli unici due produttori presenti in Italia di un particolare tipo di prodotto: le persiane ripiegabili. «Nei primi anni – ricorda Bignotti –, Combiwood si specializzò nella produzione di antoncini in legno a pacchetto denominati “Slit” tipo Mischler, sviluppando per gli stessi ben tre brevetti. Si trattava di un prodotto di nicchia che necessitava di un nodo murario e ingombri specifici, rendendo inutilizzabili altre tipologie di oscuranti. Il prodotto, negli anni, è stato studiato e migliorato: ora è assolutamente flessibile, adattabile alle varie esigenze del cliente, a ogni tipo di ristrutturazione, con la possibilità di innumerevoli varianti».

Il management dell'impresa, che divide le sue due sedi fra le province di Brescia e Mantova, è riuscito a superare tutte le crisi degli ultimi quindici anni. «Siamo rimasti al passo con i tempi – dice Bignotti – assecondando l'esigenza del mercato e dedicandoci anche alla cura dell'estetica e alla funzionalità del prodotto. Credo che sia questo uno degli elementi che ci ha permesso di crescere nonostante gli anni della “grande crisi economica” del 2008. È un traguardo

Combiwood ha sede legale a Castiglione delle Stiviere (Mn) e produttiva a Lonato del Garda (Bs) - www.combiwood.it



Lara Bignotti

che si deve alla ricerca continua. Si prenda, ad esempio, gli antoncini a pacchetto in alluminio, oggi utilizzato per la maggior parte della produzione, con profili specifici e matrici di proprietà: anche in questo caso, il sistema in alluminio, così come quello in legno, ha tutta la ferramenta dedicata con stampi e matrici a disegno. Successivamente, nacquero ulteriori prodotti quali Eco-pan (antoncini ripiegabili con pannelli coibentati) e Smart che ha sostituito la prima versione in alluminio Slit. Ecco, la nostra filosofia aziendale ci ha portato a superare non solo la crisi economica ma anche la

La flessibilità delle persiane ripiegabili

L'esempio di Lara Bignotti ci porta in un settore di nicchia, all'interno del quale in Italia si trovano solo due produttori. Un esempio di ricerca e costanza con cui superare anche le prove più dure, come la recessione del 2008 e la pandemia



Antoncini tipo Mischler

Il prodotto ora è assolutamente flessibile, adattabile a ogni esigenza e tipo di ristrutturazione, con innumerevoli varianti

pandemia con un aumento del fatturato di circa il 50 per cento, superando ogni prospettiva di crescita ipotizzata».

Oggi Combiwood può contare su un portafoglio «di circa 1200 clienti, divisi tra professionisti, società del settore, “piccoli” falegnami, serramentisti, grandi industrie di serramenti, rivendite e show room – conti-

nua Bignotti –. Questa strategia commerciale, non adottata dai nostri principali competitor che hanno continuato a servire e trattare ogni tipo di clientela “senza regole”, ci ha portato a essere sempre più apprezzati creando un naturale rapporto di partnership e fidelizzazione con gli stessi operatori del nostro settore. È la linea guida che ci ha per-

messo di diventare un punto di riferimento, non solo per il nostro prodotto delle “ante a pacchetto” in legno e alluminio: siamo considerati un “partner” per i professionisti del settore, essendo in grado di modificare i prodotti su qualsiasi richiesta. Non a caso, la persiana ripiegabile, a prescindere dal materiale (legno o alluminio), può essere applicata sia su serramenti esistenti sia su quelli di nuova installazione, concedendo la possibilità, per il prodotto in legno, di poterlo fornire anche grezzo con la ferramenta montata o smontata. Occupando pochi centimetri, dà la possibilità di scegliere persiane a uno o più pannelli per parte, adeguandosi allo spessore e alla forma del muro».

Bignotti, poi, include i propri collaboratori nella lista dei fattori vincenti. «Sono tutti ri-



sultati ottenuti anche grazie a uno staff specializzato, dalla produzione dove si alternano oggi una decina di operatori allo staff del comparto segreteria, tecnico, contabilità e amministrazione. Senza dimenticare la sezione commerciale, dove il nostro responsabile gestisce agenti e diversi segretari, collaboratori altamente referenziati e specializzati. Anche grazie a loro, nonostante l'attuale incertezza del mercato, le prospettive di crescita della Combiwood Srl rimangono sempre concrete e una costante prerogativa per il prossimo futuro».

In conclusione «è difficile in qualche parola raccontare e rappresentare un'azienda nata nel 1999 dall'esperienza di un padre professionista del settore e continuata con lo stesso orgoglio, dedizione, passione e competenza da me, che rappresento l'eccezione in un settore prettamente maschile. Ma l'unica cosa da fare è continuare a mettermi alla prova». • Renato Ferretti

I vantaggi di Slit/Smart

«La persiana ripiegabile Slit – spiega Lara Bignotti, amministratore e socio unico della bresciana Combiwood Srl – è applicabile sia su serramenti già esistenti sia su quelli di nuova installazione. Impacchettata su se stessa, occupa pochi centimetri ed è possibile realizzare persiane a uno o più pannelli per parte, per adattarsi perfettamente ai vari spessori di muro. Anche i protocolli di fornitura sono fatti per adattarsi alle esigenze del cliente: infatti è possibile scegliere, per la versione in legno, fra la fornitura di un prodotto grezzo con ferramenta smontata che montata, e fornitura di prodotto finito, sempre sia con ferramenta smontata che montata. Ulteriore vantaggio di questa struttura completamente smontabile è la possibilità di verniciare i pannelli singolarmente senza dover sporcare la ferramenta anzi con il vantaggio di poterla verniciare in tinta, senza intraprendere una fase di finitura complicata e anti-economica, come quella di verniciare le ante fra loro».

Una storia di successo

Lavoro, famiglia e passione sono da sempre i motori che muovono il suo percorso professionale. Milena Mora ripercorre le tappe che l'hanno portata alla guida di Nobilpan, realtà leader nella produzione di pannelli nobilitati, customizzati per diversi settori industriali

La storia di Milena Mora ha inizio in un piccolo paese sulla riva del fiume Po nella provincia della città di Parma, Mezzani. «Era il 1974 quando, mentre io lavoravo come maestra, mio marito Alfredo Pezzali, che già gestiva con la sua famiglia una piccola impresa produttrice di compensato di pioppo, decise di avviare una nuova attività in proprio: Nobilpan fu una sua intuizione» racconta l'imprenditrice. Consolidando la sua conoscenza del pannello compensato, Alfredo Pezzali comprese che il mercato era alla ricerca di nuove soluzioni, decise quindi di realizzare la sua idea di un prodotto più tecnico da proporre ai mobiliari locali. Ideò un pannello rivestito con film plastici o in carta, riproduzioni fotografiche del legno vero.

«Iniziammo così la nostra attività intorno a Parma che ai tempi era un distretto ricco di aziende inserite nel medesimo settore. La proposta di Alfredo era un pannello utilizzabile come retro del mobile, che trovava la sua applicazione negli arredi e in particolare negli armadi. Fu subito un successo. Da qui lo spunto per creare un piccolo capannone, assumere qualche operaio, acquistare le prime attrezzature...L'entusiasmo per la nuova attività mi portò a fare un doppio lavoro, la mattina a scuola e al pomeriggio in ufficio».

In poco tempo Nobilpan, grazie al successo del pannello nobilitato, cominciò ad espandersi e raggiunse i nuovi mercati del Veneto e delle Marche che accolsero il prodotto come innovativo perché in grado di sostituire i pannelli laccati o impiallacciati.

La domanda di pannelli nobilitati cresceva sempre di più così come l'azienda Nobilpan.



Negli anni Ottanta venne ristrutturata completamente attraverso l'ampliamento della struttura, l'ammodernamento della linea produttiva di nobilitazione e l'introduzione di nuovi impianti per la sezionatura customizzata dei pannelli. Per i tanti mobiliari italiani Nobilpan divenne un "nome" e un partner sempre più affidabile. I suoi prodotti diventarono cucine, camerette, tavoli e mobili sempre più evoluti, simboli della qualità e dello stile del mobile made in Italy.

«Con l'aumento del lavoro lasciai la scuola e mi affiancai a mio marito a tempo pieno nella gestione dell'azienda. Nel 1990 improvvisamente Alfredo viene a mancare - racconta Milena Mora -. In quegli anni mia figlia Marcella aveva poco meno di vent'anni e studiava ancora al-

Nobilpan ha sede a Sorbolo Mezzani (Pr)
www.nobilpan.it

l'università, così mi ritrovai a gestire l'azienda da sola. Fu un momento difficile, carico di dolore e paura, mi sentivo smarrita. Dovevo mostrarmi forte con mia figlia, mettere da parte ansia e preoccupazioni e prendere in mano la situazione. Un sostegno prezioso lo trovai nei miei collaboratori.

Nei primi anni Novanta in Italia le donne imprenditrici erano qualcosa di rarissimo. Da donna alla guida di un'azienda mi confrontai con un mondo professionale tutto al maschile. Fornitori, agenti, clienti e dipendenti erano solo alcune delle persone verso le quali dovevo mostrarmi sicura e padrona del mio ruolo. Fortunatamente ricevetti molti incoraggiamenti: ricordo con riconoscenza il supporto di un produttore di pannelli piemontese che mi disse testualmente che "Nobilpan gestita da Milena ha per la nostra azienda fido illimitato". Mi motivò molto e accantonai ogni dubbio: do-

vevo mostrare a quell'imprenditore e ai tanti altri che mi stavano dando fiducia che non li avrei delusi».

Nell'azienda in quegli anni vennero fatti importanti investimenti, tanto che fu raddoppiata la metratura della struttura, gli uffici furono notevolmente ampliati e fu assunto nuovo personale. La Nobilpan rafforzò ancora di più la sua connotazione di azienda familiare con l'ingresso di Marcella Pezzali e del suo fidanzato Marcello Maestri: lei dedicata all'attività amministrativa iniziò a condividere gli aspetti di gestione generale, mentre lui si impegnò dapprima nella produzione per poi occuparsi dell'attività commerciale. I due giovani portarono una ventata di entusiasmo che contagiò tutti. Nel 2000 Nobilpan fece un ulteriore salto di qualità espandendosi verso nuovi settori ed entrando in contatto con i mercati internazionali. Diventò un nome di riferimento per il settore del camper-caravan, non solo in Europa ma anche oltre oceano. Germania, Francia, Stati Uniti, Australia e tanti altri mercati in sviluppo fecero da traino per una nuova crescita. I prodotti dell'azienda trovarono nuovi campi di applicazione: nautica, veicoli commerciali, porte, fai da te e allestimenti di ogni tipo per interni.

«Grazie alla domanda in espansione, nel 2015 ci siamo allargati ancora di più e abbiamo investito in automazione e informatizzazione. Oggi, a quasi 50 anni di attività, nonostante abbia affidato grande responsabilità ai giovani, continuo a seguire con enorme passione l'azienda. Nobilpan è una realtà molto diversa da quella del 1990. È un'azienda moderna e competitiva che si affaccia al futuro con curiosità e intraprendenza. Tutti i sacrifici e le energie impiegate sono stati ripagati, sono soddisfatta di aver lavorato per lo sviluppo di Nobilpan, che per me rappresenta non solo un'azienda che realizza prodotti di successo, ma una realtà in cui le relazioni umane sono una priorità». • **Beatrice Guarnieri**



Quasi 50 anni di attività

Nobilpan oggi è una realtà molto diversa: è un'azienda moderna e competitiva che si affaccia al futuro con curiosità e intraprendenza

Ecosostenibilità certificata

La sensibilità di Nobilpan verso la tutela dell'ambiente e delle risorse naturali, oltre ad essere certificata da Fsc®, è oggi sintetizzata nel marchio "Eco-Friendly by Nobilpan", che attesta la volontà dell'azienda di adottare in proprio una serie di accorgimenti, tecniche, attenzioni e consuetudini finalizzate a dare un significato reale al valore dell'ecosostenibilità: controlli costanti dei processi produttivi per contenere l'impatto sull'ambiente entro valori minimi; grande attenzione nella scelta di materie prime di qualità certificata e con tracciabilità garantita; applicazione di rivestimenti che riproducono visivamente il legno o altre superfici e non derivano quindi da attività di deforestazione.

Un nuovo approccio per la crescita

La Marengo Chiusure è presente da oltre 40 anni nel mercato delle serrande, garantendo qualità e alta tecnologia. Con il cambio generazionale e la guida di Fabiola Dova, l'azienda punta ancora di più sull'innovazione e l'attenzione al cliente

Affidabili, poco ingombranti, sicure, economiche e funzionali. Le serrande rappresentano il principale sistema di sicurezza per negozi e locali commerciali. In particolare, la sicurezza degli accessi è fondamentale ed è il risultato di tre fattori: competenza, esperienza e tecnologia. Aspetti che troviamo nella Marengo Chiusure, un'azienda specializzata nel settore delle chiusure tecniche, fondata con passione e dedizione nel 1965, da Carlo Marengo. Nel 1990 la famiglia Dova è entrata in società, avviando la trasformazione di questa impresa da piccola artigianale a strutturata realtà industriale. Nel 2019, l'azienda ha sperimentato un importante cambio generazionale, con Fabiola Dova che ha assunto il ruolo di amministratore. Questo cambiamento ha portato a una nuova visione e a un approccio innovativo nel modo in cui Marengo Chiusure si impegna con i propri clienti e nel mercato delle chiusure tecniche. Un esempio di come il cambio generazionale e l'attenzione al valore delle persone possano trasformare un'azienda: attraverso un approccio centrato sul cliente e l'innovazione costante, l'azienda vuole essere pronta ad affrontare le sfide del futuro.

Quali novità ha apportato il suo ingresso alla guida dell'azienda?

«Ho sempre creduto fermamente nel valore delle persone e nella loro preparazione come fattori chiave per il successo di un'impresa. Per garantire che il team fosse preparato, ho investito in corsi specifici sulle norme e sulla qualità del prodotto oltre che sullo sviluppo delle soft skill. Questi corsi non solo hanno migliorato la competenza del personale, ma hanno anche contribuito a instillare un senso di impegno e orgoglio nel-



Garanzia di sicurezza

I nostri prodotti rispettano al 100 per cento le direttive imposte dalla marcatura Ce e sono realizzati con materiali di primissima scelta rigorosamente made in Italy

la qualità del lavoro svolto. Una delle più grandi trasformazioni che ho apportato è stata la transizione dalla semplice vendita di porte tecniche a una profonda consulenza per il cliente. Il focus non è più solo sul prodotto in sé, ma su come quel prodotto può soddisfare le esigenze specifiche di ciascun cliente. Marengo Chiusure ora offre servizi personalizzati, lavorando in stretta collaborazione con i clienti per comprendere le loro esigenze e offrire soluzioni su misura. Ho cercato di portare un tocco di innovazione in un settore che è rimasto invariato per anni. Ho promosso l'adozione di nuove metodologie aziendali e materiali per migliorare ulteriormente la qualità e l'efficienza delle chiusure tecniche prodotte. Questo impegno per l'innovazione vuole portare la Marengo Chiusure in futuro a distinguersi nel mercato e di offrire soluzioni all'avanguardia ai suoi clienti».

Qual è il core business dell'azienda?

«Il nostro core business è rappresentato dalla produzione e installazione di chiusure civili e industriali, tra cui serrande avvolgibili, serrande scorrevoli, cancellati estensibili, basculanti, portoni a libro, porte antincendio.

Fabiola Dova, titolare della Marengo Chiusure di Ovada (AL) - www.marengoserrande.it

esigenze.

I prodotti della Marengo Chiusure rispettano al 100 per cento le direttive e le normative imposte dalla marcatura Ce e sono realizzati con materiali di primissima scelta rigorosamente made in Italy. La nostra versatilità ci permette di realizzare soluzioni ad hoc, customizzate e fuori dallo standard produttivo».

Avete anche dei prodotti particolarmente in linea con la sostenibilità?

«La serranda Thermo Steel coibentata è la chiusura di nuova generazione. Il telaio realizzato in elementi doppia parete con interposta schiuma poliuretanic garantisce un miglioramento nell'isolamento termico e acustico. Si adatta facilmente, grazie alla varietà di finiture, a contesti moderni e storici dove si vuole migliorare il K termico. L'elemento terminale è in alluminio estruso tinta naturale o verniciato, completo di guarnizione di tenuta. La possibilità di inserire uno o più oblò in policarbonato da 150x60 oppure 500x64, permette la visibilità verso l'esterno e il passaggio di luce. È richiesta sia dal lato industriale che civile. Viene spesso utilizzata per le celle frigo, oppure come compartimentazione di determinate aree all'interno di un capannone».

• **Cristiana Golfarelli**



Serrande industriali

Le serrande industriali sono un'ottima alternativa ai sezionali industriali, nelle baie di carico o dove la struttura del sezionale non può essere montata. Silenziosità e massima affidabilità caratterizzano il prodotto.

Le serrande industriali della Marengo Chiusure sono caratterizzate da un motore laterale trifase, con la presa 380, che permette un utilizzo più intensivo rispetto alla serranda classica. Possono essere applicate nelle logistiche, negli accessi dei capannoni, ovunque siano richieste aperture di grandi oppure un'affidabilità del prodotto maggiore. Inoltre, realizziamo serrande molto innovative per macchinari, le quali lavorano al contrario, ovvero si avvolgono dal lato del terreno tramite un apposito brevetto della Marengo.

L'eccellenza nell'ingegnerizzazione dei prodotti

Maria Fantinel ci presenta Ema-Tech, azienda all'interno del Polo Tecnologico Alto Adriatico Andrea Galvani di Pordenone, che si afferma come un centro di eccellenza nell'innovazione tecnologica

Oggi sviluppare progetti di ingegneria e software di successo all'interno di un contesto tecnologico avanzato non è un'impresa facile. Bisogna affidarsi ad aziende affidabili, trasparenti e serie, come Ema-Tech. La società, infatti, opera nell'ambito dell'ingegneria elettronica e dello sviluppo software, ponendo sempre al centro l'obiettivo di offrire servizi di alta qualità lungo l'intero ciclo di vita del prodotto. «Con un'attenzione particolare all'utilizzo delle tecnologie di componenti più avanzate e agli strumenti di sviluppo all'avanguardia – spiega la titolare Maria Fantinel –, Ema-Tech è specializzata nell'assistere i propri clienti dall'ideazione all'industrializzazione di progetti complessi nel campo dell'elettronica e dello sviluppo software».

Che stimoli offre il Polo Tecnologico Alto Adriatico Andrea Galvani?

«Il Polo Tecnologico Alto Adriatico Andrea Galvani rappresenta un ambiente unico e stimolante in cui Ema-Tech è orgogliosa di operare. Questo polo di innovazione è aperto a una varietà di imprese, da start-up in crescita ad aziende consolidate che lavorano su vasta scala. La flessibilità e l'esperienza di Ema-Tech permettono di adattarsi alle specifiche esigenze di ogni cliente, fornendo soluzioni su misura che portano a risultati di alto livello».

In cosa consiste la vostra attività?

«Dall'inizio del nostro percorso, abbiamo concentrato i nostri sforzi nello sviluppo di elettronica embedded, con l'obiettivo di creare sistemi versatili e adatti a molteplici applicazioni. La nostra filosofia è stata sempre quella di non limitarci a un singolo prodotto, ma di abbracciare la diversificazione. Abbiamo affrontato progetti di sensoristica per sistemi di allarme, ci siamo occupati di soluzioni per la gestione e la movimentazione di



Flessibilità ed esperienza

Ema-Tech si adatta alle specifiche esigenze di ogni cliente, fornendo soluzioni su misura che portano a risultati di alto livello

cancelli e tapparelle, abbiamo studiato e sviluppato l'elettronica per robot tagliaerba e abbiamo realizzato proof of concept e dimostratori a costi contenuti. Questi ultimi sono stati fondamentali per convalidare le idee dei nostri clienti prima di procedere allo sviluppo definitivo, dimostrando la nostra volontà di garantire un supporto completo e affidabile».

In quale settore operate?

«Un settore in cui abbiamo attivamente operato, e continuiamo ad operare, è quello legato al benessere umano. Attualmente, stiamo lavorando su un dispositivo odontoiatrico che mira a semplificare il lavoro dei professionisti

e a migliorare il comfort dei pazienti durante alcune procedure odontoiatriche. Parallelamente, stiamo sviluppando l'elettronica di controllo per macchinari dedicati al fitness e alla riabilitazione posturale. Nel campo del benessere animale, abbiamo partecipato a un progetto collaborativo coinvolgendo diversi partner tecnologici in svariati settori. In questo contesto, abbiamo creato un dispositivo innovativo che monitora costantemente lo stato di salute degli animali domestici, contribuendo sia a valutare il loro benessere complessivo che a individuare tempestivamente eventuali problemi di salute».

Per quello che riguarda l'illuminazione stradale che soluzioni prospettate?

«In un'epoca in cui il risparmio energetico è fondamentale, il problema dell'illuminazione stradale inefficiente è evidente. Nonostante anni di ricerca, continuiamo a sprecare enormi quantità di energia e denaro a causa di luci accese inutilmente. La soluzione non richiede tecnologie rivoluzionarie ma una gestione intelligente delle risorse luminose e sistemi di controllo efficienti. Negli ultimi sei anni, Ema-Tech ha sviluppato una soluzione che consente l'illuminazione soltanto quando serve, offrendo una risposta tangibile a un problema palese. In questo contesto, stiamo cercando collaborazioni con aziende operanti nel set-

tore dell'illuminazione stradale per fornire questa soluzione intelligente come un complemento ai loro prodotti. Le competenze aziendali di Ema-Tech sono parte integrante dell'offerta, facilitando una transizione agevole. Spesso si parla di costruire nuove centrali nucleari per aumentare la produzione energetica, senza prestare la dovuta attenzione al concetto di "consumare meno" o di farlo in modo più intelligente. La soluzione di Ema-Tech potrebbe contribuire a rendere le nostre strade più efficienti e sostenibili, riducendo lo spreco energetico che vediamo ogni notte fuori dalla finestra, con luci che brillano inutilmente a spese di tutti».

Quali prospettive avete per il prossimo futuro?

«Per il prossimo futuro, in vista del nostro impegno continuo per la crescita e lo sviluppo, Ema-Tech sta attivamente lavorando sulla creazione di una serie di prodotti offerti ai nostri clienti come soluzioni di base, con la fles-

Maria Fantinel, della Ema-Tech di Pordenone
www.ema-tech.it



sibilità di personalizzazioni su richiesta. Negli ultimi dodici mesi, attraverso collaborazioni proficue con aziende del settore nella nostra regione, siamo entrati con successo nel mondo della robotica, concentrandoci, in particolare, sulle applicazioni di robot sementi. Questo settore è in costante crescita e subisce rapidi cambiamenti, ed è qui che desideriamo consolidare la nostra presenza. Stiamo attualmente sviluppando un sistema di guida autonoma per dispositivi robotici, una soluzione che potrebbe avere un impatto significativo sia in ambienti esterni, dove sfrutterà sensori ad alta precisione satellitare, sia in ambienti interni, attraverso l'integrazione di avanzati sistemi di visione tridimensionale».

• Guido Anselmi

Progetti in agricoltura

Nell'ambito dell'agricoltura 4.0, Ema-Tech si sta dedicando a un progetto elettronico di grande complessità per un cliente, incentrato sulla sostenibilità ambientale. «Una volta completato, questo progetto rivoluzionerà l'approccio al trattamento del terreno, eliminando la necessità di pesticidi e fitofarmaci e promuovendo un'agricoltura più ecocompatibile – spiega Maria Fantinel -. Poiché il progetto è protetto da brevetto, non possiamo condividere dettagli specifici sul sistema. Tuttavia, possiamo affermare che la sua forza risiede nella riqualificazione e nell'uso di tecnologie già consolidate in altri settori, che lo rendono competitivo e altamente innovativo».

Un caviale tutto al femminile

Tre giovani imprenditrici, Jenny, Giada e Joys Giaveri, continuano la tradizione di famiglia, puntando oggi su un prodotto molto raro e di eccellente qualità: il caviale Beluga Imperial

Apochi chilometri da Venezia, precisamente a San Bartolomeo di Breda in provincia di Treviso, troviamo l'impianto di allevamento di storioni più vario del mondo: 10 specie diverse che, dagli anni 70, danno vita ai possedimenti ittici della Caviar Giaveri: oltre 15 ettari protetti e controllati dove gli equilibri naturali sono rispettati.

Qui, con passione e dedizione, ogni giorno Jenny, Giada e Joys Giaveri, tre giovani imprenditrici, continuano la tradizione di famiglia a fianco del padre Rodolfo.

Caviar Giaveri è uno dei più importanti produttori nel mondo con oltre 15 tonnellate di caviale italiano sostenibile di alta qualità. L'azienda è divenuta nel tempo leader nel settore nonché un marchio votato all'eccellenza con uno stile riconoscibile, alto e trasparente, come la qualità del caviale proposto in diverse selezioni.

Che cosa vi caratterizza maggiormente?

JENNY GIAVERI: «Il nostro forte impegno a rendere il percorso produttivo più rispettoso per l'ambiente, risparmiando risorse energetiche e idriche, utilizzando energia certificata proveniente da fonti rinnovabili: un'importante scelta di responsabilità nei confronti del pianeta e delle generazioni future. La nostra attività è svolta nel rigoroso rispetto della natura, con una particolare attenzione all'integrità degli ambienti naturali, con l'utilizzo di acqua che sgorga direttamente all'interno della proprietà per garantire il benessere degli storioni e la qualità organolettica dei prodotti. Le moderne tecnologie di acquacoltura permettono la sostenibilità degli impianti e la salvaguardia di quell'animale meraviglioso che è lo storione, qui gli esemplari vivono in modo molto simile a quello selvatico. La strada adottata rispetto ai principi di sostenibilità



Azienda green

Alleviamo dieci diverse specie, il che permette di scegliere tra una ricca varietà di tipi di caviale ecosostenibile, siamo attualmente il parco storioni più vario del mondo con la collezione di caviale più ampia disponibile sul mercato

fanno di Caviar Giaveri un'azienda "green" a 360 gradi. Ogni esemplare è accudito e seguito in tutte le fasi della sua crescita: ogni aspetto è curato minuziosamente per ricreare il miglior habitat (lo storione è specie protetta e l'allevamento ne tutela la salvaguardia), garantendo il massimo rispetto per l'equilibrio dell'ecosistema. L'alimentazione, la temperatura dell'acqua, le condizioni di ogni storione, sono monitorate 24/7 da sistemi computerizzati e dal vigilante controllo di personale esperto».

Come avviene il processo produttivo?

JOYS GIAVERI: «Da ogni specie di storione si estraggono tipologie molto diverse di caviale. Gli elevati standard raggiunti permettono di avere la tracciabilità totale del caviale prodotto. Si tratta di avere amore, passione e pazienza quotidiane, perché servono molti anni per la maturazione del pesce, dai 7 ai 20 anni e oltre, a seconda della specie allevata. Dall'uovo alla larva, dall'avannotto allo storioncino, dallo storione alle sue uova. Un ciclo di vita delicato che Caviar Giaveri protegge con passione, dedizione e professionalità. L'obiettivo è, infatti, quello di ottenere un prodotto di elevata qualità ed è questo che ha determinato

la scelta di lavorare artigianalmente seguendo fedelmente la tradizione. Il rigore del processo produttivo è testimoniato dai certificati più autorevoli, come IFS Food higher level, e la moderna tecnologia viene applicata in tutte le fasi produttive, per un controllo totale dell'intera filiera produttiva. Con questa certificazione vi è il rispetto dei severi standard internazionali di produzione, la sicurezza dei prodotti alimentari è garantita da procedure di controllo ricono-

sciute e indipendenti».

Qual è il vostro prodotto di punta?

GIADA GIAVERI: «Tra le selezioni più rare e pregiate, il fiore all'occhiello della Collezione Giaveri è il Beluga Imperial (proveniente dallo storione *Huso huso*): il meglio dell'eccellenza italiana. L'esperienza di gustare il sapore unico di questo caviale dalle inconfondibili uova di grandi dimensioni è tra le raffinatezze gastronomiche più esclusive e prelibate. Il suo colore? Un inconfondibile grigio perla, con uova di oltre 3,5 mm caratterizzate da note gustative delicate e burrose. Bisogna attendere almeno 30 anni per ottenerle. Da gustare rigorosamente in purezza, questo caviale per antonomasia è un vero e proprio status symbol. Come dimenticare la passione per il Beluga di James Bond?».

Chi sono i vostri clienti?

G.G.: «Caviar Giaveri vende il 90 per cento del suo prezioso caviale all'estero: in Europa, Usa, Canada, Brasile, Sud Africa, Australia e Oriente e il mercato italiano è in costante crescita. Distribuiamo il caviale presso i grandi ristoranti, le più raffinate gastronomie, negozi gourmet in Italia e nel mondo. Inoltre, si possono trovare tutte le selezioni nei formati preferiti presso la boutique aziendale, direttamente dal produttore, e online nella sezione "il Caviale"».

• **Cristiana Golfarelli**



L'etichettatura e la sicurezza

Acquistare il caviale proveniente da un allevamento autorizzato e dotato di idonea etichettatura rappresenta un valido impegno a sostenere chi contribuisce, legalmente, alla salvaguardia dello storione. Per conoscere cosa si acquista è molto importante saper comprendere l'etichetta apposta sul retro della confezione che rispetta le indicazioni sull'etichettatura proposte dalla "Convenzione sul commercio internazionale delle specie animali e vegetali in pericolo di estinzione" (Cites). Il sistema di etichettatura del caviale aiuta i governi, i commercianti e i consumatori nel distinguere caviale legale da caviale illegale per un consumo intelligente del prodotto orientato alla tutela dello storione. Attenzione quindi alla scelta, Caviar Giaveri è un produttore che si occupa del ciclo completo, quindi dalla riproduzione dei piccoli storioni, ai lunghi anni di allevamento, alla produzione del caviale e alla sua commercializzazione, garantendo quindi una totale tracciabilità del prodotto e assicurando il rispetto degli standard sanitari più esigenti: la cosiddetta filiera corta. Giaveri è inoltre membro sostenitore della World Sturgeon Conservation Society.



Jenny, Giada e Joys Giaveri alla guida della Caviar Giaveri di Breda di Piave (Tv)
www.caviargiaveri.com



Rial Pharma, da oltre 25 anni l'alta qualità nutraceutica

Rial Pharma è un'azienda specializzata nella distribuzione di sostanze farmacologicamente attive, materie prime ed estratti vegetali, nutraceutici destinati alla produzione di integratori, di prodotti galenici per la farmacia e per l'industria farmaceutica, alimentare, nutrizionale e cosmetica. Tra i nostri obiettivi c'è il continuo miglioramento dell'offerta: a tal fine, facciamo leva non solo sulla competenza e grande esperienza che possiamo vantare, ma anche sui forti legami di collaborazione con i nostri fornitori e partner internazionali. Inoltre, importiamo materie prime selezionate per conto terzi in Italia e i nostri responsabili tecnici e commerciali Rial Pharma sono in grado di offrire un servizio di ricerca prodotti altamente specialistico. Il rapporto diretto con i produttori, poi, ci permette di ottenere forniture veloci e personalizzate in un periodo storico dove le materie prime scarseggiano e gli ordini richiedono tempi lunghi.



Particolare attenzione viene rivolta al processo di ricerca di approvvigionamento e controllo attraverso il quale sono individuate, specificate, reperite ed erogate tutte le attività e procedure allo scopo di fornire e mantenere quei livelli di servizio eccelsi in grado di soddisfare le esigenze aziendali e del consumatore finale. In più, interveniamo con professionalità anche su necessità successive alla consegna.

La politica per la qualità, che fa perno sui contenuti suddetti, è attuata, diffusa e sostenuta tramite:

- l'applicazione del sistema di gestione per la qualità;
- l'utilizzo di fornitori e materiali qualificati;
- la documentazione di tutti gli errori rilevati all'interno dell'azienda e dei reclami dei clienti, della loro analisi e risoluzione (trattamento);
- il monitoraggio sistematico delle esigenze dei clienti e del grado della loro soddisfazione;
- l'introduzione di azioni preventive e correttive necessarie a garantire rispettivamente che le cause dei problemi siano prevenute o rimosse definitivamente.

Infine, siamo costantemente impegnati nei processi aziendali per garantire il rispetto di prevenzione, di contenimento degli impatti ambientali e di consumo di risorse, oltre che essere promotori di una maggiore sensibilità ambientale.



 **RialPharma**[®]
INGREDIENTS SOLUTIONS PROVIDER

Rial Pharma
via Ruggero Leoncavallo, 12
20031 Cesate (Mi)
Tel. 02 990 213 92
www.rialpharma.it
info@rialpharma.it

La nuova start up factory

Giulietta Testa presenta Djungle Studio: uno start up builder pronto a trovare nuove opportunità di business e a lanciare prodotti e soluzioni digitali che le persone non vedono l'ora di utilizzare

Gli start up studio possono essere generalisti, operando in diversi mercati, o verticali, specializzati in un solo settore o tecnologia. Djungle Studio segue un modello ibrido: è specializzato nella tecnologia e nella metodologia che utilizza, ma opera in vari mercati. Si concentra sui servizi quotidiani in settori come foodtech, fintech, benessere, govtech e sportech. «Nato nel 2021 a Torino, Djungle Studio è uno start up studio, una “fabbrica di start up”, che si dedica allo sviluppo e al lancio di nuovi prodotti e soluzioni digitali, con una mission molto chiara: trovare nuove opportunità di business B2C pensate per l'uomo di oggi e del futuro» spiega la founder Giulietta Testa.

Cosa significa essere una “fabbrica di start up”?

«L'obiettivo di Djungle Studio è quello di creare start up che siano pronte a scalare il mercato, abbassando al minimo il rischio di fallimento. Djungle Studio lavora su più start up in parallelo, seguendo un processo di discovery e validation che permette di portare avanti soltanto le idee e le soluzioni digitali che hanno potenziale, sia in termini di business che di impatto reale sulla vita delle persone che andranno a utilizzarle. Risorsa fondamentale, il team consolidato, composto da 35 persone e che padroneggia un mix di skill e abilità indispensabili per operare nell'ambito dell'innovazione digitale. Business, tech, finance, marketing, research e data science sono i team dedicati al supporto delle squad operative in fase early stage sulle singole iniziative».

Qual è il modello di Djungle Studio?

«Il modello di uno start up studio è basato sull'abbassare il rischio di fallimento velocizzando le fasi di test e di chiusura delle iniziative, a favore di quelle più promettenti. Uno start up studio è un'azienda che opera da founder di una start up e come founder è sia



Una mission molto chiara

Creiamo start up pronte a scalare il mercato, abbassando al minimo il rischio di investimento. Miriamo a trovare nuove opportunità di business B2C pensate per l'uomo di oggi e del futuro

l'ideatore che l'esecutore di idee ad alto potenziale e per la fase di pre-seed/seed lo studio è anche l'investitore. Questo modello sta dimostrando estremamente vincente a confronto con il classico modello dei VC, perché agisce nelle fasi early stage in cui c'è più bisogno di ridurre il rischio.

Djungle Studio è l'unico player in Italia che in fase di spin-off detiene una quota superiore al 60 per cento di equity. Questo è possibile grazie alla struttura, gli asset tecnologici e la metodologia che si trasformano in investimento e quindi in share. Generiamo ogni anno un minimo di due start up che possono

essere vendute in cinque anni a una valorizzazione tra i 20 e i 30 milioni di euro. Dal punto di vista delle corporate o degli investitori, gli start up studio sono molto vantaggiosi poiché consentono di diversificare gli investimenti e di conseguenza ridurre il rischio annesso. Quando un imprenditore intraprende da solo la creazione di una start up, se quest'ultima fallisce, molto probabilmente significa aver perso l'investimento, poiché le risorse utilizzate non vengono recuperate. Al contrario, in Djungle Studio il fallimento fa parte del processo, non ha un impatto significativo e le risorse mobilitate vengono trasferite ad un'altra start up. Sviluppiamo un progetto solo dopo aver validato con i futuri clienti il reale bisogno attraverso indagini di mercato, test sul campo e interazioni con l'utente finale. I nostri asset tecnologici (e ne abbiamo di belli!) ci consentono di lanciare facilmente MVP e business model validati sul mercato di riferimento».

Perché ricorrere a uno start up builder?

«Questo approccio imprenditoriale seriale abbassa il rischio di fallimento di ciascuna start up creata, rendendola una vera opportunità di business (un investimento a cui è difficile rinunciare!). La metodologia agile ci consente di lavorare in parallelo su diverse linee di sperimentazione e di individuare la

formula della start up perfetta grazie all'ottimizzazione di processi e modelli».

Quali progetti state realizzando?

«Allo stato attuale Djungle Studio lavora su sei iniziative in parallelo coprendo cinque settori di mercato. Due di queste iniziative sono venture costituite e tre sono in fase di fundraising. A dicembre 2023 verrà aperto ufficialmente anche il fundraising su Djungle Studio che servirà a lavorare all'incremento delle linee di sperimentazione».

Qual è la vostra prima venture costituita?

«MAMMT nasce dalla cucina di Djungle Studio ed è la sua prima venture costituita. Nel contesto pandemico 2020-21, il bisogno di pranzare, incastrando la pausa tra le call, era diventato improvvisamente rilevante. È così che è nata MAMMT, l'unico servizio per la pausa pranzo in cui la scelta è delegata ad un sistema tecnologico che ti conosce al meglio, grazie all'analisi di dati, feedback ricevuti



Giulietta Testa, ceo e co-founder di Djungle Studio a Torino - www.djungle.io

e profilo definito dall'utente. MAMMT sceglierà in maniera accurata “risolvendo” il pranzo in modo affidabile e puntuale. Dopo meno di due anni, MAMMT ha raggiunto più di 40mila download e un fatturato previsionale 2023 di 0.5 milioni di euro offrendo il servizio su Torino e Milano. MAMMT può contare inoltre su diversi asset tecnologici che permettono la gestione di un'elevata mole di ordini con uno staff agile. La più importante? Una menu machine, in grado di filtrare i menu in base alle preferenze degli utenti e abbinare automaticamente i piatti più adatti e con il giusto equilibrio nutrizionale, consentendo una riduzione dei costi e dello spreco alimentare».

• **Guido Anselmi**

Il percorso professionale

Co-founder e ceo di Djungle Studio, Giulietta Testa è un'ex giornalista e violinista con una passione contagiosa per la tecnologia. Dopo esperienze internazionali in comunicazione, consulenza aziendale e gestione dello sviluppo software, nel 2017 fonda con Alessandro Nasi Djungle, una tech company dedicata al customer engagement attraverso la gamification sui mercati retail e smart city. Nel 2021, a seguito di un M&A con Planet Smart City, Djungle diventa Djungle Studio, uno dei primi start up studio in Italia, specializzato nello sviluppo di start up nel mercato B2C grazie alla sua forza nell'utilizzo della metodologia di discovery, validation e customer creation.

Una consulenza dalla doppia anima

Annalisa Merlini, titolare dell'omonimo studio di consulenza del lavoro, racconta i traguardi raggiunti e le sfide future della sua professione, sempre più aperta alla digitalizzazione e al metaverso, senza mai trascurare l'aspetto umano

I consulenti del lavoro in Italia sono circa 28 mila: in linea con un mercato del lavoro molto flessibile, negli ultimi anni hanno conosciuto una grande espansione nell'esercizio delle loro funzioni. Si occupano di amministrazione aziendale a 360 gradi, dal campo amministrativo, economico e lavoristico, assistendo le aziende durante l'intero percorso di nascita ed evoluzione.

È fondamentale per le aziende italiane poter contare sulla consulenza di studi professionisti preparati, forti delle competenze e degli strumenti adatti per affrontare al meglio le nuove sfide e supportare le imprese, come lo Studio Merlini, capitanato da Annalisa Merlini.

Può descriverci le attività del vostro studio?

«All'interno del mio studio vengono curati tutti gli aspetti inerenti la gestione del



intraprendendo la trasformazione digitale dello studio. Affiancheremo anche professionisti più giovani per formare un team da dedicare a quelle che saranno le nuove possibilità offerte dalla digitalizzazione e dal metaverso (per tutto quello che riguarda lo stretto operativo) ma mantenendo sempre vivo il rapporto umano, personale. Il mio obiettivo è ottimizzare i tempi di lavoro dello studio tra quello che ci può offrire il mondo digitale con la sua velocità, e allo stesso tempo mantenere una veste tagliata per il cliente, assistendolo personalmente. Vorrei conservare questa doppia anima nello studio, digitale e umana, sottolineando l'importanza e la preminenza che ancora oggi detiene la presenza e la vicinanza al cliente».

• **Cristiana Golfarelli**

Internazionalizzazione

Siamo un punto di riferimento per eventuali realtà imprenditoriali che vogliono affacciarsi al mercato degli Emirati o ad altre realtà internazionali

personale, dalla stesura dei contratti di lavoro, alla consulenza in merito a incentivi, ammortizzatori sociali e agevolazioni contributive. Viene offerta, inoltre, la consulenza tecnica per la risoluzione di contenziosi e la rappresentanza delle aziende nelle vertenze extragiudiziali derivanti dai rapporti di lavoro dipendente e autonomo. Specializzati nel settore dello spettacolo, seguiamo in particolar modo gli aspetti contrattuali e previdenziali degli artisti liberi professionisti. La nostra mission è accompagnare nella crescita le aziende nostre assistite e i loro dipendenti. Negli ultimi anni, lavorando in team con esperti di internazionalizzazione, mi sono dedicata all'approfondimento dei mercati esteri, con un focus sul mondo degli Emirati Arabi e la sua normativa lavoristica e nel 2023 sono diventata italiana rappresentativa licuac. Lavoro soprattutto in rete con altri professionisti, esperti nei settori fiscali, legali, privacy e sicurezza in ambienti di lavoro».

La consulenza in materia di lavoro rappresenta un settore chiave all'interno dell'organizzazione aziendale.

«Sì ed è anche un ambito di importanza strategica per definire le politiche occupazionali e intervenire con efficacia nelle dinamiche del lavoro. Unitamente all'amministrazione del personale le attività di quest'area non possono e non devono limitarsi alla corretta gestione delle buste paga e degli adempimenti imposti dalla normativa vigente ma devono costituire il supporto all'azienda nelle scelte più oculate per l'inserimento dei lavoratori e per la gestione del costo del personale relativo».

In quali altri ambiti siete specializzati?

«Il nostro team è specializzato nella consulenza amministrativa tributaria e fiscale per le realtà imprenditoriali di qualsiasi tipo e dimensione e per le persone fisiche. Ci occupiamo di contabilità, dichiarazioni annuali, assistenza alla redazione dei bilanci assistenza fiscale e fatturazione. La competenza, la professionalità e il costante aggiornamento ci permettono di gestire qualsiasi tipo di problematica riguardante i settori di consulenza amministrativa fiscale e tributaria».

Fare business negli Emirati Arabi

Uniti e nei paesi internazionali quali opportunità offre?

«Diventare italiana rappresentativa mi ha dato la possibilità di essere un punto di riferimento per eventuali realtà imprenditoriali che vogliono affacciarsi al mercato degli Emirati o ad altre realtà internazionali. Settore immobiliare e food sono i mercati più in crescita, in particolare il comparto vinicolo ha una grande ripresa. Sta crescendo la richiesta anche di tutto quello che riguarda il sanitario».

Quali obiettivi avete per il futuro?

«Vorrei consolidare la rete perché credo che oggi creare una rete di professionisti con diverse specializzazioni permetta di essere più competitivi sul mercato. Un altro aspetto imprescindibile è aprirsi alle nuove tecnologie tra cui l'intelligenza artificiale e il metaverso. A tal fine stiamo



Annalisa Merlini, titolare dello Studio commerciale Merlini di Livorno
www.studiomerliniannalisa.it

Il percorso professionale

«Appassionata dal mondo lavoristico, ho deciso di intraprendere gli studi necessari per ottenere l'abilitazione professionale all'esercizio della professione di consulente del lavoro - spiega Annalisa Merlini -. Ottenuta nel 1992 l'abilitazione professionale, mi sono iscritta all'albo provinciale di Livorno, rendendomi subito attiva nel mondo istituzionale e vivendo in prima persona la realtà sindacale e successivamente quella del Consiglio Provinciale di Livorno. Nel mio curriculum annovero diverse esperienze, sono docente in materia di lavoro e di comunicazione, in percorsi formativi organizzati da Agenzie formative autorizzate, e sono membro di Organismi riconosciuti, che mi permettono di tenere costantemente aggiornata la mia professionalità».

Obiettivo, tutela ambientale

Da quarant'anni Tecom è leader nei settori della logistica e dei trasporti, bonifiche, sanificazioni e pulizie industriali. Con la ceo Livia Nuzzo scopriamo nello specifico i servizi e le tecnologie destinati alla gestione dei rifiuti e alla riqualificazione dei siti contaminati

L'ambiente e la sua salute sono fondamentali per la sopravvivenza stessa degli organismi che lo abitano. Procedure come le bonifiche di siti contaminati sono considerate essenziali per la salvaguardia di intere aree esposte al fenomeno dell'inquinamento e significano risanare e donare nuova vita al terreno e all'ambiente contaminato. Questo è uno dei numerosi servizi di cui si occupa Tecom, azienda nata nel 1986, che oggi rappresenta nel Sud Italia una fra le più apprezzate società private operanti nel settore della tutela ambientale. Alla guida dell'impresa, la ceo Livia Nuzzo.

È alla guida di una realtà specializzata in un comparto "difficile" per le donne. Come si inserisce la figura femminile in questo settore?

«La figura femminile non è mai mancata nella gestione del business, e il successo conseguito ha dimostrato l'efficacia di un personale inclusivo di figure diversificate. Tecom è da sempre in prima linea nella salvaguardia dell'ambiente e le nostre scelte vengono effettuate adottando strategie ecosostenibili e a basso costo».

In quali servizi siete specializzati?

«In materia ambientale, offriamo servizi diversificati e molto specifici: bonifiche ambientali, rimozione e smaltimento amianto, gestione rifiuti pericolosi e non pericolosi, pulizie tecniche e industriali, manutenzione delle reti idriche e fognarie. Forniamo una risposta qualificata alle esigenze di caratterizzazione ambientale e di ripristino dei siti inquinati, assistendo i nostri clienti in tutte le fasi dell'iter autorizzativo richiesto dalla normativa vigente».

Cosa sono le bonifiche dei siti contaminati?

«La bonifica ambientale è un'operazione particolarmente complessa e ben strutturata che consiste nel recupero profondo di un'area per riportarla a valori accettabili per la sua destinazione d'uso. In particolare, trattiamo la bonifica di siti contami-



Accanto al cliente

Forniamo una risposta qualificata alle esigenze di caratterizzazione ambientale e di ripristino dei siti inquinati, assistendo i nostri clienti in tutte le fasi dell'iter autorizzativo richiesto dalla normativa vigente

nati da amianto, che prevede il sopralluogo sul cantiere, l'analisi sullo stato dei luoghi e il prelievo di campioni da analizzare in laboratorio. Individuata la tipologia di intervento da eseguire, Tecom provvede alla preparazione di un piano di lavoro da presentare presso gli enti competenti (spesal, ufficio igiene). Al termine delle operazioni di bonifiche, Tecom rilascia la documentazione necessaria a garantire l'avvenuto ripristino dei luoghi in cui si è intervenuti».

Come avviene la gestione dei rifiuti?

«Tecom realizza in piena autonomia la gestione di rifiuti speciali, pericolosi e non pericolosi, e assimilabili agli urbani. Nella fattispecie dei rifiuti industriali, Tecom individua il ciclo produttivo e la conse-

guente gestione dei rifiuti prodotti da ciascuna tipologia di attività. Individuata la realtà industriale con cui si sta operando, Tecom procede alla caratterizzazione e classificazione del rifiuto; a tali fasi seguirà il trasporto e lo smaltimento dei rifiuti secondo normativa vigente e attraverso le più moderne attrezzature. Tecom offre anche la possibilità di realizzare e gestire isole ecologiche per conto di realtà industriali particolarmente complesse».

Vi occupate anche della manutenzione di reti idriche e fognarie?

«Tecom, attraverso la pluridecennale attività aziendale di tutela ambientale, ha sviluppato molteplici competenze in tale settore, tra cui la complessa manutenzione delle reti idriche e fognarie, che viene effettuata attraverso l'utilizzo di mezzi e strumenti all'avanguardia. Il nostro parco mezzi dispone di autospurgo di proprietà, combinate a 2 e 3 assi, muniti delle migliori tecnologie per l'esecuzione di servizi quali: hydrojet, aspiratori industriali, sistemi idraulici ad alta pressione, cisterne a scomparti e cisterne allestite ADR per il trasporto dei reflui e dei rifiuti pericolosi. L'esperienza maturata nel settore ci ha permesso nel tempo di perfe-

zionare il servizio offerto per la manutenzione delle reti fognarie, pozzetti e vasche di raccolta, anche mediante lo studio e progettazione di un prototipo elettrico a zero impatto ambientale per l'esecuzione di tali servizi. In tal maniera, Tecom può intervenire sia in ambito civile che industriale, sia in spazi aperti che all'interno di capannoni o altri siti industriali, senza alcuna emissione di CO₂».

L'attenzione per l'ambiente si riflette in ogni scelta aziendale.

«Operando nella gestione dei rifiuti, l'azienda è perfettamente consapevole di quanto sia fondamentale l'attenzione ai cambiamenti climatici, e ha pertanto intrapreso scelte programmatiche basate sull'economia circolare e sulla riduzione dell'impatto ambientale. È stata infatti tra le prime realtà ad aderire alla transizione ecologica, impegnandosi nell'adozione di tecniche di lavoro più sostenibili, dalle attività all'uso dei mezzi. Nota di particolare rilievo è l'appena concluso progetto Emul-

Livia Nuzzo, ceo della Tecom di Bari
www.tecomsoluzione.it



siongel. In collaborazione con l'Università del Salento, infatti, Tecom ha sviluppato un dispositivo per il trattamento delle emulsioni industriali esauste, riuscendo a separare la frazione acquosa da quella organica, e riducendo così al minimo il volume del rifiuto. La tecnologia si basa su un sistema innovativo di rimozione della componente organica, mediante l'utilizzo di biopolimeri ottenuti da precedenti scarti di lavorazione. È stato inoltre sviluppato un kit di emergenza ad alta efficienza, che permette di assorbire gli sversamenti accidentali che possono avvenire durante il trasporto e le movimentazioni di rifiuti liquidi pericolosi».

• **Cristiana Golfarelli**

Punti di forza

Con un'esperienza pluridecennale alle spalle, Tecom si occupa con tempestività e accuratezza di tutti i servizi che offre ai clienti. L'azienda si distingue per affidabilità, professionalità e un elevato livello di know-how. Si avvale della collaborazione di figure specializzate, con un'esperienza decennale. Chimici e tecnici ambientali, altamente qualificati e in costante aggiornamento, garantiscono un servizio sicuro ed efficace, diversificato sulla base delle richieste del cliente.

Il commercialista per i giovani

Capitanato da Federica Bellomia, Bellomia Advisor è uno studio di commercialisti giovani per i giovani (non soltanto anagraficamente ma soprattutto a livello di idee)

Nonostante internet sia una miniera inesauribile di informazioni, le notizie che vi si trovano sull'apertura o gestione di partita iva sono spesso contraddittorie, scritte in modo poco chiaro e provenienti da fonti dubbie. I giovani che cercano di orientarsi in questo marasma di informazioni frequentemente si trovano disorientati e necessitano della guida di buoni consulenti per dirimere i loro problemi.

Bellomia Advisor è uno studio di giovani commercialisti che collaborano, spinti dall'obiettivo di aiutare i giovani a sviluppare e realizzare le loro idee imprenditoriali, assisterli e sostenerli nella crescita della loro attività d'impresa o professionale, come racconta la titolare, Federica Bellomia.

Come nasce il vostro studio?

«L'idea è nata alcuni anni fa in Brianza, ascoltando dei ragazzi che esprimevano il loro spaesamento ogni volta che si nominavano le parole "tasse, partita iva, dichiarazione dei redditi". Questo ci ha fatto capire quanto sia importante

Federica Bellomia, titolare dello studio Bellomia Advisor di Monza - www.bellomiadvisor.it



L'idea

I ragazzi hanno la necessità di avere una figura di riferimento vicina, al passo con i tempi, digitalizzata e al tempo stesso in contatto diretto per un rapporto umano di fiducia e consulenza continua

la consulenza di un esperto, che fornisca loro spunti, indicazioni, con estrema chiarezza. Molti ragazzi vedono la figura del commercialista come quel professionista molto lontano dalle persone, sul piedistallo e di cui avere timore. Inoltre la loro percezione è quella di sentirsi trattati dagli studi come clienti di serie B rispetto alle società già avviate da tempo e che fatturano molto. Invece è proprio quando si è alle prime armi che si necessita di avere una figura di riferimento vicina, possibilmente al passo con i tempi e digitalizzata, con cui avere al tempo stesso un rapporto umano di fiducia. E così abbiamo creato Bellomia Advisor, il commercialista per i giovani».

Quali sono i maggiori problemi che state attraversando?

«Uno dei problemi più urgenti che stiamo incontrando nella nostra professione riguarda il fatto che abbiamo sempre meno iscritti all'ordine dei commercialisti, soprattutto professioniste donne. Anche i ragazzi che intraprendono questa strada calano e c'è un alto tasso di abbandono. Il problema è particolarmente serio e riversa ripercussioni anche sui professionisti già avviati, in termini di assenza di collaboratori di studio e mancanza di contributi versati per la futura pensione. Bisogna tornare a valorizzare la nostra professione».

Quali sono le motivazioni che portano i giovani a non approcciarsi alla vostra professione?

«Conosco bene i motivi perché ci sono passata io stessa in quella fase di frustrazione e di dubbi, quando ancora ero una tirocinante: senso di sfruttamento, assenza di chiare prospettive di crescita professionale, sentirsi relegati ai ruoli più marginali, incertezza sul futuro, compensi irrisori, mancanza di coinvolgimento all'interno dello studio. Ricordo ancora l'angoscia che ho provato quando ho messo piede la prima volta in uno studio e mi hanno affidato dei compiti senza nessuna linea guida. Ero abbandonata a me stessa. Infine, ultimato il tirocinio ti tocca scontrarti con lo scoglio insormontabile dell'esame di abilitazione, sempre più difficile e molto vasto in termini

di programma e materie di studio.

Oggi l'attrattiva sembrerebbe provenire dalle Big4 dove i ragazzi vengono attirati dal nome, da uno stipendio e dai fringe benefit. Ma non è tutto oro quello che luccica: spesso infatti si celano dietro orari di lavoro improponibili per uno stipendio che alla fine poi tanto adeguato non è».

Quale soluzione proponete?

«Rompere i cliché che ruotano attorno a questa professione è sempre stato il mio obiettivo, da qui il mio desiderio di mettermi in proprio, realizzare "il commercialista per i giovani" dove ho creato un ambiente ad hoc fatto di contatto diretto con le persone, rapporto più easy e linguaggio più semplice anche su canali come i social.

Tra le soluzioni che abbiamo pensato per i giovani futuri colleghi: un percorso di affiancamento per prepararli all'esame di stato, guidarli con percorso di studio personalizzato 1 to 1 con un tutor. Il percorso viene pensato in base ai tempi e ai reali bisogni del candidato.

Una volta divenuto professionista abilitato, valutiamo la possibilità di inserimento all'interno dello studio come collaboratore, anche in modalità smart-working, e fornendogli delle prospettive di crescita con step che vanno dalla figura di junior, senior a manager.

Per i collaboratori più intraprendenti e che hanno i requisiti, offriamo affiancamento per prepararli all'apertura del proprio autonomo studio. I professionisti che formiamo hanno la possibilità di gestire l'attività in affiliazione, ovunque sul territorio nazionale. I vantaggi ovviamente sono: avvalersi del know-how aziendale, ridurre il rischio d'impresa e i tempi di avviamento, ottimizzare la produttività e la redditività delle risorse impiegate, traendo i maggiori benefici possibili da una realtà già strutturata e organizzata. Un domani l'obiettivo è arrivare anche all'estero».

• **Beatrice Guarnieri**

Business Academy

La Business Academy di Bellomia Advisor propone diversi corsi, tutti tenuti da dottori commercialisti con esperienza ultradecennale, con un taglio pratico e analisi di esempi aziendali per consentire ai clienti dello Studio Bellomia l'immediato utilizzo delle conoscenze e competenze nel mondo del lavoro.

Al termine del percorso viene rilasciato l'attestato di frequenza valido per fini lavorativi e di formazione professionale.

Per ogni corso sono disponibili diverse opzioni adatte a varie esigenze: corso online registrato, corso online interattivo, corso in presenza in aula, corso individuale con tutor personale.

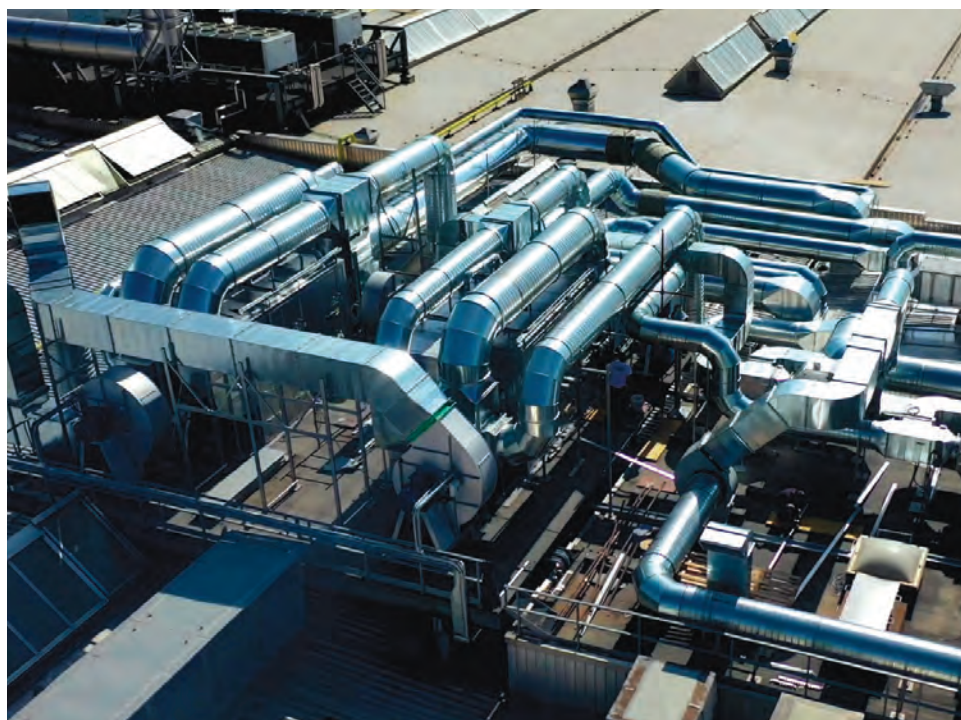
La signora della metalmeccanica

Alessandra Barbazza che, insieme al fratello Alberto, guida la Terma Energia, realtà leader nell'impiantistica civile e industriale del condizionamento, termoventilazione e aspirazione aria, fa luce sui problemi che ancora oggi la donna attraversa nel mercato del lavoro, prospettando le soluzioni che ritiene più adeguate per risolverli

Nel passato le donne venivano educate per diventare esclusivamente mogli e madri, oggi questo ruolo è cambiato nei paesi occidentali: le donne studiano e ricoprono sempre più spesso ruoli manageriali e impiegatizi coniugando lavoro e impegni familiari. Il comparto metalmeccanico, però, è un settore in cui si ritiene, dati alla mano, che il gentil sesso non possa trovare occupazione come gli uomini. «Il punto della questione è che, nonostante le varie misure di welfare che vengono proposte e applicate ai contratti di lavoro, non ci si focalizza mai sulle vere problematiche che una donna può incontrare in questo tipo di settore - spiega Alessandra Barbazza, alla guida della Terma Energia di Magenta (Mi) -. Ci sono lavori considerati "gravosi", ma è sbagliato il pensiero che solo gli uomini li possano svolgere, possono essere eseguiti in maniera eccellente anche dalle donne, magari aiutata da macchinari moderni e sistemi di industria 4.0 o addirittura 5.0 che vanno oltre l'automazione, cercando di combinare le capacità delle macchine con l'intelligenza e la creatività umana. Il vero problema è che, per modernizzare le attività produttive, occorrono nuovi impianti e macchinari che hanno spesso dei costi proibitivi».

Quali soluzioni prospetta per risolvere questo problema?

«A mio avviso bisogna legare il discorso dell'assunzione delle donne con gli incentivi per il rinnovamento degli impianti e dei macchinari legando così il mondo delle donne, ma anche dei più fragili, al discorso dell'innovazione e della metalmeccanica. C'è poi bisogno di potenziare tutti gli stru-



Una visione da cambiare

Ci sono lavori considerati "gravosi", ma è sbagliato il pensiero che solo gli uomini li possano svolgere, possono essere eseguiti in maniera eccellente anche dalle donne, magari aiutata da moderne tecnologie

menti di sostegno alla genitorialità. Se questa visione si applicasse, ci sarebbe un drastico calo della disoccupazione femminile in Italia. Per fare ciò, a mio avviso occorre che anche in questo ambito vengano destinati dei fondi e degli incentivi per realizzare delle aree di condivisione, adibite a funzioni sociali in cui le aziende o più aziende, magari dello stesso quartiere o zona industriale, possano dare supporto

alle donne e alle famiglie; ad esempio si potrebbero creare asili nido per l'infanzia, ludoteche per bambini, zone per attività sportive ecc. condivise tra le varie imprese del territorio e tutte messe a disposizione delle donne che lavorano.

Queste realtà esistono già nei grandi gruppi e all'estero, ma devono essere modulate per poter essere applicate e condivise nelle realtà più piccole e nelle aziende familiari che rappresentano la spina dorsale dell'economia italiana».

Come si è inserita in un settore considerato prettamente maschile?

«Fin da quando ero piccola seguivo mia mamma in ufficio, poi sono cresciuta e mi sono laureata continuando a lavorare in azienda. Oggi a 33 anni sono una donna, una moglie e guido, insieme a mio fratello Alberto, l'azienda con un passaggio generazionale che ha portato molte novità e una ventata di aria nuova. Ho imparato ben presto il costante impegno e il sacrificio che comporta l'aver una realtà aziendale familiare e nel settore metalmeccanico, considerato storicamente maschile, essere donna è ancora più complicato. Bisogna a volte far valere la propria preparazione e le proprie idee con fer-

mezza».

Quali altre problematiche riscontra nel suo settore?

«Il nostro è un settore molto condizionato dalle tendenze del mercato. Ad esempio, in questo momento storico, dopo la pandemia, si è riscoperta l'importanza e il valore dell'aria come fonte di vita. Per la nostra società è sempre più fondamentale poter offrire impianti altamente performanti che, grazie alle nuove tecnologie, garantiscano i corretti parametri di qualità dell'aria all'interno degli ambienti. Un esempio su tutti è stata la realizzazione di un adeguato impianto aeraulico presso l'ospedale Fiera Milano Covid -19 nei padiglioni 1 e 2 della Fondazione Fiera Milano. Non a caso, la nostra società rientra dal 2017 in poi in alcune classifiche che premiano le mille migliori aziende europee che si sono contraddi-



Alessandra Barbazza, cotitolare della Terma Energia di Magenta (Mi)
www.termaenergia.it

stinte per crescita e fatturato. Riteniamo che questo grande risultato derivi dal fatto di avere piena padronanza del timone, strumento fondamentale nell'affrontare i venti avversi del nostro periodo storico, e dalla grande dedizione di tutto il nostro staff che ogni giorno lavora guardando un unico orizzonte. Offrire un servizio serio e puntuale alla propria clientela, ma con leggerezza di spirito e grande accondiscendenza nei confronti del cliente liberandolo sempre da qualunque impasse nonostante il grado di complessità delle opere da realizzare, è ciò che distingue Terma dai suoi principali competitor. Ogni grado di complessità delle opere realizzate viene approcciato come una sfida personale mirata al proprio miglioramento e a quello del prodotto». • **Cristiana Golfarelli**

Impianti per ogni struttura

Terma Energia è un'azienda specializzata nella realizzazione di condotte aerauliche frutto del made in Italy, assemblate rigorosamente a mano e cucite su misura per gli edifici quasi come fossero un abito sartoriale. Questa visione open mind ha permesso all'azienda di imporsi sul mercato italiano ed estero con riconoscimento da parte di ogni general contractor che le abbia affidato delle commesse. In Terma vengono realizzati impianti per qualsiasi tipo di struttura partendo dalla più piccola abitazione fino ad arrivare a grandi industrie, supermercati, centri commerciali, ospedali, banche, scuole, residenze sanitarie e ogni altro edificio in cui viene richiesto o si rende necessario un impianto di condizionamento dell'aria. Alta è la flessibilità nel seguire le linee dettate dalle moderne architetture partendo dal design più semplice fino alle linee più sofisticate.

Nuovi orizzonti nella cosmetica intima

Arianna Giani e Sara Barella sono state tra le prime imprenditrici a sfidarsi nel settore della cosmesi intima. Con Thinking Woman è nata una realtà attenta al benessere della donna in ogni fase della sua vita

Oggi il mercato della cosmetica intima è rappresentato principalmente da due categorie: prodotti con proprietà per lo più detergenti e prodotti dedicati alla sfera erotica. I prodotti attualmente disponibili offrono ottime soluzioni per la cura dell'igiene generale, ma non rispondono efficacemente ad esigenze specifiche della zona intima del corpo femminile, che è un'area che richiede un'attenzione particolare e formulazioni specifiche non solo in termini di igiene, ma anche dal punto di vista del mantenimento in buono stato. «La zona intima è soggetta a cambiamenti durante l'intero arco della vita di una donna - spiega Sara Barella, socia di Thinking Woman con Arianna Giani - . La pubertà, il periodo fertile, la gravidanza, il pre e il post menopausa, l'età geriatrica rappresentano dei periodi molto importanti, come lo sono anche le problematiche legate ad ognuno di essi. Noi di Thinking Woman crediamo fortemente che le zone intime esterne, siano al pari di ogni altra parte del corpo e che sia necessario dedicare loro più attenzione. Questa è la sfida principale che ci siamo poste. L'igiene non è l'unica preoccupazione nella cura delle parti intime. È importante anche idratare e proteggere la zona, sottolineando che presenta gli stessi problemi di altre aree del corpo ad esempio in termini di secchezza e invecchiamento».

Come nasce la vostra azienda?

SARA BARELLA: «Un giorno la vita ci ha fatto incontrare: Arianna capita a lavorare nella farmacia che dirigevo e tra di noi nasce da subito un'amicizia vera. Lavorando insieme ci siamo accorte di come un settore interno alla cosmesi non sia per nulla ap-



Arianna Giani e Sara Barella, alla guida della Thinking Woman di Milano
www.thinkingwomansrl.it

profondito e non risponda in maniera adeguata alle richieste del mercato. Come farmaciste intercettiamo i bisogni delle donne e ne facciamo tesoro e abbiamo cercato di portare innovazione in un ambito dove le nuove proposte scarseggiano: vogliamo portare a tutti i costi la piacevolezza nella cosmetica intima. Nel 2018 emerge l'idea di fare un primo prodotto innovativo. "Li lenitiva" è la prima maschera vulvare al mondo in idrogel che si può indossare ovunque. Nel settembre 2019 decidiamo di strutturarci e fondiamo Thinking Woman. Incominciamo a fare ricerca e sviluppo per realizzare concretamente il nostro primo prodotto: "Li" la

prima maschera vulvare prêt-à-porter. Nel 2020 Thinking Woman si trasforma in start up innovativa».

Qual è il vostro obiettivo?

ARIANNA GIANI: «Il nostro obiettivo è creare una cosmetica intima all'avanguardia che copra tutte le esigenze della zona intima femminile e sdoganare la cosmetica intima. Vogliamo facilitare la vita della donna in tutte le fasi, dal ciclo mestruale alla menopausa, attraverso lo sviluppo di una linea di prodotti che unisca la piacevolezza alla ricercatezza cosmetica e che sia allo stesso tempo performante. La donna deve prendersi cura di questa parte non sentendosi inadeguata, malata».

Che caratteristiche hanno i vostri prodotti?

A.G. «Fino a oggi non esistevano prodotti per la zona intima femminile in grado di soddisfare le aspettative di praticità, comfort, qualità cosmetica e piacevolezza. Agiamo su tre aspetti: manutenzione, prevenzione e trattamento. I nostri laboratori di ricerca e sviluppo studiano formulazioni innovative e brevettate, utilizzando principi funzionali rivoluzionari mai pensati o proposti per l'applicazione intima. Nascono così prodotti innovativi che abbattano le difficoltà di utilizzo e applicazione nelle parti intime e che migliorano il benessere delle donne che soffrono di fastidi intimi. Li maschera vulvare lenitiva nasce con l'idea di essere un "sos pret a porter" per la donna che soffre di piccoli fastidi intimi. Capita a tutte di avere qualche piccolo fastidio e di dover comunque proseguire con tutte le azioni della giornata. Il nostro è un prodotto monodose rivoluzionario, composto da un sup-

porto in cotone su cui poggia un sottilissimo strato di idrogel nel quale è contenuto un cocktail di principi funzionali lenitivi. Con una sola applicazione, aiuta ad attenuare bruciori, rossori e pruriti intimi. È una maschera vulvare pratica, sottile ed efficace, non unge, non macchia e non bagna, contiene estratti naturali di Aloe, Centella, Camomilla, Calendula, Malva e Melaleuca, che nel loro complesso hanno un'azione lenitiva, antimicrobica ed idratante. Può essere utilizzato in ogni momento della giornata e in ogni luogo da tutte le donne partendo dall'età dello sviluppo. Oggi stiamo lanciando "Momenti difficili", una crema fitoterapica dedicata al basso ventre e alla schiena, indicata per alleviare il dolore nel periodo mestruale. Ha un pack molto moderno che ricorda quello di Victoria Secret ed è rivolta ad un target giovane».

A chi avete pensato nel creare i vostri



La maschera Li Lenitiva, nasce con l'idea di essere un "sos pret a porter" per la donna che soffre di piccoli fastidi intimi

prodotti?

S.B.: «Ad ogni donna, dinamica e non, che ha poco tempo a disposizione e che vuole comunque prendersi cura di sé, che cerca un prodotto easy che dia semplicemente benessere, togliendo piccoli fastidi quotidiani nella zona intima. Ad ogni donna che ha riluttanza nell'applicare creme, gel e preparati in genere ma vuole prendersi cura e portare benessere alla sua zona intima, al pari di tutte le altre zone del suo meraviglioso corpo». • **Bianca Raimondi**

Il sodalizio professionale

Sara Barella si laurea in Farmacia all'Università di Pavia con il massimo dei voti, quindi decide di buttarsi immediatamente nel settore farmaceutico. Incomincia a "farsi le ossa" e a soli 30 anni riesce a diventare direttore in una farmacia alle porte di Milano.

Nel 2019 fonda con Arianna Thinking Woman e si dedica a tempo pieno al nuovo progetto imprenditoriale.

Arianna Maria Giani si laurea in Scienza e Tecnologia dei Prodotti della Salute e poi in Chimica e Tecnologia Farmaceutiche presso la Facoltà di Farmacia del Piemonte Orientale.

Nel 2012 vince un posto di Dottorato di Ricerca in Biotecnologie Farmaceutiche ed Alimentari con specializzazione in Chimica Organica e si concentra sulla sintesi di strutture chelanti per i metalli di interesse per la risonanza magnetica nucleare, Pet e Spect.

Dal 2021 si dedica completamente a Thinking Woman insieme a Sara.

Dietro il soffitto di cristallo nell'automotive

Con Raffaella Culpo, ceo di Cromaplast, alla scoperta dell'impronta femminile e fortemente personale che un amministratore delegato donna può dare a un'azienda storica in trasformazione

Si è incrinato appena, ma è ben lungi dal frantumarsi, il soffitto di cristallo nei ruoli di vertice dell'imprenditoria italiana. Solo il 3 per cento degli amministratori delegati delle aziende italiane è donna. A fotografare il dato, che ci pone agli ultimi posti in Europa, in compagnia di Germania (3 per cento) e Svizzera (2 per cento), dietro a Spagna (4 per cento) e Portogallo (6 per cento), ben lungi da Norvegia (26 per cento), Repubblica Ceca (18 per cento) e Polonia (14 per cento), è lo studio europeo pre-



Raffaella Culpo, ceo della Cromaplast di Valdarno (Vi) - www.cromaplast.com

sentato dall'associazione European Women on Boards, che analizza la rappresentanza di genere nei consigli di amministrazione e nei vertici aziendali delle più grandi realtà europee. Se, poi, si analizza il settore automotive, allora il gender gap cresce ulteriormente ma non frena la presenza di eccezioni al femminile, come Raffaella Culpo, ceo di Cromaplast, azienda riconosciuta anche quest'anno tra le mille best performer, specializzata in stampaggio e trattamenti superficiali di materie plastiche (metallizzazione e verniciatura) per gli Oem dell'automotive globale quali, Volkswagen, Skoda, Bentley, Bmw, Daimler, Ford. Dal 2016 come presidente del Consiglio



La vision

Mettere le persone al centro, investire su sostenibilità ambientale, sociale e aziendale per scardinare il vecchio modo di fare impresa, anticipando i temi che negli anni sarebbero diventati core del mondo automotive



di amministrazione aziendale e dal 2018 al vertice come amministratore delegato, Culpo ha impresso la sua firma navigando il cambio generazionale in atto e traghettando Cromaplast verso nuove sfide, con un nuovo modo di fare e concepire l'impresa. Un "nuovo corso" in cui l'impronta femminile c'è e si vede.

Quali sono state le principali sfide e dove

vuole portare l'azienda?

«Il mio arrivo in un'azienda con più di 50 anni di storia è stato funzionale a trovare nuovi equilibri, un nuovo assetto e un cambio di passo. La prima sfida, può sembrare banale, è stata introdurre un modo diverso di vivere l'azienda con la flessibilità oraria in entrata e uscita per tutti i colletti bianchi, per assicurare una migliore concilia-

zione dei tempi di vita e lavoro per tutti. Poi abbiamo rivolto l'attenzione alla stabilizzazione della forza lavoro interinale, prevalentemente femminile, alla genitorialità e in particolare alla maternità: il 52 per cento delle nostre collaboratrici è donna con età media bassa, abbiamo tanti nuclei familiari all'interno dell'azienda e molti dei nostri storici fornitori collaborano con noi da generazioni ed è come se fossero parte della famiglia. Per tutte le nostre lavoratrici abbiamo significativamente rafforzato la tutela pre e post parto, perché soprattutto alle linee produttive, ci sono mansioni che impongono di stare in piedi. Un altro tema che ho voluto porre ed è stato subito sposato dai miei collaboratori è la sostenibilità, una prova molto più grande di quanto si creda, soprattutto per un'azienda prevalentemente chimica. Spesso si pensa che sostenibilità sia essere genericamente dalla parte dell'ambiente, invece è una tematica molto ampia, che parte dall'ambiente e attraversa la finanza, l'etica e la sostenibilità sociale. In questo senso abbiamo anticipato temi che con gli anni sarebbero diventati core del mondo automotive. Per il futuro l'obiettivo è redigere il primo bilancio di sostenibilità e continuare a mettere le persone al centro. Il settore dell'automobile, come la moda, sta vivendo un momento di significativa trasformazione, non solo dal punto di vista ecologico. Non si può pensare di fare business sano e duraturo senza concentrarsi sulla centralità delle persone, che si affianca, ovviamente, alla qualità della produzione. Elemento che è sempre stato fortemente riconosciuto alla Cromaplast, anche in momenti difficili, non a caso serviamo marchi di eccellenza e di lusso in senso assoluto nel mondo automotive».

Quali progetti avete attivato in tema sostenibilità?

«Dal 2019, in un territorio con casi di inquinamento tristemente famosi, ci siamo dati l'obiettivo di depurare tutta l'acqua in uscita dall'impianto produttivo, replicandolo in sito industriale un sistema di depurazione molto simile al trattamento acque potabili per uso umano. Parallelamente, Cromaplast sta completando un percorso di conversione dei processi verso alternative ecologicamente sostenibili.

Infine, con un altro progetto di ricerca in collaborazione con l'Università di Padova, stiamo provando a recuperare tutti gli scarti di produzione di materiale plastico, anche quelli con micro difettosità che per i marchi del lusso non vanno bene, per reimmetterli all'interno del ciclo produttivo e riutilizzarli. In questo caso, l'obiettivo è che l'auto del futuro sia interamente riciclabile e prodotta con materiali riciclati».

• **Alessia Cotroneo**

Un polo di eccellenza nello stampaggio dei metalli e della plastica

Risale a dicembre 2022 l'ingresso nel capitale sociale Cromaplast di Iamet, azienda operativa nel settore dello stampaggio a freddo dei metalli in provincia di Varese. Le due aziende stanno unendo le forze nell'intento di creare un polo di eccellenza nelle lavorazioni di stampaggio dei metalli e della plastica, del trattamento galvanico e della verniciatura per il settore dell'automotive, con l'obiettivo di una progressiva integrazione delle attività e dei business. Il gruppo così formato raggiunge un valore della produzione di circa 100 milioni di euro con oltre 14 milio-

ni di margine operativo lordo e cinque stabilimenti produttivi localizzati in Italia e diventa ancor più un fornitore caratterizzato da elevata competenza tecnologica e affidabilità nella qualità per i grandi gruppi europei e mondiali dell'automotive. «Con questa operazione - concludono Raffaella Culpo e Stefano Tecchio, amministratore delegato e direttore generale di Cromaplast - rimaniamo italiani al 100 per cento, facciamo componenti diversi, impareremo a fare ancora nuove cose e saremo più adattabili a un futuro ancora in cambiamento».

Accelerare la crescita, migliorare i progetti

Con l'ingegnere Sara Ghilardi, socia di Progest, alla scoperta di un servizio di supporto mirato, rivolto alle imprese, per l'implementazione e il mantenimento di sistemi di gestione integrati e lo sviluppo di progetti di sostenibilità

Progest è stata fondata nel 2000 da un team di professionisti ed esperti del settore con l'obiettivo di offrire alle imprese un servizio di supporto a tutto tondo nell'ambito dei sistemi di gestione integrati e vanta più di vent'anni di attività sul territorio nazionale, con particolare concentrazione al Nord e al Centro. L'azienda, che si contraddistingue per dinamicità e capacità di adattamento, conta su un team costituito da esperti qualificati con spiccata attitudine alla flessibilità e al problem solving, nonché da partner professionali consolidati. «Siamo un'organizzazione orientata ai valori - spiega la socia Sara Ghilardi - . Il nostro personale, insieme ai nostri clienti, affronta quotidianamente le sfide per lo sviluppo e l'implementazione di sistemi di gestione sostenibili atti a supportare la realizzazione di obiettivi importanti e miglioramenti duraturi, come ad esempio operare in ottica di miglioramento continuo raggiungendo risultati distinguibili e sostanziali nelle proprie prestazioni; investire sempre sulle risorse risultando più attrattiva ed entusiasmante per i propri stakeholders; migliorare l'organizzazione operativa attraverso formazione continua e consulenza di alto livello; implementare sistemi di gestione integrati efficaci ed efficienti, o ancora assicurare la qualità resi-



Ambiente, società, governance

La misurazione delle performance Esg dell'organizzazione e del proprio contributo rispetto agli obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite, rappresenta oggi un asset strategico fondamentale per le organizzazioni

stendo all'ambiente mutevole che le circonda».

Cosa contraddistingue il vostro gruppo di lavoro?

«Solo con una visione all'avanguardia della sostenibilità si può mantenere la propria competitività sul mercato. Le attività del nostro team consistono nell'accompagnare le aziende, con entusiasmo e passione, a crescere, ottimizzando e migliorando l'organizzazione dei processi.

Queste mete vengono raggiunte attraverso un lavoro di squadra, in cui ognuno ha un ruolo definito rispetto alla propria competenza. Il cliente che si affida a noi cerca una società di servizi ad alto profilo, al passo con l'evoluzione del mercato sui vari temi di organizzazione aziendale. Noi siamo specializzati in consulenza per Sostenibilità (Esg), Rendicontazione di Sostenibilità, Parità di Genere Uni/Pdr 125:2022 e Diversità e

Inclusione Iso 30415:2021».

Cosa si intende per Esg?

«L'acronimo si riferisce ai tre pilastri fondamentali della sostenibilità: "Environmental Social Governance". Nello specifico, i dati Esg da valutare sono numerosi. Alla voce "Environment" troviamo fattori ambientali quali mitigazione dei cambiamenti climatici, adattamento ai cambiamenti climatici, risorse idriche e marine, uso delle risorse ed economia circolare, inquinamento, biodiversità ed ecosistemi. Per "Social" si intendono fattori sociali e in materia di diritti umani come parità di trattamento e pari opportunità per tutti, condizioni di lavoro, rispetto dei diritti umani, delle libertà fondamentali, delle norme e dei principi democratici stabiliti nella Carta internazionale dei diritti dell'uomo e in altre convenzioni fondamentali delle Nazioni Unite in materia di diritti umani. Infine, "Governance" nella sigla Esg, riguarda i "temi economici", uno dei fattori centrali nella misurazione della innovazione sostenibile, ma anche e soprattutto dell'attività di un'azienda. I temi economici riguardano il modo in cui l'impresa è amministrata, il suo comportamento compliant nei confronti delle normative e il modo in cui interpreta i propri valori, intesi come etica professionale e di comportamento sul mercato. Far "emergere" l'impegno di un'azienda sotto il profilo "Governance", significa, dunque, rendere visibili e tangibili le attività attuate dall'azienda stessa, mediante un processo di comunicazione che coinvolge tutti i portatori di interesse, nella prospettiva di creare un valore condiviso nel tempo. La misurazione delle performance Esg dell'organizzazione e del proprio contributo rispetto agli obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite rappresenta oggi un asset strategico fondamentale per le organizzazioni».

Quali sono i vostri riferimenti?

«La nostra attività di consulenza, sviluppata da tecnici esperti, si fonda su un approccio quantitativo e qualitativo basato sui Sustainable Development Goals dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite e sugli accordi di Parigi. Progest segue regolamenti, direttive e linee guida europee e supporta le organizzazioni nel processo di Esg Assessment definendo insieme al cliente mission e vision, scenari di riferimento e rischi correlati, target setting di contesto e requisiti applicabili, con l'obiettivo di stabilire un livello di maturità per ogni area ed elaborare poi in seguito un piano di azioni e strategie commisurato all'organizzazione».

• **Elena Bonaccorso**



L'ingegnere Sara Ghilardi, socia della Progest che ha sede a Erbusco (Bs) - www.pro-gest.it

La rendicontazione di sostenibilità

«Si tratta di un bilancio annuale delle aziende - afferma Ghilardi - che contiene informazioni di carattere non finanziario, come informazioni relative alla sostenibilità ambientale, sociale e alla governance aziendale, che rappresentano la formalizzazione della volontà dei vertici aziendali e dei soci di gestire in modo efficace, inclusivo e circolare le problematiche di impatto ambientale, sociale ed etico. Le aziende che scelgono di pubblicare la propria rendicontazione di sostenibilità decidono di informare i propri stakeholder, come dipendenti, clienti, fornitori, circa le politiche aziendali messe in atto in termini di sostenibilità e i risultati raggiunti in questo senso. Secondo il D. Lgs. 254/2016, gli enti di interesse pubblico e le aziende quotate hanno l'obbligo di presentarla, ma sono tante le piccole/medie imprese che scelgono di farlo pur non essendo obbligate, poiché permette di costruire un rapporto informativo di fiducia con i propri stakeholder, oltre che un fondamentale strumento di attrazione degli investimenti, basti pensare alla continua crescita dell'interesse per la finanza sostenibile».

Serve l'indipendenza economica

Aidda lancia un progetto formativo per favorire l'autonomia lavorativa delle donne e aderisce al codice di autodisciplina in favore della maternità voluto dal ministro Eugenia Roccella. Le priorità di azione illustrate dalla presidente Antonella Giachetti

Aidda, Associazione imprenditrici e donne dirigenti d'azienda, con Unicredit e Università degli Studi-Milano ha lanciato il progetto "Con me al centro", un percorso di formazione imprenditoriale e finanziaria per le donne che vogliono avviare un'impresa. «È soprattutto uno strumento per rendere autonome il maggior numero possibile di donne. Si rivolge a chi non ha una formazione specifica, a chi ha magari perso il lavoro, fatica a essere riassunta e decide allora di avviare una piccola attività in proprio», spiega Antonella Giachetti, presidente di Aidda, che ha promosso l'iniziativa favorendo l'iscrizione di numerose partecipanti. «Sosteniamo il progetto perché avere più donne nel sistema economico vuol dire aiutare una trasformazione del pensiero. Bene, anzi benissimo, la legge sulle quote rosa, che riguarda però un ristretto cluster di donne molto istruite e in qualche modo già inserite nel mondo del lavoro. "Con me al centro" vuole agevolare le donne "normali" ad assumere un'indispensabile indipendenza economica e finanziaria, portando prosperità nei territori in cui vivono. Una volta affinate le competenze necessarie, potranno esprimere ancora meglio la valorialità femminile della cura, dell'attenzione sia all'ambiente che alle persone». C'è poi un altro motivo, altrettanto importante. «L'80 per cento delle violenze fisiche sulle donne è preceduto da violenze di tipo economico. Per questo, favorire l'autonomia delle donne risulta fondamentale».

Qual è lo stato di salute dell'imprenditoria rosa in Italia, considerando il complesso momento internazionale?

«La nostra è un'associazione di persone: donne che hanno un ruolo apicale, cioè decisivo, nelle società, nelle aziende. Però ci occupiamo e preoccupiamo anche delle imprese totalmente al femminile. E, da anni, i problemi sono sempre gli stessi. Soprattutto le imprese femminili hanno una minore capacità di accesso al credito, perché in genere le titolari possono fornire minori garanzie. È vero che durante la pandemia, nonostante il numero di donne costrette a lasciare il lavoro per occuparsi dei figli, si è registrata un'inattesa vitalità di imprese rosa. La fase di deindustrializzazione spinta che stiamo vivendo potrebbe però peggiorare le condizioni; è un tema questo che non è risolvibile nemmeno a livello nazionale perché tocca tutta l'Europa, stretta nella morsa competitiva di Cina e Stati Uniti. Si spera in un rimbalzo importante della manifattura italiana nel



prossimo anno, perché per quanto sia in crescita non possiamo vivere solo di turismo».

La parità di genere in Italia resta un grave problema: il nostro Paese è scivolato al 79esimo posto sui 146 Paesi analizzati dal Global Gender Gap Report 2023 del World Economic Forum. Fare progressi nel colmare il divario di genere è fondamentale per garantire una crescita economica inclusiva e sostenibile. È possibile invertire la tendenza?

«Oggi le imprese ottengono la Certificazione per la parità di genere e sottoscrivono il codice di autodisciplina in favore della maternità, ma alla base serve una rivoluzione del Welfare. Nel nostro Paese gli stereotipi di genere che ancora resistono possono essere superati nelle nuove generazioni grazie a sforzi nell'educazione e nella scuola, ma resta da risolvere prima di tutto il nodo del Welfare. Si chiede di aumentare la natalità, però mancano gli asili nido. Dove sono finite le risorse del Pnrr con cui dovevano essere costruiti? Come dimenticare l'assistenza degli anziani, quando si realizzerà la sanità di prossimità? Ancora oggi le donne sono spesso costrette a scegliere la maternità o la carriera, soprattutto se si è dipendenti. Ma ri-

nunciare a fare figli o a più di un figlio deve essere una scelta, non una costrizione. Torniamo al lockdown pandemico: smetteva di lavorare chi aveva uno stipendio inferiore e quindi le donne. Il tema chiave resta perciò l'indipendenza economica. Occorre investire su questo, non solo per le donne ma per il bene comune. La nostra economia deve essere basata su Stato, mercato e comunità. Qual è il bene della comunità? Fare figli, non solo di migranti ma di italiani per trasmettere il nostro Dna in termini di cervelli e capacità».

È favorevole, quindi, all'orientamento del governo che spinge sulla natalità, anche nella prossima Manovra?

«Sì. Le dichiarazioni sono fantastiche, poi c'è il problema di metterle in pratica. Il problema dell'Italia è sempre quello dei soldi che mancano. Aidda ha sottoscritto il codice di autodisciplina in favore della maternità voluto dal ministro per la Famiglia, la natalità e le pari opportunità Eugenia Roccella perché contribuisce a cambiare la mentalità, ma senza i fondi dove vogliamo andare? In gioco c'è la sopravvivenza degli italiani. Senza per carità demonizzare o respingere i migranti. La radice profonda di tutte queste crisi che abbiamo, dalla migrazione ai conflitti

geopolitici, è da rintracciarsi nelle disuguaglianze».

Quanto è importante per le imprese adottare codici di auto-regolamentazione etici come questo o la Certificazione della parità di genere?

«L'importanza è nella misura in cui l'impresa può fare cultura sociale ed economica. Se l'azienda decide di affrontare un tema importante per la società, allora aumenta la consapevolezza in dipendenti, fornitori, clienti e stakeholder. È una contaminazione importante. Del Codice mi ha colpito in particolare la valorizzazione dei rapporti con la partoriente, che non verrà più tenuta come in passato all'oscuro di tutto durante i mesi del congedo per maternità, rischiando di essere sorpassata, ma resterà costantemente aggiornata. Come dicevo prima, una donna che vuole la carriera e al contempo vuole la maternità poi si entusiasma su entrambi i fronti. Ma deve essere sostenuta e valorizzata, non punita».

In base al monitoraggio del think tank Period, il 96 per cento dei bandi di gara del Pnrr non prevede misure premiali per colmare il "gender gap", che doveva essere misura trasversale delle 6 missioni. Il Pnrr è a oggi un'occasione persa, almeno su questo tema?

«Diciamo che poteva andare meglio. Il problema generale è la mancata comprensione dell'importanza di fare un salto di paradigma di pensiero. Si pensa alla parità di genere come di una mano tesa verso una categoria debole. Non è così. Non aiuti le donne, aiuti il Paese a sopravvivere e magari a svilupparsi».

• **Francesca Druidi**

Antonella Giachetti, presidente di Aidda



"Con me al centro"

È un percorso di formazione imprenditoriale e finanziaria per le donne che vogliono avviare un'impresa

Una cultura anti-stereotipi

«La mancanza di parità di genere è un problema reale nella società italiana e anche nelle aziende».

Lo rileva Luisa Quarta, coordinatrice Gruppo Donne Manager di Manageritalia Lombardia

In base all'ultimo Rapporto Donne di Manageritalia, crescono le dirigenti donne, anche al Sud, soprattutto nel Terziario. «La crescita dei dirigenti per il secondo anno consecutivo guidata dalle donne è un segnale molto positivo per il nostro Paese», commenta Luisa Quarta, coordinatrice Gruppo Donne Manager di Manageritalia Lombardia. «Le donne stanno trascinando la crescita dei dirigenti privati da anni, perché il ricambio generazionale vede entrare molte più donne di quelle che escono e storicamente presenti. Il terziario, e di conseguenza i suoi dirigenti, stanno crescendo, anche come dimensione delle aziende, più dell'industria da anni. Ma è un fenomeno ancora troppo collegato a medie-grosse aziende e multinazionali, che ormai da tempo prestano particolare attenzione all'inclusione e alla diversity».

L'Italia è invece il Paese delle Pmi.

«È proprio in questo contesto che dobbiamo ancora fare tanta strada affinché le aziende si avvalgano anche di professionalità femminili per aumentare la loro competitività. È vero che questo aumento delle dirigenti nel 2021 coinvolge pressoché tutte le regioni italiane, comprese quelle del Sud. Pur essendo un segnale molto positivo, dobbiamo rilevare che l'alta percentuale al Sud si deve al bassissimo numero di dirigenti e da casi particolari, più che da una reale apertura alle donne ai vertici. In termini percentuali le donne dirigenti sono il 20,5 per cento del totale e il 30 per cento tra i dirigenti under 40. La strada da fare è quindi ancora tanta, anche se la rincorsa è in corso e bene avviata».

Quanto resiste il gender pay gap in ambito manageriale? È il fattore maternità a fare ancora la differenza?

«Per affrontare la questione del gender pay gap è necessario un approccio multidimensionale, essendo tale questione strettamente connessa a quelle dell'occupazione. I dati ci dicono che ancora oggi le carriere femminili si arrestano più facilmente nella progressione verticale, nonostante le donne siano anche più qualificate in alcuni ambiti. Il tema della maternità rimane un grande scoglio per molte donne, ma prima che di maternità dovremmo parlare di carichi di cura che ancora oggi ricadono maggiormente sulle donne. Anche questo, ovviamente, è legato al tema culturale e non riguarda solo la gestione dei figli, ma anche l'accudimento degli anziani. Da una recente indagine che ha condotto Manageritalia emerge chiaramente che per il 78 per cento dei manager

italiani (93 per cento donne – 68 per cento uomini) la mancanza di parità di genere è un problema reale nella società italiana e spesso anche nell'azienda in cui si lavora. E i dati ci confermano che è davvero difficile essere madre in Italia e che, in alcuni casi, essere madre e lavoratrice è visto come un lusso. Con il Gruppo Donne Manager di Manageritalia Lombardia abbiamo creato anni fa Un Fiocco in Azienda, un progetto gratuito e concreto che affianca le imprese illuminate nel percorso di valorizzazione della genitorialità includendo i papà».

Come è possibile scardinare gli stereotipi di genere che ancora frenano le aspirazioni femminili nel mondo tecnologico e finanziario?

«Le donne sono un punto di forza nel mercato del lavoro, ma sono ancora sottorappresentate (e sottopagate) nei settori economici e finanziari; un problema questo di natura culturale che dovrebbe essere affrontato partendo dall'educazione delle ragazze e dal loro indirizzo scolastico. Nel mondo solo il 28 per cento di donne ha una carriera in ambito scientifico e difficilmente ricoprono posizioni apicali in centri di ricerca, accademie e università. Con il progetto "Donne, Finanza e Tecnologia, da stereotipi ad opportunità per arrivare ai vertici" abbiamo voluto dimostrare attraverso la voce di importanti role model come si possono raggiungere i vertici superando i tradizionali stereotipi e condizionamenti che spesso rallentano la carriera delle

Luisa Quarta, coordinatrice Gruppo Donne Manager di Manageritalia Lombardia



donne. Per riequilibrare il tutto, bisognerebbe lavorare sugli stereotipi di genere sin dalla più tenera età. Ancora oggi nei libri di scuola la mamma viene associata ai lavori domestici e il papà al lavoro in ufficio. E questo incide negativamente sulle aspettative delle giovani donne che non intraprendono percorsi formativi storicamente destinati agli uomini, perdendo delle incredibili opportunità come quelle offerte dai percorsi in materie scientifiche».

La certificazione della parità di genere-misura inserita nel Pnrr (Missione 5, "In-



La parità di genere

Non rappresenta solo un traguardo femminile ma un'opportunità per tutti, ed è fondamentale lavorare fianco a fianco, uomini e donne, per raggiungere questo obiettivo

clusione e Coesione")- può concretamente favorire una maggiore partecipazione delle donne al mercato del lavoro?

«L'attenzione verso inclusione e parità è sempre maggiore. Lo strumento della certificazione può rappresentare un elemento molto importante di questo percorso, perché mette in evidenza gli elementi fondanti per chi oggi gestisce le aziende e vuole competere ai massimi livelli. Non può bastare da solo, però, perché occorre lavorare su più fronti, compreso quello culturale. Abbiamo avuto il privilegio di poter contribuire concretamente alla legge sulla parità salariale emanata qualche tempo prima dell'avvento della certificazione di genere, ma il pay gap continua a essere un tema rilevante, visto che dai dati emerge che dal 15 novembre è come se le donne europee lavorassero gratis. Oggi più che mai dobbiamo far sì che gli strumenti legislativi vengano affiancati da progetti concreti a livello di formazione scolastica, aziende e società civile per avviare il cambio culturale che non possiamo più rimandare».

Quali sono le battaglie che porta avanti il Gruppo Donne Manager?

«La parità di genere non rappresenta solo un traguardo femminile ma un'opportunità per tutti, ed è fondamentale lavorare fianco a fianco, uomini e donne, per raggiungere questo obiettivo. Il Gruppo Donne Manager è, infatti, composto anche da uomini che collaborano nella concretizzazione di progetti che vedono i manager e le istituzioni lavorare insieme per risolvere un problema che sta diventando un handicap per il nostro Paese. Stiamo lavorando per promuovere una cultura anti-stereotipi partendo dalla prima infanzia, coinvolgendo i giovani e concentrandoci sull'educazione intergenerazionale e multitarget. Sempre sul tema degli stereotipi stiamo coinvolgendo importanti role model del settore finanziario, tecnologico e membri di Cda per raccontare come sono riuscite a raggiungere i vertici superando i tradizionali stereotipi e condizionamenti».

Altro tema centrale è quello della genitorialità.

«Sì. Come detto prima, offriamo alle aziende il progetto "Un Fiocco in azienda" per far sì che il momento della nascita di un figlio non rappresenti un pericolo per la carriera professionale di donne e uomini. Sensibilizziamo i genitori con percorsi di supporto psicologico gratuito e post nascita (quella che oggi viene chiamata assistente materna, ma che noi da anni offriamo come servizio a mamme e papà grazie alla professionalità di un'ostetrica). C'è attenzione ai padri che- al pari delle mamme- devono poter godere di un periodo di assenza obbligatoria dal lavoro nel momento della nascita dei loro figli. Solo così riusciremo a ripartire davvero alla pari. Per noi il coinvolgimento dei padri, e in generale degli uomini, in questo percorso è fondamentale perché solo dalle alleanze e non dalle contrapposizioni possono nascere i progetti migliori». • **Francesca Druidi**

La bellezza dei mestieri d'oro

Spiegarla con chiarezza ai giovani, attirandoli verso un mondo che valorizza il connubio tra innovazione tecnologica e tradizione artigianale, è l'obiettivo numero uno di Claudia Piaserico. Educazione e comunicazione le parole chiave

Nella prima metà del 2023 l'industria italiana dell'oreficeria, argenteria, gioielleria e del cammeo e corallo non ha abbandonato il binario favorevole imboccato nei mesi precedenti. Al netto della lieve frenata tra maggio e giugno, rilevata dal Centro Studi di Confindustria Moda per Federorafi, il semestre si è chiuso infatti con un rialzo del 15 per cento. Più moderato rispetto al boom dell'anno scorso, ma comunque migliore se confrontato agli altri settori manifatturieri del fashion made in Italy. «Sicuramente rimarremo in territorio positivo anche a fine anno- preconizza Claudia Piaserico, presidente di Federorafi- pur prevedendo un rallentamento che deve suonare come monito per il 2024. Tuttavia a oggi prevale la soddisfazione legata anche all'incremento dell'1,5 per cento degli addetti nel settore, perché uno dei nodi critici in questo momento è proprio il reclutamento di giovani a tutti i livelli».

Quali profili professionali servono per alimentare questo trend positivo documentato anche dalla banca dati di Infocamere?

«Oggi il profilo professionale richiesto replica esattamente l'essenza del gioiello made in Italy, perfetto connubio tra l'innovazione tecnologica e il valore della tradizione artigianale. Da un lato, parliamo dunque di quei mestieri legati all'arte orafa più classica come l'incassatore, l'incisore, l'orafa da banco, la lustra. D'altro canto, il progresso tecnologico impone la necessità di figure come il tecnico per il controllo numerico o l'ingegnere di produzione, non immediatamente ricollegabili nell'immaginario comune al nostro settore. Mentre oggi la costruzione di un gioiello è estremamente complessa e quindi, accanto al creativo e al designer, operano specialisti che si occupano del perfezionamento dei modelli, dell'incassatura, del lavoro al tornio».

Con quali ricette formative cercate di incoraggiare la staffetta generazionale nella filiera orafa?

«Spiegando cos'è la fabbrica orafa nel 2023, direttamente dalla voce dei ragazzi che ci lavorano. Questo accade durante gli appuntamenti di orientamento rivolti alle scuole che dall'anno scorso caratterizzano tutte le fiere dell'oro. In una delle ultime, ad esempio, a destare simpatia e ammirazione è stato il racconto di una lustraressa che si occupa della pulizia del gioiello nella sua fase finale. Intervenedo dopo il maestro, l'incassatore e il prototipatore, questa ragazza sorridendo ha detto "co-



munque sia, tutti i vostri lavori sono inutili se poi io non sono brava a fare il mio", trasmettendo ai giovani non solo la dignità, ma l'importanza e l'orgoglio del suo mestiere. Messaggi come questo aiutano a migliorare la percezione delle professionalità legate al mondo orafa».

E la fiera resta uno strumento sempre valido per diffonderli, anche in tempi di digitalizzazione spinta?

«Lo strumento fiera è stato rivalutato notevolmente dal Covid, che ha evidenziato quanto ancora contino l'incontro tra le persone e la vera presentazione del gioiello, un bene che vive di portabilità ed emozione. Inoltre, la fiera rimane un momento che interessa non soltanto sulle grandi maison del gioiello, ma anche tutto il mondo unbranded di piccole aziende che costituisce l'80 per cento del tessuto orafa italiano. E che opera o come terzista per i brand o come produttore senza marchio di gioielli, che poi vengono riversati in particolare sui mercati asiatici ed Eau. Oggi possiamo dire che VicenzaOro è diventata caput mundi, più Jck che copre il mercato Usa e la fiera di Hong Kong che è una porta su quello asiatico. Anche se la pandemia e le tensioni politiche ne hanno ridimensionato l'appeal».

Tra i molti primati del settore orafogioielliere italiano vi è anche quello relativo alle certificazioni volontarie delle imprese. Come sostenete queste "buone pratiche" in federazione?

«Oggi la sostenibilità non può più considerarsi un argomento di marketing, ma è un valore vero, recepito come tale in primis dal consumatore più giovane. Cristina Squarcialupi, vicepresidente di Federorafi

di una campagna di comunicazione istituzionale di influencer marketing. Su quali contenuti punterà per valorizzare il saper fare e l'heritage del gioiello italiano?

«Sono ormai due anni che lavoriamo a questa campagna, che aspira a promuovere il made in con focus sui mercati Usa ed Europa. La campagna avrà una duplice valenza: agire sulla formazione degli aspiranti professionisti del settore, ma anche sul consumatore finale che abbiamo il do-

Claudia Piaserico, presidente di Confindustria Federorafi



vere di educare alla qualità del nostro gioiello. Anche sul fronte reputazionale del settore stiamo lavorando, sul come rispetta la legalità e qui parliamo di sostenibilità sociale, sia conditio sine qua non per il benessere del lavoratore».

• Giacomo Govoni



I ragazzi che lavorano nelle fabbriche orafe Sono in grado di trasmettere non solo la dignità, ma l'importanza e l'orgoglio del loro mestiere

Assopellettieri si tinge di rosa. Un buon auspicio per Mipel

Claudia Sequi, presidente Assopellettieri, l'Associazione aderente a Confindustria Moda, fa il punto sull'andamento del settore e su cosa dobbiamo aspettarci per il prossimo futuro

Per la prima volta nella storia di Assopellettieri, l'associazione aderente a Confindustria Moda che riunisce i produttori di borse, portafogli, cinture e valigie, il podio viene affidato a una donna, Claudia Sequi, laureata in lingue, già vicepresidente dell'azienda di famiglia Pelletterie Claudia di Pontassieve, in provincia di Firenze, che produce con il marchio proprio e per private label. Claudia Sequi, eletta unanimemente il 25 luglio scorso dall'assemblea dei soci, prende il posto di un altro imprenditore fiorentino, Franco Gabbrielli, che ha guidato Assopellettieri negli ultimi quattro anni. La manager fiorentina, che già da anni fa parte del consiglio generale dell'istituzione del settore conciario, ricoprirà il ruolo di presidente per almeno il biennio 2023/2024, proponendo un programma che mette al centro la sinergia tra brand del lusso, piccole e medie imprese e produttori del comparto.

Presidente raccoglie l'eredità di Franco Gabbrielli, quali saranno le sue linee programmatiche di mandato?

«L'eredità di Franco Gabbrielli viene accolta soprattutto per le nuove attività che ha impostato, tra cui Mipel Lab e gli Stati Generali. Al di là di

La creazione di manodopera

Rimane una priorità. Bisogna ripartire dalla formazione e supportare le piccole e medie aziende che non sono in grado di creare scuole all'interno dei loro stabilimenti, come invece fanno i grandi marchi

questo c'è un programma che è stato steso e condiviso con il Consiglio Generale e con tutti i soci, che prevede vari punti. Personalmente mi prefiggo di spostare l'attenzione su Mipel che sarà tra due settimane e sulle attività che riguardano l'internazionalizzazione che è una spinta vitale per tutto il settore, dalle grandi alle piccole aziende che producono per terzi, perché potersi confrontare con altri mercati arricchisce tutta la filiera. Compito precipuo di un'associazione è anche quello di riuscire a creare opportunità per le aziende, come avviene con il progetto Mipel Lab che da Milano è arrivato a New York e approderà poi a Parigi. Anche la sostenibilità ambientale ha un ruolo determinante nel mio programma, basti pensare alle tematiche

Esg e allo smaltimento dei rifiuti industriali. Altrettanto importante è l'inviolabilità del made in Italy, punto cardine di qualsiasi associazione che si occupi di moda. Il vero made in Italy è un'eredità che va difesa soprattutto nel nostro settore; è un patrimonio importante che contribuisce molto alla bilancia commerciale del Paese e va tutelato».

Qual è lo stato di salute del settore sul fronte della produzione e dell'export?

«I dati che fanno riferimento ai primi tre mesi del 2023 e sono positivi perché segnano un incremento del 12,6 per cento sull'export in valore, c'è un recupero del mercato interno del 6,6 per cento, un quadro tutto sommato positivo. Questo non toglie però che ci siano anche segnali di rallentamento della produzione industriale e un quadro generale contingente che non ci lascia tranquilli per l'aumento del costo del denaro che ha causato una lievitazione dei costi sia della materia prima che di produzione e di conseguenza moltissime difficoltà a tante aziende del nostro settore».

Quali sono le previsioni per fine 2023 e inizio 2024?

«Ci sarà un rallentamento, ma noi siamo fiduciosi e crediamo soprattutto che Mipel porti a un ritorno di entusiasmo nei confronti delle fiere, compensando ad esempio al rallentamento dell'e-commerce».

Digitalizzazione e sostenibilità sono centrali per la competitività della pelletteria. Quali sono le principali sfide su questi fronti?

«Fino ad ora la sostenibilità era un elemento di

prestigio per le aziende, ma da qui in avanti sarà una conditio sine qua non. Non si potrà più competere a livello internazionale se non si avranno quelle caratteristiche di sostenibilità che vengono richieste dal mercato. Per quello che riguarda la digitalizzazione le realtà più piccole hanno grosse difficoltà e quindi è molto importante che continuino a esserci incentivi e investimenti che accompagnino le aziende nel processo di digitalizzazione, da cui non si può prescindere».

Uno dei temi chiave è la mancanza di manodopera specializzata. Quali sono le vostre proposte per far fronte a questo fenomeno ormai strutturale?

«In previsione del fatto che nei prossimi dieci anni usciranno dal settore 8 mila lavoratori, che corrispondono al 20 per cento dei 40 mila attuali, che non arrivano a coprire le esigenze del sistema, direi che la creazione di manodopera rimane davvero una priorità. Bisogna ripartire dalla formazione e supportare le piccole e medie aziende che non sono in grado di creare scuole all'interno dei loro stabilimenti, come invece fanno i grandi marchi. Stiamo cercando di creare una realtà simile a quella già aperta in Lombardia, Aslam che organizza corsi di pelletteria in collaborazione con Assopellettieri, anche in Toscana. Vogliamo anche cominciare a far capire fin dalle scuole medie che il lavoro in pelletteria è una professione che può dare grandissime soddisfazioni, sia professionali che economiche. Sfatate il pregiudizio che il lavoro in pelletteria sia un lavoro di fabbrica, noioso e ripetitivo, rendendolo appetibile».

• **Cristiana Golfarelli**

Claudia Sequi, presidente Assopellettieri



Cosa dobbiamo aspettarci da Mipel 2024

Una pletera di aziende piccole e medie che fanno una loro proposta, attraverso le loro collezioni ogni sei mesi, testimonia la vitalità del settore, una capacità è un know-how che non possono essere disperse. «Ci aspettiamo che Mipel offra sempre più momenti di incontro tra clienti internazionali e professionisti del settore. Cercheremo di attirare sempre più espositori e visitatori di livello che possano trovare nelle aziende italiane dei partner di valore per sviluppare dei prodotti o per acquistare prodotti a marchio italiano. Guardiamo dunque con fiducia alla fiera imminente».



Prendiamoci cura dell'italiano

«Chi fa come me il mestiere di lessicografa aspira a registrare nei dizionari una lingua non attardata su pregiudizi, luoghi comuni, stereotipi superati». La celebre linguista Valeria Della Valle parla del primo dizionario senza stereotipi di genere e dello stato di salute dell'italiano

Un curriculum prestigioso e una sfida, quella di dare agli italiani una maggiore consapevolezza del valore della propria lingua, incoraggiandoli a usarla bene, in un'epoca in cui le parole diventano specchio di un mondo che cambia. Già professoressa associata di Linguistica italiana alla Sapienza di Roma, Valeria Della Valle è socia corrispondente dell'Accademia della Crusca e socia ordinaria dell'Accademia dell'Arcadia. Si è occupata, in particolare, della storia dei dizionari italiani, della prosa contemporanea, della terminologia dell'arte, dei neologismi; ha coordinato, con Giovanni Adamo, l'Osservatorio Neologico della lingua italiana (Iliesi-Cnr). Con Giuseppe Patota ha condotto le ultime due edizioni del Nuovo Treccani (2018 e 2022) e firmato diverse grammatiche e quattordici libri di divulgazione sull'italiano, tra cui *La nostra lingua italiana* (2019) e *Le parole valgono* (2020). Da anni, sempre insieme a Patota, è consulente di Rai Educational e protagonista di rubriche radiofoniche (*La lingua batte*) e televisive (*Le parole per dirlo*) riguardanti dubbi e curiosità sulla nostra lingua.

Al recente Festival Treccani della lingua italiana ha tenuto con Giuseppe Patota la lezione "Una lingua stupenda. Biografia dell'italiano". In che fase ci troviamo dell'evoluzione della nostra amata lingua?

«Il processo di evoluzione della nostra lingua è molto lento e i cambiamenti hanno tempi lunghi. La nostra è una lingua molto conservativa: grazie a questa caratteristica capiamo ancora, per esempio, molte delle parole usate da Dante nella *Divina Commedia*, arrivate fino a noi identiche o con piccole modificazioni. Finalmente l'italiano contemporaneo è anche una lingua parlata, non solo scritta, come è stata fino all'Unità d'Italia, e questo è un fatto molto positivo».

La lingua italiana è a rischio impoverimento? Se sì, da dove provengono i maggiori pericoli? Dall'uso dell'inglese usato anche come lingua dell'insegnamento nelle scuole italiane o nell'assuefazione a una lingua che non ha rispetto per l'altro, come ha dichiarato in un'intervista?

«Il pericolo di impoverimento esiste per le nuove generazioni, che hanno poche occasioni di soffermarsi su testi scritti e rischiano di perdere elementi del lessico fondamentale. L'uso esclusivo della lingua inglese nei corsi di laurea universitari, specialmente quelli scientifici, mette a rischio la competenza attiva della lingua scientifica, e questo sarebbe un grave danno. Diverso è il problema dell'assuefazione a una lingua non rispettosa, violenta e prevaricatrice. Per ora la diffusione della "lingua dell'odio" è limitata, per fortuna, a

frange di persone che si servono dei social per aggredire verbalmente chi la pensa diversamente, nascondendosi in genere dietro all'anonimato».

L'edizione 2022 del Dizionario della lingua italiana, di cui è condirettrice, vuole favorire una lingua più inclusiva, più chiara e immediata. Voi linguisti vi muovete per rendere anche la società più inclusiva, meno condizionata dagli stereotipi di genere, e più aperta, ma come risponde la società stessa? Perché si registra ancora resistenza verso la declinazione femminile delle professioni di più alto profilo?

«Chi fa come me il mestiere di lessicografa aspira a registrare nei dizionari una lingua non attardata su pregiudizi, luoghi comuni, stereotipi superati. Questo non vuol dire che quegli usi vengano censurati, in base a una discutibile "cultura della cancellazione": ma li segnaliamo come residui di mentalità e abitudini del passato. Quanto alla declinazione al femminile dei nomi di professione, c'è ancora una resistenza, anche da parte di molte donne, a farsi chiamare avvocatessa o prefetta o direttrice: l'importanza del ruolo viene identificata e fatta coincidere solo col genere maschile, come se quegli stessi termini fossero sminuiti se declinati al femminile, nonostante siano parole più che corrette. Naturalmente, non si può e non si deve imporre un uso che viene rifiutato per motivi ideologici. Proprio per questo, nella ultima edizione 2022 del Dizionario dell'italiano Treccani, col codirettore Giuseppe Patota abbiamo deciso di registrare aggettivi e sostantivi non più solo al maschile ma al femminile e al maschile, modificando una convenzione basata non sulla struttura linguistica dell'italiano, ma su una tradizione storico-culturale androcentrica corrispondente a un'analoga visione del mondo e della società».

Quali sono le tendenze più interessanti che riguardano alla formazione di neologismi? Sono ancora i giornali a imporre neologismi o i social media stanno prendendo il sopravvento?

«I neologismi vengono spesso additati come responsabili del degrado della nostra lingua. Al contrario, se formati correttamente, sono la prova della vitalità del lessico italiano, capace di arricchirsi e rinnovarsi. I giornali sono ancora fonte di novità linguistiche, che da lì vengono diffuse e accolte dai parlanti. Le nuove parole o espressioni che circolano nei social fanno parte, in genere, di un linguaggio usato dai giovani: scherzoso, a volte sboccato, misto di elementi dialettali, inglesi, gergali, ma effimero. Le nuove parole che riescono a imporsi e a entrare davvero nell'uso sono dovute, invece, alla necessità di indicare qualcosa di nuovo, di cui non possiamo più fare a meno.



Nell'ultima edizione 2022 del Dizionario dell'italiano Treccani

«Abbiamo deciso di registrare aggettivi e sostantivi non più solo al maschile ma al femminile e al maschile, modificando una convenzione basata non sulla struttura linguistica dell'italiano, ma su una tradizione storico-culturale androcentrica corrispondente a un'analoga visione del mondo e della società»

Per esempio, negli ultimi anni, si sono imposte le espressioni: boomer, bullizzare, influencer, infodemia, famiglia arcobaleno, lockdown, ludopatia, millennial».

Sempre in un'intervista ha dichiarato che gli italiani dovrebbero volere più bene alla propria lingua e prendersene cura. Cosa suggerirebbe loro?

«Sono convinta che gli italiani abbiano un forte senso di appartenenza alla propria lingua, tanto è vero che si scandalizzano e protestano appena un personaggio pubblico fa un errore di grammatica, parlando o scrivendo. Poi, però, trattano la lingua con una certa sciattezza, usano parole inglesi anche quando hanno a disposizione le parole italiane corrispondenti, non si preoccupano troppo di esprimersi in modo corretto. Non mi riferisco a chi non ha compiuto studi regolari, ma a chi, per gli studi fatti e per il ruolo che occupa, ha il dovere civile di esprimersi in un buon italiano. Suggesto a tutte e a tutti di curare il proprio modo di parlare e di scrivere, pensando sempre alle interlocutrici e agli interlocutori che ci ascoltano e ci leggono. Condividiamo con loro

il nostro linguaggio curandolo come merita: è il mezzo più forte che ci lega alla nostra storia, alle nostre radici affettive, alla cultura di chi è venuto prima di noi, e che attraverso la lingua che usiamo verrà trasmessa alle generazioni future».

• **Francesca Druidi**

Valeria Della Valle, linguista e saggista



La matrice della violenza di genere

Volto noto della televisione, seguitissima anche sui social media, la profiler, psicologa forense e criminologa investigativa Roberta Bruzzone parla, nel suo ultimo libro, del delitto di Serena Mollicone e della difficoltà di sradicare la violenza di genere

Interessata fin da piccola all'indagine della psiche umana e determinata a sconfiggere l'ingiustizia, la psicologa forense e criminologa investigativa Roberta Bruzzone ha trattato, in qualità di consulente tecnico, i più seguiti casi di cronaca nera italiana, dalla strage di Erba al delitto di Sarah Scazzi ad Avetrana e di Luca Varani a Roma. Ha analizzato le scene del crimine dove sono stati uccisi Samuele Lorenzi (Cogne), Simonetta Cesaroni (delitto via Poma), Chiara Poggi (Garlasco) e Meredith Kercher (Perugia). Il suo ultimo libro, *La ragazza nel bosco. La verità oltre l'inganno, il caso Serena Mollicone* (Edizioni Piemme), scritto insieme all'avvocato Federica Nardoni, ricostruisce la vicenda di un altro delitto che ha scosso profondamente l'opinione pubblica del nostro Paese: l'omicidio di Serena Mollicone, la diciottenne di Arce scomparsa il primo giugno del 2001 e ritrovata senza vita tre giorni dopo in un bosco nella Valle del Liri.

Lei si spende da anni nella battaglia contro la violenza di genere, che sfocia ormai con sempre maggiore frequenza in episodi di violenze domestiche e femminicidi. Come se ne esce?

«Lo sostengo da sempre: non possiamo pensare di sconfiggere una problematica che ha radici culturali molto solide e radicate con l'inasprimento di pene che molti di questi soggetti non considerano minimamente come elementi di deterrenza. La maggior parte dei maltrattanti pensa di avere pieno diritto di fare ciò che fa e quelli che decidono di uccidere non prendono in considerazione l'effettiva pena che dovranno scontare. Molti si suicidano subito dopo il gesto. Bene, quindi, inasprire le pene e aumentare gli strumenti di protezione, però questo è un modo per gestire le conseguenze del fenomeno, non per prevenirne la

Roberta Bruzzone, psicologa forense e criminologa investigativa



La violenza di genere

«Possiamo inasprire le pene quanto vogliamo, possiamo diventare più efficaci nella “controffensiva” dal punto di vista giudiziario, ma se non interveniamo culturalmente non riusciremo a salvare tutte le potenziali vittime»

manifestazione. Bisogna allora cominciare a ragionare più seriamente su campagne educative che promuovano valori alternativi a quelli ancora diffusi e vigenti. La battaglia vera è sullo stereotipo di genere e su quelli che sono le funzioni dei ruoli all'interno di una relazione. Altrimenti continueremo a contare i morti. Possiamo inasprire le pene quanto vogliamo, possiamo diventare più efficaci nella “controffensiva” dal punto di vista giudiziario, ma se non interveniamo culturalmente non riusciremo a salvare tutte le potenziali vittime».

Nemmeno gli adolescenti di oggi sembrano sfuggire a questi stereotipi.

«Il nodo è arrivare alla mente delle persone, proporre modelli alternativi efficaci e continuare a lavorare in quella direzione. È un passaggio che non avverrà in tempi brevi. Per cambiare dal punto di vista degli stereotipi culturali occorrono intere generazioni, probabilmente quattro o cinque come minimo, per sedimentare nuovi modelli di relazione, nuovi modelli legati ai ruoli di genere. È un lavoro che bisognerà fare, perché a oggi non pare nemmeno iniziato. Considerando le ultime ricerche, soprattutto per quanto riguarda la cosiddetta Generazione Z, siamo purtroppo tornati indietro di 50 anni: abbiamo ragazze fragilissime, con scarsa autostima, molte delle quali scolate da un modello di autonomia; orientate a

sedurre o a cercare a ogni costo l'attenzione dei maschi puntando prevalentemente sull'aspetto fisico, pena l'invisibilità. È chiaro che queste donne-le madri del futuro-tenderanno a perpetuare lo stesso modello con valori distorti e disfunzionali in cui abbiamo la figura femminile ancora subalterna a quella maschile. È questa la matrice della violenza: il fatto stesso che gli stereotipi di genere facciano sentire chi pratica questo tipo di violenza assolutamente autorizzata a farlo».

Ha più volte messo in guardia le generazioni dal lato oscuro della rete, dei social network. Cosa fare?

«La bacchetta magica non ce l'ha nessuno. Intanto, l'obiettivo deve essere puntato sui genitori, perché il vero punto debole di questa catena di apprendimento disfunzionale sono loro, spesso molto problematici e assenti in maniera significativa nella vita dei figli. Anziché svolgere il loro ruolo, i genitori sono diventati i principali fan dei loro figli, trasformandoli sostanzialmente in piccoli disadattati. Il vero problema è lavorare sul modello educativo, trasferire competenze ai genitori che, purtroppo ormai è chiaro, non hanno nemmeno quelle di base».

Lei è anche docente e formatrice, presidente dell'Accademia internazionale delle scienze forensi. A che punto è la formazione

nel suo campo di elezione?

«Ho un'accademia di formazione ormai dal 2009 e cerco di formare professionisti in questo ambito molto delicato e multidisciplinare per definizione in maniera sistematica. C'è molto da fare, ma comunque già qualche passo importante è stato fatto. Recentemente un decreto legge ha sancito in maniera definitiva i confini precisi della formazione, anche dello psicologo forense, e i settori piuttosto ampi di applicazione di questa professionalità. Il mio approccio è questo: per me la criminologia più che una professione è una competenza specialistica che può essere spesa all'interno di determinati ambiti professionali; quello psicologico è per me il percorso di elezione dove spendere le proprie competenze. Senza una laurea in psicologia, quindi, pensare di fare il criminologo diventa veramente difficile».

• FD



Una strada ancora in salita

Contro gli stereotipi e il patriarcato. Battersi contro le discriminazioni resta la stella polare per Irma Conti, presidente Adgi, Associazione donne giuriste Italia, anche per favorire lo sviluppo e scoraggiare episodi di violenza

Mentre in linea di principio si moltiplicano le manifestazioni di condivisione e le attestazioni di stima nei riguardi delle donne, nella vita reale l'uguaglianza di genere resta un traguardo lontano in Italia. Con antichi stereotipi diffusi in maniera capillare, consessi in cui le donne sono mosche bianche e dove se ne contano ancora troppo poche con pieni poteri decisionali per poter parlare di inclusione e sostenibilità sociale in senso compiuto. «Nonostante la raggiunta consapevolezza che le donne possono ricoprire ruoli di comando quali quello di Giorgia Meloni e di Margherita Cassano, prima presidente di Cassazione - sostiene Irma Conti, presidente di Adgi - ancora non siamo né inclusivi né sostenibili. Basti pensare al gender pay gap e al fatto che in Italia ancora festeggiamo i primariati. Credo sia un retaggio culturale più radicato nel nostro Paese, dove la famiglia patriarcale è ancora il modello prevalente».

Quali settori in Italia risentono di più del gender pay gap, condizione essenziale per la vera emancipazione della donna, e come si può invertire questa rotta?

«Tutti i settori sono coinvolti perché nessuno è escluso dagli stereotipi. Nell'ambito dell'Avvocatura ci sono politiche di genere per cui bisogna battersi, come quelle del vaglio dei cv di un uomo e di una donna per il conferimento di un incarico da parte di tutte le società partecipate, per gli enti pubblici e perché no, a livello di best practice da parte di tutte le imprese. L'onorevole Martina Semenzato, attuale presidente della Commissione bicamerale sul femminicidio, ha già incontrato Confindustria per stipulare convenzioni per il lavoro per le vittime di violenza. Questa è una politica che induce a denunciare e a uscire da un contesto in cui spesso le donne restano intrappolate perché dipendenti economicamente dal reddito dello stesso maltrattante».

La violenza sulle donne è una piaga contro cui lotta da tempo. Quali sostegni legali e sociali esistono oggi per le vittime e cosa manca per sradicarla?

«Inizio da ciò che manca: le pari opportunità. La violenza è frutto degli stereotipi e quindi della mancanza di pari opportunità. Per quanto riguarda i sostegni legali, lo Stato mette a disposizione delle vittime di violenza sia il patrocinio a spese dello Stato che un Fondo per la riparazione dei danni subiti dalle vittime. L'Avvocatura rappresenta un baluardo per la lotta alla violenza, dentro e fuori le aule di giustizia e aumenta in maniera esponenziale la specifica com-

petenza richiesta per far fronte sia in ambito civile che penale ai disagi familiari, che arrivano in taluni casi a una guerra civile contro le donne. Ci sono poi i centri antiviolenza, il cui nome reca il contenuto della loro missione e che costituiscono un primo approdo per molte donne e per i loro figli».

Nel mondo in toga da cui proviene, tre anni fa Cassa Forense registrava il sorpasso "storico" delle donne sugli uomini. Quali pregiudizi sta smontando la femminilizzazione dell'avvocatura, e quali invece resistono?

«Gli effetti sono ancora impercettibili in quanto il gender pay gap è del 50 per cento, nonostante il sorpasso numerico. Ciò comporta anche un abbandono da parte di molte giuriste e una perdita per la società di competenze estremamente qualificate, determinate e capaci, ma private delle opportunità. A livello di rappresentatività nelle istituzioni forensi è recente il netto passo in avanti, grazie al rispetto delle quote di genere nella proposizione delle candidature. E a noi, elette anche dalle molte colleghe, spetta governare la neutralizzazione di questo dato tanto insensato quanto allarmante, unitamente ai Comitati Pari Opportunità costituiti presso gli Ordini degli avvocati, che

Irma Conti, presidente Adgi, Associazione donne giuriste Italia assieme alla collega Alessandra Martuscelli



hanno il ruolo di rimuovere gli ostacoli per l'accesso e la permanenza nella professione forense».

Al progressivo azzeramento del gender gap guarda la certificazione della parità di genere, introdotta da quasi due anni. Come si può ottenere e che ricadute virtuose potrà generare anche in prospettiva?

«È una leva sociale di straordinaria importanza perché tramite la premialità per le im-



prese che ottengono benefici previdenziali, si introducono best practice che rappresentano un'opportunità per le donne, ma al contempo un volano per le imprese. Basti pensare che da uno studio economico è stato accertato che i brand inclusivi avevano un utile del 20 per cento superiore a quelli non inclusivi. Si ottiene con una due diligence sulle Kpi "Key performance indicator" delle imprese, piccole, medie e grandi finalizzata a valutare che la propria organizzazione sia conforme con gli standard europei e in particolare con la Prassi Uni/Pdr 125:2022 volta a rimuovere le discriminazioni di genere che sono una za-

vorra per tutti».

Molte aspettative per evolvere su questo fronte sono riposte anche sulla Missione 5 "Inclusione e coesione" del Pnrr. Quali segnali vi attendete dal Governo guidato da una donna?

«L'affidamento che ripongo nella presidente Meloni in quanto donna rappresenta un plus rispetto a quello che ritengo ormai uno slogan virtuoso e non più discutibile da parte di tutti, a prescindere dal sesso e su cui auspico la convergenza trasversale. Ossia, che una buona politica di genere è una buona politica economica e sociale».

• Giacomo Govoni

**La mancanza di pari opportunità
Le donne restano spesso intrappolate in contesti di violenza, perché dipendenti economicamente dal reddito dello stesso maltrattante**



Figli e lavoro, un matrimonio difficile

Ha una percezione diretta del problema Daniela Missaglia, che da madre e da stimato avvocato nel campo del diritto civile e coniugale, analizza i risvolti più critici di un'avvocatura che si femminilizza. E di famiglie che cambiano

Tradizionale, omogenitoriale, monoparentale e "queer". Anche solo rispetto a dieci anni fa, quando l'unica giuridicamente riconosciuta si fondava sul matrimonio, «la famiglia è un'entità profondamente modificata». Ne parla con piena cognizione Daniela Missaglia, insigne avvocato divorzista e matrimonialista che sui contenuti, le crisi e l'evoluzione dell'istituto fondante della società italiana ha focalizzato la sua professione. Assistendo clienti in tribunale, scrivendone saggi, fornendo pareri accademici e in commissioni parlamentari e intervenendo in trasmissioni tv e radio per analizzare risvolti e nuovi scenari legati alla «costellazione familiare» che oggi ha preso forma. «Dal 2016 con la Legge Cirinnà- chiarisce Daniela Missaglia- anche famiglie composte da partner omosessuali o non sposati trovano regolamentati i propri diritti e doveri, attraverso l'unione civile e la coppia di fatto registrata».

Un ripasso al volo sulla differenza tra le due?

«La prima consente a una coppia di mag-

Daniela Missaglia, avvocato divorzista e matrimonialista e saggista



giorenni omosessuali di ufficializzare la propria relazione e di essere titolari di diritti pari a quelli dei coniugi. Oltre a una regolamentazione specifica, infatti, la Legge rinvia alle norme speciali riferite al matrimonio. Con la convivenza di fatto, una coppia di maggiorenni etero o omosessuali, possono registrare all'anagrafe la propria relazione e regolare i rapporti economici con il contratto di convivenza».

In materia di diritto di famiglia, quali



La femminilizzazione dell'avvocatura ha portato numerosi benefici, ma ci sono ancora delle sfide che devono essere superate per garantire una piena uguaglianza di genere. Ancora oggi persistono dei pregiudizi riguardo alla capacità delle donne come avvocate, basandosi su stereotipi retrogradi

sono gli strumenti giurisprudenziali più innovativi entrati nel nostro ordinamento?

«Certamente la negoziazione assistita, introdotta con la L. 162/2014, ha consentito un primo efficace passo verso l'abbreviazione dei termini e la semplificazione delle procedure di separazione e divorzio. Oggi, con la Riforma Cartabia si è reso possibile unirle in un solo procedimento consentendo, tra l'altro, di massimizzare il risultato con la previsione di clausole di definizione tombale del matrimonio in un'unica trattativa. Inoltre, è stata prevista l'istituzione del Tribunale unico per le persone, i minorenni e le famiglie che, salvo proroghe, vedrà la luce entro fine 2024. Infine, fin da oggi, in caso di percorso giudiziale, il procedimento è stato modificato da trifasico a bifasico, con obblighi informativi delle parti sulla vita del minore e sulle condizioni economico-patrimoniali dei coniugi».

Tre anni fa i dati della Cassa Forense sanciva il sorpasso "storico" delle donne sugli uomini in toga. Quali effetti sta producendo la femminilizzazione dell'avvocatura, quali pregiudizi stanno cadendo e quali resistono?

«La femminilizzazione dell'avvocatura ha

portato numerosi benefici, ma ci sono ancora delle sfide che devono essere superate per garantire una piena uguaglianza di genere. Se si guarda alla seniority, ad esempio, si nota che solo il 20 per cento dei partner dei grandi studi legali è donna. È dunque innegabile che sopravvivano ancora oggi dei pregiudizi riguardo alla capacità delle donne come avvocate, basandosi su stereotipi retrogradi. Lo è altrettanto, peraltro, che le donne avvocato abbiano portato una maggior sensibilità verso questioni legate alla famiglia e alla lotta contro la discriminazione di genere. Personalmente, ritengo che permanga una grande fatica nel coniugare figli e professione e anche su questo aspetto c'è ancora molta strada da fare».

L'indipendenza economica è una delle condizioni per la vera emancipazione della donna, eppure in Italia il gender pay gap è ancora rilevante. Com'è la situazione nel settore legale?

«La situazione nel settore legale in Italia rispecchia, in larga misura, il gender pay gap presente in altri settori. Nonostante le donne costituiscano una percentuale significativa degli avvocati e dei giudici, guadagnano mediamente meno dei loro colleghi maschi.

Anche perché sottorappresentate nelle posizioni di leadership e di alto livello, dove i salari tendono a essere più elevati. Inoltre, le donne possono essere penalizzate dalla maternità, con una minore possibilità di avanzamento di carriera o di accesso a incarichi di prestigio».

Come si può invertire questa rotta?

«Garantendo alle donne pari opportunità di avanzamento di carriera e di accesso a incarichi di prestigio, indipendentemente dalla maternità. Ciò può essere realizzato attraverso politiche di conciliazione tra lavoro e famiglia, come l'accesso a servizi di assistenza all'infanzia e la flessibilità lavorativa. Dunque, solo attraverso un approccio olistico e sistematico sarà possibile raggiungere una vera parità economica e di opportunità per le donne nel settore legale».

Uno dei numerosi libri che ha scritto parla del confine tra lecito e illecito nei sentimenti. Qual è, secondo lei, e di quanto- e verso dove- si è spostato negli ultimi anni?

«Nei rapporti sentimentali, il confine tra lecito e illecito è molto labile. Il problema è che, quasi sempre, chi vive un rapporto malato e tossico è il primo a non percepirlo anche perché la vittima rimane legata al suo carnefice in una sorta di dipendenza psichica (chiamata anche sindrome di Stoccolma). È in ogni caso un tema spinosissimo che sconta dinamiche soggettive. Proprio per questo è fondamentale che i rapporti sentimentali siano basati sul consenso reciproco e sulla volontà di entrambe le parti coinvolte. Qualsiasi forma di coercizione, manipolazione o abuso è generalmente considerata illecita e inaccettabile. A oggi, e sicuramente ancor più domani, tali sopraffazioni sono perpetrate anche attraverso la tecnologia, sia per compiere direttamente l'illecito sia per divulgarne la commissione».

Nell'ultimo scritto a quattro mani con la collega De Vellis, suggerisce invece dei patti matrimoniali per organizzarsi in anticipo laddove l'amore finisce prematuramente. Quali saranno, oggi e domani, i più validi e lungimiranti per schivare i tribunali?

«I patti matrimoniali sono contratti stipulati liberamente dai coniugi per proteggere gli interessi economici di entrambi e garantire una divisione equa dei beni in caso di fine della relazione. Ovviamente in tali accordi è possibile inserire anche clausole che regolamentano altri aspetti della vita di relazione, da ritenersi valide a patto che non violino l'insieme di norme riferibili a principi supremi della nostra Carta costituzionale. A oggi l'assenza normativa determina la necessità di rivolgersi a un professionista altamente specializzato che abbia le competenze di individuare, attraverso l'analisi delle sentenze progressiste, gli spiragli che permettono all'accordo di sopravvivere e produrre effetti. Per il domani, si confida che il Legislatore segua l'esempio offerto da alcune Corti e regoli la materia, a tutto vantaggio dei coniugi e dei Tribunali». • **Giacomo Govoni**

Garlatti: “Investire sull’educazione non è buonismo”

Oltre alla criminalità giovanile, sono diversi gli ambiti di intervento prioritario per i minori: devianze, dispersione scolastica, salute mentale, ambiente digitale e partecipazione. L’analisi dell’Autorità garante per l’infanzia e l’adolescenza Carla Garlatti

Mettere i diritti di bambini e ragazzi al centro delle politiche pubbliche, in maniera strutturale e con una programmazione adeguata, senza rincorrere le emergenze e senza trasformarli in terreno di contrapposizione tra diversi schieramenti. È questo, in sintesi, il messaggio che l’Autorità garante per l’infanzia e l’adolescenza (Agia) Carla Garlatti ha inviato al Paese in occasione della presentazione della Relazione al Parlamento sulle attività svolte nel 2022. L’Autorità garante si esprime in un periodo delicato per i minorenni, al centro delle cronache per episodi di criminalità e violenza, anche sessuale.

A proposito del decreto Caivano ha commentato: bene punire, ma senza dimenticarsi di recuperare il minorenne che delinque. Quali strumenti a misura di minori andrebbero rafforzati, sia in fase di prevenzione che di riparazione?

«Un minorenne che commette un reato non può essere trattato come un adulto: la sua è una personalità in formazione. Per questo- e non è buonismo- è necessario innanzitutto puntare sull’educazione, in modo

Carla Garlatti, Autorità garante per l’infanzia e l’adolescenza (Agia)



che i ragazzi comprendano la gravità della condotta, e allo stesso tempo si mettano in atto interventi finalizzati al loro recupero. In questo senso, occorre affiancare al procedimento penale gli strumenti offerti dalla giustizia riparativa- dalla mediazione penale a quelli che coinvolgono le famiglie- che consentono l’acquisizione della consapevolezza di aver procurato un danno a qualcuno e non a qualcosa, permettendo alla vittima di essere riconosciuta nella sua sofferenza. Più in generale, è fondamentale investire nella prevenzione, con risorse che

permettano ai servizi di compiere una presa in carico precoce dell’intero nucleo familiare. È bene ricordare che la scuola rappresenta un presidio dello Stato, specialmente nelle aree a maggiore marginalità, non soltanto in termini educativi ma anche quale baluardo contro il degrado sociale».

L’ultima ricerca di Save the Children sul lavoro minorile ha evidenziato la correlazione causa-effetto tra questo fenomeno e la dispersione scolastica. La previsione di due anni di reclusione per i genitori che non si occupano dell’istruzione dei figli sarà un deterrente efficace in questo problema complesso?

«Sono convinta che i genitori debbano essere assolutamente coinvolti, perché l’educazione parte dalla famiglia. Tuttavia, non ritengo che la strada da percorrere sia quella di sanzionarli con la pena della reclusione, che potrebbe essere addirittura controproducente nei contesti di marginalità, gettando la famiglia in una situazione ancora peggiore. Al contrario, come ho proposto al presidente del Consiglio Meloni già nel novembre 2022, ritengo che vadano nella giusta direzione soluzioni che subordinino l’erogazione ai genitori di benefici economici di qualsiasi tipo alla regolare frequenza scolastica dei figli. È poi indispensabile investire prioritariamente nelle aree a maggior rischio, valorizzando il lavoro di rete tra scuola, famiglia e comunità. Bisogna ripensare la scuola per renderla attrattiva e aperta al territorio e promuovere l’educazione alla legalità, all’affettività e al rispetto dell’altro, sin dalla primaria. Ogni intervento in tal senso è benvenuto».



Lavoro di rete tra scuola, famiglia e comunità
«Bisogna ripensare la scuola per renderla attrattiva e aperta al territorio e promuovere l’educazione alla legalità, all’affettività e al rispetto dell’altro, sin dalla primaria»

Al via i lavori della Commissione parlamentare per l’infanzia e l’adolescenza, di cui ha caldeggiato l’istituzione. Dal suo osservatorio, quali sono le priorità di cui si dovrebbe occupare?

«In generale, il mio auspicio è che la Commissione parlamentare per l’infanzia e l’adolescenza acquisisca un ruolo sempre più fondamentale e incisivo nella definizione delle politiche e delle scelte legislative che interessano i diritti di bambini e adolescenti. Più nel dettaglio, i primi temi di approfondimento annunciati- dipendenze e

devianza giovanile, disturbi neuropsichiatrici, carenze nei servizi per minorenni con disabilità e digitale- rappresentano anche per l’Autorità garante questioni di primaria importanza, sulle quali da tempo ci stiamo impegnando. Non a caso, abbiamo già avviato in questi anni uno studio sulla salute mentale dei minorenni, un progetto per la promozione della giustizia riparativa e una serie di iniziative per la tutela di bambini e ragazzi in rete. Sarà mia cura promuovere, nel rispetto delle rispettive funzioni, le opportune sinergie». • **Francesca Druidi**

Gli orfani dei femminicidi

Non passa giorno senza che vi sia un femminicidio. La legge 4 del 2018 ha portato all’apertura di un fondo economico destinato a chi è rimasto orfano “a causa di crimini domestici”. Qual è la situazione di questi orfani speciali e come dovrebbero essere tutelati? «La legge n. 4 del 2018 rappresenta un intervento ambizioso e innovativo, perché denota una presa di coscienza istituzionale e una responsabilità concreta verso queste vittime», commenta Carla Garlatti. «Tra le misure introdotte, una delle più rilevanti è rappresentata dall’istituzione di un fondo destinato agli orfani - il 70 per cento del quale riservato ai minorenni- per l’erogazione di borse di studio, percorsi formativi, rimborso delle spese sanitarie e farmaceutiche, fondo esteso nel 2019 anche alle famiglie affidatarie. Tuttavia, secondo i dati del ministero dell’Interno, il ricorso a questo fondo è stato estremamente limitato: tra il 1 agosto 2020 e il 31 luglio 2021, su 12 milioni di euro disponibili, sono stati erogati 261mila euro a beneficio di 32 orfani; 29 assegni mensili da 300 euro e 17 borse di studio e ristoro spese mediche per un valore pari a 65mila euro. Inoltre, nel periodo considerato, sono stati erogati 196mila euro di ristoro arretrato. È quindi evidente che qualcosa non va. Non basta prevedere un beneficio, questo deve anche essere facilmente ottenibile, senza meccanismi burocratici o tempistiche che ne ostacolano o rallentino l’erogazione: è importante prevedere un accesso più rapido e semplificato. Rispetto ai numeri, poi, va detto che a oggi non sappiamo con precisione quanti siano in Italia i potenziali beneficiari del fondo. Secondo un’indagine Openpolis del novembre 2021 sarebbero complessivamente 2.000 i potenziali aventi diritto, mancano però dati ufficiali in merito».

L'equilibrio tra repressione e prevenzione

La deputata leghista Simonetta Matone spiega le novità contenute nella proposta di legge per la prevenzione e il contrasto di bullismo e cyberbullismo. Promuove l'operato del governo, impegnato a combattere dispersione scolastica e disagio giovanile

Il 6 settembre la Camera dei Deputati ha approvato il testo unificato delle proposte di legge sul bullismo e il cyberbullismo. Un testo condiviso e bipartisan, che scrive una bella pagina di storia parlamentare, estendendo l'azione della legge 71 del 2017 (che si occupava solo di cyberbullismo). A commentare il provvedimento è la deputata leghista Simonetta Matone, relatrice della proposta di legge, a cui non manca certo l'esperienza nel mondo della giustizia minorile. «È una legge sottovalutata da tutti, ma che contiene un elemento di novità molto importante».

Quale?

«L'articolo 2 modifica la legge sull'istituzione e sul funzionamento del Tribunale per i minorenni (Regio decreto-legge 20 luglio 1934, n. 1404, convertito, con modificazioni, dalla legge 27 maggio 1935, n. 835, c.d. "legge minorile"). In particolare, tramite la riformulazione dell'articolo 25 del citato regio decreto, sono apportate alcune modifiche alla disciplina delle misure coercitive di intervento non penale nei confronti di minorenni dalla condotta socialmente inaccettabile. Esiste, infatti, una galassia di ragazzi che commette fatti penalmente non rilevanti oppure penalmente rilevanti ma assolutamente incorreggibili, per i quali non si possono censurare i genitori per le modalità di esercizio della responsabilità genitoriale. L'articolo 25, mai abrogato, consente di prendere provvedimenti di natura amministrativa nei confronti dei "minori irregolari per condotta o carattere". Nei miei anni di attività nel sistema della giustizia minorile, ho spesso fatto riferimento a questo articolo, che prevede anche la misura del collocamento del minore presso un istituto di rieducazione o istituto medico psico-pedagogico, per aiutare i ragazzi tossicodipendenti e i loro genitori che, disperati, si rivolgevano alla procura del Tribunale per i minorenni. Ero diventata una vera esperta in queste operazioni di ricollocamento in strutture protette e comunità terapeutiche (ad esempio San Patrignano), rese possibili dall'accordo con magistrati e genitori».

Con questa legge su bullismo e cyberbullismo cosa cambia?

«Sono facilitati i percorsi di recupero dei ragazzi con la possibilità di interventi preliminari e misure graduali di intervento, dal percorso di mediazione allo svolgimento di un progetto di intervento educativo con finalità rieducativa e riparativa. Di fronte a una conclusione negativa del progetto, può scattare

l'affidamento ai servizi sociali o il collocamento del minore in una comunità. L'approccio di questa legge contro il bullismo è più orientato alla prevenzione rispetto al decreto ribattezzato erroneamente dalla stampa Caivano: siamo partiti in maniera fortemente repressiva, ma pian piano abbiamo trovato il punto di accordo con tutti gli altri partiti. Il cosiddetto decreto Caivano, recante "Misure urgenti di contrasto al disagio giovanile, alla povertà educativa e alla criminalità minorile, nonché per la sicurezza dei minori in ambito digitale" è altrettanto significativo. Gli interventi legislativi di questo governo sono estremamente ragionevoli, pensati ed efficaci».

Prevede tempi brevi per l'approvazione in Senato?

«Sì. Come si fa, del resto, a non essere d'accordo con un impianto così ragionevole? Da quando sono stata eletta, ormai un anno fa, non ho mai votato una norma contro i miei principi. Sono una cattolica praticante, profondamente credente e con una vita spesa nel sociale; non ho mai avuto problemi con la mia coscienza nel votare i provvedimenti del governo. Lo trovo molto bello. C'è molta disinformazione da parte della stampa,

Simonetta Matone, deputata leghista



anche sul decreto Cutro. Sui giornali si scrivono cose che non ritrovo nelle leggi che voto».

La legge sul bullismo e cyberbullismo attribuisce un ruolo fondamentale alla scuola. Prevede, infatti, un codice interno a ogni istituto scolastico per la prevenzione e il contrasto e un tavolo permanente di monitoraggio; servizi di sostegno psicologico agli studenti; un ruolo più incisivo del dirigente scolastico nella gestione di episodi di bullismo che coinvolgono gli studenti.

«Non amo termini come agenzie di formazione, ma la centralità della scuola è acclarata. Il ministro Valditara sta lavorando per restituire dignità al lavoro dell'insegnante, riportando la cultura del rispetto nelle aule, anche attraverso il tavolo "Autorevolezza e rispetto", di cui ho fatto parte. Ne è uscito un documento molto buono con le strategie più efficaci per contrastare gli episodi di violenza nelle scuole contro i docenti e anche il bullismo tra studenti. Nel decreto di contrasto al disagio giovanile ci sono sei milioni di euro per il sostegno alle iniziative contro un'altra piaga come la dispersione scola-

stica. Tutti si dimenticano che nel nostro Paese l'istruzione è obbligatoria per dieci anni dall'inizio del percorso scolastico».

Considerando anche la sua grande esperienza di lavoro con i minorenni, quanto è importante trovare un equilibrio tra repressione e prevenzione?

«Ogni volta che cambio Codice, ci scrivo sopra la frase di sant'Agostino: "La severità che perdona, la misericordia che punisce. Severamente misericordiosi e misericordiosamente severi". Il punto di equilibrio lo si può trovare e la giustizia minorile deve fare uno sforzo in questo senso. È fondamentale abbandonare gli schemi che fino ad ora l'hanno afflitta: un perdonismo esasperato, di cui ho contato troppi esempi- sia civili che penali - nella mia carriera: 17 anni pm per i minori e 7 anni come sostituto procuratore generale. Poi mi sono occupata di criminalità organizzata, pur continuando a seguire i minorenni. L'approccio eccessivamente ideologico di una parte dei magistrati dei minorenni va cambiato: le ragioni delle devianze sono sì sociali, però bisogna ancora capire come affrontarle e con quali strumenti».

• **Francesca Druidi**

Cosa cambia con la legge sul bullismo e cyberbullismo

Sono facilitati i percorsi di recupero dei ragazzi con la possibilità di interventi preliminari e misure graduali di intervento, dal percorso di mediazione allo svolgimento di un progetto di intervento educativo con finalità rieducativa e riparativa. Di fronte a una conclusione negativa del progetto, può scattare l'affidamento ai servizi sociali o il collocamento del minore in una comunità

Nel 2023 le vendite oltreconfine di beni italiani supereranno i 660 miliardi di euro grazie a una crescita attesa del 6,8 per cento, per proseguire a un ritmo del 4,6 per cento nel 2024 e del 3,8 per cento medio annuo nel biennio successivo. Seppur in una cornice ancora in chiaroscuro della domanda mondiale, indebolita da condizioni finanziarie poco favorevoli a livello globale e da una progressiva erosione del potere d'acquisto dei consumatori, prevalgono le luci nel Rapporto Export 2023 presentato in estate da Sace, che infondono fiducia tra le imprese italiane. Confermandone l'ottimo standing tra le potenze economiche del Pianeta. «Siamo ancora il settimo esportatore mondiale e il secondo in Europa - sottolinea Alessandra Ricci, amministratore delegato di Sace - dopo la Germania ma davanti alla Francia. È davvero una posizione di eccellenza per un Paese che, dobbiamo ricordarlo, non ha materie prime. Però per le imprese è decisivo continuare a investire sulla qualità, perché il rischio di essere tagliati fuori dai mercati esiste sempre».

BENI INTERMEDI LOCOMOTIVA DELLE PERFORMANCE ESTERE

Una qualità che, in base a quanto emerge dall'outlook realizzato dal gruppo assicurativo-finanziario italiano direttamente controllato dal Ministero dell'economia e delle finanze, i buyer esteri riconoscono principalmente ai beni intermedi made in Italy. Una categoria trasversale a diversi raggruppamenti settoriali cresciuta a ritmi nettamente più sostenuti alla media (+31,2 per cento) nel 2022, e che anche quest'anno sfiorerà un incremento a doppia cifra. Trainata dai prodotti della chimica e della farmaceutica, dai metalli e dagli strumenti per lavorarli, dalla vendita di gomma e plastica e dal comparto estrattivo. Non quindi i soliti alfieri del ben fatto italiano come il design, la moda o il food che comunque continuano a difendersi egregiamente, ma anche quelle industrie che stanno investendo di più e meglio sul fronte della digitalizzazione e della transizione energetica. «Il nostro Rapporto evidenzia proprio questa connessione tra rivoluzione tecnologica, sostenibile e dinamica export - osserva la numero uno di Sace -



Una posizione di eccellenza

Chimica e farmaceutica, metalli e macchine utensili, gomma e plastica. È principalmente grazie a questi settori che le esportazioni made in Italy volano. Lo conferma l'ultimo rapporto Sace, che scommette sulle Pmi per crescere ancora



«Inoltre, è importante dunque accompagnare le imprese in questi processi è la missione che ci siamo dati in Sace per contribuire al benessere duraturo della collettività. L'invito che rivolgo alle circa 40 mila imprese che supportiamo ogni giorno, è di scommettere su questo percorso, per rafforzare la capacità di gestire i rischi, cogliere le opportunità e trarre profitto dai cambiamenti in atto». Doti che ad esempio in tempo di Covid ha saputo affinare la filiera delle macchine utensili, garantendo da remoto l'assistenza post-vendita che prima richiedeva lo spostamento di persone. E questo è stato possibile proprio grazie agli investimenti digital. «Investimenti che si trasformano tutti in valore aggiunto - afferma Alessandra Ricci - perché non c'è più il costo delle materie prime. Inoltre sono servizi che legano strettamente l'azienda all'acquirente, che nella gran parte dei casi ha acquistato il macchinario in versione personalizzata e non ha interesse a disfarsene».

MIDDLE EAST, MESSICO E CROAZIA I PROSSIMI KEY MARKET

E quest'ultimo aspetto di customer care chiama in causa il mondo delle Pmi, asse portante del tessuto economico nazionale con un giro d'affari complessivo superiore ai 1000 miliardi di euro. Soprattutto su di loro si focalizza "Insieme 2025", il piano industriale Sace che si prefigge di renderle sem-

Alessandra Ricci, amministratore delegato di Sace

pre più protagoniste in chiave export, mettendole nelle condizioni di offrire lo slancio determinante all'espansione economica, tecnologica e sociale del Paese. «Le nostre Pmi si collocano al centro delle catene globali del valore - ricorda Alessandra Ricci - e il primo obiettivo del piano è arrivarne a servire 65 mila nei prossimi tre anni. Per questo stiamo creando una open platform digitale, costruita intorno alla loro user experience e partecipata da tutti gli attori del sistema Paese, che consentirà alle imprese di interagire con un network utile per strutturare la propria crescita e accedere a tutti gli strumenti di business promotion del Gruppo Sace, che comprendono iniziative di business matching, formazione e accompagnamento sui mercati». Da quelli tradizionali come gli Stati Uniti e la Spagna, dove «le aziende italiane potranno soddisfare la domanda legata alla transizione energetica in diversi ambiti» sostiene l'ad di Sace; alle destinazioni più promettenti segnalate nel rapporto che in cima alle geografiche più dinamiche in prospettiva colloca la Cina, seguita da Arabia Saudita e Croazia, la "new entry" dell'Eurozona e porta d'ingresso ai mercati della regione balcanica. «Il Middle East è tra le zone a più alto potenziale per il nostro export conclude Alessandra Ricci - per via dei grandi investimenti infrastrutturali in corso. In più segnalerei il Vietnam per l'industria di trasformazione avanzata (tessile e agroalimentare) e il Brasile per le energie rinnovabili». • Giacomo Govoni

660 mld

Export

Valore che raggiungeranno nel 2023 le vendite oltreconfine di beni italiani grazie a una crescita attesa del 6,8 per cento



TIBALDI



più gioiello che penna... **INFRANGIBILE**

TIBALDI.COM

Gioielli in argento 925 amenshop.it

A★M★E★N★M★E★N

L'AMORE È UNA SCELTA