

Mattarella: “Potere al talento”



Courtesy: www.quirinale.it/elementi/103563

Vedendo Sergio Mattarella, il nostro presidente della Repubblica, quest'uomo «canuto e bianco», come scrisse Petrarca in un verso inciso sulle pagine eterne della poesia, sentendo la sua presenza, il suo rivolgersi a tutti e a ciascun cittadino della nostra Italia viene naturale avvertire una brezza lieve di serenità. Prima ancora delle parole è il suo volto, sono i suoi occhi, a comunicare che la vita è una cosa seria, spesso drammatica, ma non è mai disperata, e anche quando pare vincere l'intrico della giungla, c'è sempre un sentiero nel bosco da percorrere insieme con buona lena per trovare un nuovo inizio. Non c'è da affidarsi alla rassegnazione o alla fortuna, ma occorre giocare i propri talenti, scommettere sui valori della tradizione rivitalizzati dall'impegno, occorre meritare la pace e la giustizia per sé, per i propri cari, per la na-

zione, e in fin de i conti giocando al mondo intero. Per questo Mattarella è il più grande testimonial e promotore del merito che sia dato incontrare. Il merito! Ripeto questa parola, merito, che non è una qualità di super-uomini, e non si eredita per appartenenza ad una casta, ma è sintesi di bravura e coraggio, di bontà e di tenacia, di sacrificio e creatività. Mattarella dal Quirinale vigila che i migliori, da qualunque livello sociale provengano, siano individuati e premiati dallo Stato come esempi da imitare. Non è tempo questo per pigri che campino di rendita e di onori su patrimoni costruiti da altri. Ma di donne e uomini nuovi. Mattarella è credibile, non a causa del posto che occupa, ma perché la suprema carica della Repubblica lui l'ha meritata (e non una, ma due volte) con la sua vita e per il modo con cui ha affrontato le prove durissime che gli sono piom-

di Renato Farina

bate addosso. Trasformandole in occasioni per dare di più alla comunità. C'è una frase misteriosa e luminosa fatta di due parole che sintetizza l'avventura umana del capo dello Stato: πάθει μάθος (pathei mathos). Significa: impara dal soffrire. E lui è stato allievo eccellente del dolore, ha imparato da esso non a rifarsi e fuggire, ma ha appreso la responsabilità di rispondere al male con l'impegno a migliorare il mondo, ricavandone serietà e positività. Il verso «πάθει μάθος» fu coniato da Eschilo, l'immortale drammaturgo greco. E a leggere il luogo della sua morte, nel 456 avanti Cristo, viene l'idea, magari troppo mistica, ma geograficamente eloquente, che ci sia stato un trasferimento di sapienza e di verità per il magnetismo spiri-

>>> Segue pag. 4

L'eredità del “metodo Carli”

Celebrare gli uomini e le donne che fanno grande l'Italia, offrire la ribalta ai visionari, valorizzare il merito. Da circa tre lustri si impegna a farlo la Fondazione guidata da Romana Liuzzo, intitolata all'illustre e geniale nonno

di Giacomo Govoni

Ravvivare l'eredità morale e culturale di uno «statista illuminato», come lo ha definito il presidente della Repubblica Sergio Mattarella commemorandone il trentennale dalla morte, che ha fatto della tutela dell'interesse del bene collettivo la bussola di ogni sua azione. Nel solco di questo impegno, ispirato al connubio tra etica ed economia, la Fondazione Guido Carli inaugura ogni anno la sua stagione di attività, scandita da tre appuntamenti principali: una convention a dicembre, una lectio magistralis a cavallo tra febbraio e marzo, il Premio Guido Carli a maggio. «Il culmine e insieme l'omaggio più importante» sottolinea Romana Liuzzo, presidente della Fondazione intitolata al nonno ex Governatore delle Banche d'Italia- perché celebrando le donne e gli uomini che fanno grande l'Italia nel mondo tramandiamo il “metodo Carli”: riconoscere il merito e valorizzarlo».

Com'è cresciuto negli anni il Premio, fiore all'occhiello del paniere di iniziative della Fondazione, e cosa avete in serbo per la prossima edizione?

«In tre lustri, grazie alla presenza di giurie di altissimo profilo, abbiamo premiato circa 160 nomi illustri delle istituzioni, dell'econo-



Romana Liuzzo, presidente fondazione Guido Carli

mia, dell'impresa, ampliando poi l'orizzonte ad altri mondi: sport, arte, cinema, musica, giornalismo e televisione. Da Liliana Segre a Piero Angela, da Brunello Cucinelli a Bebe Vio, passando per Fedele Confalonieri, John Elkann, Giovanni Bazoli, Fiorello, Elisabetta Belloni e tanti altri. Quest'anno festeggeremo la XV edizione tornando all'Auditorium Parco della Musica e istituendo un nuovo premio all'Impegno sociale, coerente- >>> Segue pag. 3

In primo piano

Il fantastico volo del made in Italy

Doveva guidare la Difesa, si diceva al Totoministri circa un anno e mezzo fa. Invece Adolfo Urso è finito a quello che una volta si chiamava Ministero dello sviluppo economico. Ora, dall'insediamento del governo Meloni, si chiama Ministero delle imprese e del made in Italy: una scelta per ricordare «l'eccellenza italiana per come è percepita nel mondo». Diciamolo: made in Italy sono le uniche tre parole estranee a Dante che messe in fila non sono offensive della nostra identità, non rappresentano un cedimento all'inglesite, che è un'inflammazione >>> Segue pag. 5



L'eccellenza

Competenza artigianale e tecnologie avanzate. Tubettificio Robbiese si conferma leader nei tubi industriali e nel packaging

Storie di successo

Qualità, comfort e atmosfera familiare. L'accoglienza dell'Hotel de Paris di Terni da tre generazioni

CONFINDUSTRIA

Iniziata la corsa al vertice di viale dell'Astronomia; il bilancio di un mandato complesso e le sfide che si affacciano all'orizzonte: le parole di Carlo Bonomi

> pagina 6



BRIC'S
MILANO



brics.it



GOLFARELLI EDITORE
INTERNATIONAL GROUP

Colophon

Direttore onorario
Raffaele Costa



Direttore responsabile
Marco Zanzi
direzione@golfarellieditore.it

Redazione

Renata Gualtieri, Cristiana Golfarelli,
Tiziana Achino, Lucrezia Antinori,
Tiziana Bongiovanni,
Eugenia Campo di Costa,
Guida Montefamelio, Desna Ruscica,
Anna Di Leo, Alessandro Gallo, Simona
Langone, Leonardo Lo Gozzo,
Michelangelo Marazzita,
Marcello Moratti, Michelangelo Podestà,
Giuseppe Tatarella

Relazioni internazionali
Magdi Jebreal

Hanno collaborato

Renato Farina, Ginevra Cavalieri,
Angelo Maria Ratti, 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

>>> continua dalla prima pagina

L'eredità del “metodo Carli”

Celebrare gli uomini e le donne che fanno grande l'Italia, offrire la ribalta ai visionari, valorizzare il merito. Da circa tre lustri si impegna a farlo la Fondazione guidata da Romana Liuzzo, intitolata all'illustre e geniale nonno

Ravvivare l'eredità morale e culturale di uno «statista illuminato», come lo ha definito il presidente della Repubblica Sergio Mattarella commemorandone il trentennale dalla morte, che ha fatto della tutela dell'interesse del bene collettivo la bussola di ogni sua azione. Nel solco di questo impegno, ispirato al connubio tra etica ed economia, la Fondazione Guido Carli inaugura ogni anno la sua stagione di attività, scandita da tre appuntamenti principali: una convention a dicembre, una lectio magistralis a cavallo tra febbraio e marzo, il Premio Guido Carli a maggio. «Il culmine e insieme l'omaggio più importante - sottolinea Romana Liuzzo, presidente della Fondazione intitolata al nonno ex Governatore della Banca d'Italia - perché celebrando le donne e gli uomini che fanno grande l'Italia nel mondo tramandiamo il “metodo Carli”: riconoscere il merito e valorizzarlo».

Com'è cresciuto negli anni il Premio, fiore all'occhiello del paniere di iniziative della Fondazione, e cosa avete in serbo per la prossima edizione?

«In tre lustri, grazie alla presenza di giurie di altissimo profilo, abbiamo premiato circa 160 nomi illustri delle istituzioni, dell'economia, dell'impresa, ampliando poi l'orizzonte ad altri mondi: sport, arte, cinema, musica, giornalismo e televisione. Da Liliana Segre a Piero Angela, da Brunello Cucinelli a Bebe Vio, passando per Fedele Confalonieri, John Elkann, Giovanni Bazoli, Fiorello, Elisabetta Belloni e tanti altri. Quest'anno festeggeremo la XV edizione tornando all'Auditorium Parco della Musica e istituendo un nuovo premio all'impegno sociale, coerentemente con la scelta della Fondazione di sostenere progetti concreti sui territori per gli ultimi, contro le disuguaglianze. Abbiamo cominciato donando a Caivano cento volumi di Carli, a cui sarà intitolata la biblioteca della città».

Donne e giovani sono l'espressione

Romana Liuzzo, presidente della Fondazione Guido Carli



suprema di quello che suo nonno avrebbe definito il “potenziale inespresso” del nostro Paese. Cosa fa la Fondazione per riscattare il valore?

«È rimasta celebre la frase con cui, citando Campanella, Carli biasimò l'antica predilezione per “le leggi tiranniche” che “sono molti laccioli che a uno o a pochi sono utili”. Non smise mai di adoperarsi per eliminare i freni che impedivano alle energie coraggiose del Paese di emergere e che l'inverno demografico di oggi non fa che esasperare: miopie, interessi corporativi, resistenze al cambiamento, paura, stereotipi. La Fondazione non si stanca di seminare speranza e di tessere genealogie di valori positivi. Proviamo a costruire ponti tra passato e futuro offrendo modelli, in primo luogo agli studenti. Perché “le parole insegnano, gli esempi trascinano”, come diceva Sant'Agostino».

Nel suo background ci sono quasi 30 anni di giornalismo, un ambiente dove spesso

merito e parità di genere bisticciano. Qual è la sua esperienza personale e in quali altri settori resistono queste barriere culturali?

«Io mi sono divertita molto. Ma essere donna, non solo nel giornalismo, è ancora un limite, un ostacolo alla carriera. Le direttrici si contano sulle dita di una mano. I pregiudizi si sprecano. Fortunatamente abbiamo il primo premier donna, segno che il riconoscimento del merito, insieme a un ascensore sociale funzionante, spazzerebbe via ogni discriminazione. Purtroppo, però, l'Italia è appena 34esima nella classifica del Global Social Mobility Index, dopo Paesi come Portogallo, Lettonia, Cipro. Bisognerebbe ricordare come un monito il sonetto 66 di Shakespeare: «Stanco di tanti eventi, pace alla morte invoco. Come vedere il Merito viver mendicando e amorfa Nullità ornata d'eleganza». Non ha futuro un Paese se il merito è costretto a mendicare e la nullità agghindata prospera».

Il riconoscimento del merito nella sua dimensione economica e sociale è una strada verso la felicità, un diritto che voi scrivereste in Costituzione. Chi può dirsi felice oggi in Italia e a chi oggi questa condizione è preclusa?

«L'insicurezza è nemica della felicità. Tra crisi climatica, guerre, migrazioni, transizioni e intelligenza artificiale, l'avvenire è avvolto in una nube. Non è un caso che aumentino le malattie dell'incertezza, come ansia e depressione. Io ripartirei da Primo Levi, che nel libro *La chiave a stella* fece dire al protagonista, l'operaio Libertino Faussone: «Se si escludono istanti prodigiosi e singoli che il destino ci può donare, l'amare il proprio lavoro (che purtroppo è privilegio di pochi) costituisce la migliore approssimazione concreta alla felicità sulla terra». Trasformare quel privilegio di pochi in diritto di tutti potrebbe essere un bel programma».

Tre anni fa organizzavate una grande convention dal titolo “Ri-nascita Italia”. Su quali eccellenze e punti di forza deve scommettere il nostro Paese per portare l'impresa a compimento?

«Sono le persone che fanno la fortuna del made in Italy. La genialità, l'inventiva, la creatività, la capacità di adattamento. Nel finale de “L'intervista sul capitalismo italiano” rilasciata a Eugenio Scalfari e pubblicata da Laterza nel 1977, Carli citava George Bernard Shaw: «Il savio è colui che si adatta al mondo e il pazzo è colui che pretende che il mondo si adatti a lui; il progresso del mondo dipende, quindi, dai pazzi». Mai come in questo momento occorre scommettere sui visionari: trovarli e farli crescere. Sta nelle intuizioni il capitale più prezioso».

• Giacomo Govoni



Mattarella: “Potere al talento”

Vedendo Sergio Mattarella, il nostro presidente della Repubblica, quest'uomo «canuto e bianco», come scrisse Petrarca in un verso inciso sulle pagine eterne della poesia, sentendo la sua presenza, il suo rivolgersi a tutti e a ciascun cittadino della nostra Italia viene naturale avvertire una brezza lieve di serenità. Prima ancora delle parole è il suo volto, sono i suoi occhi, a comunicare che la vita è una cosa seria, spesso drammatica, ma non è mai disperata, e anche quando pare vincere l'intrico della giungla, c'è sempre un sentiero nel bosco da percorrere insieme con buona lena per trovare un nuovo inizio. Non c'è da affidarsi alla rassegnazione o alla fortuna, ma occorre giocare i propri talenti, scommettere sui valori della tradizione rivitalizzati dall'impegno, occorre meritare la pace e la giustizia per sé, per i propri cari, per la nazione, e in fin de i conti giovando al mondo intero. Per questo Mattarella è il più grande testimonial e promotore del merito che sia dato incontrare. Il merito! Ripeto questa parola, merito, che non è una qualità di super-uomini, e non si eredita per appartenenza ad una casta, ma è sintesi di bravura e coraggio, di bontà e di tenacia, di sacrificio e creatività. Mattarella dal Quirinale vigila che i migliori, da qualunque livello sociale provengano, siano individuati e premiati dallo Stato come esempi da imitare. Non è tempo questo per pigri che campino di rendita e di onori su patrimoni costruiti da altri. Ma di donne e uomini nuovi. Mattarella è credibile, non a causa del posto che occupa, ma perché la suprema carica della Repubblica lui l'ha meritata (e non una, ma due volte) con la sua vita e per il modo con cui ha affrontato le prove durissime che gli sono piombate addosso. Trasformandole in occasioni per dare di più alla comunità. C'è una frase misteriosa e luminosa fatta di due parole che sintetizza l'avventura umana del capo dello Stato: *πάθει μάθος* (*pathei mathos*). Significa: impara dal soffrire. E lui è stato allievo eccellente del dolore, ha imparato da esso non a rifarsi e fuggire, ma ha appreso la responsabilità di rispondere al male con l'impegno a migliorare il mondo, ricavandone serietà e positività. Il verso «*πάθει μάθος*» fu coniato da Eschilo, l'immortale drammaturgo greco. E a leggere il luogo della sua morte, nel 456 avanti Cristo, viene l'idea, magari troppo mistica, ma geograficamente eloquente, che ci sia stato un trasferimento di sapienza e di verità per il magnetismo spirituale della Trinacria. La storia di Mattarella lo testimonia: è fatta di croce e di pudica resurrezione, egli conosce il dolore profondo, e avrete capito che sto parlando del brutale e vigliacco assassinio del fratello Piersanti il 6 gennaio del 1980, ma non ne fa sfoggio. Per questo è tanto più credibile quando insiste nel confortare gli italiani, invitandoli a versare i loro talenti a beneficio del benessere della propria famiglia e del Paese intero. Il suo sorriso timido e chiaro ce lo fa essere ormai come un nonno o uno zio che si siede discreto alla nostra tavola, rimettendo in moto in chi lo guarda e ascolta il desiderio di amare la vita propria e quella degli altri. Ho scritto «che siede alla nostra tavola». Correggo.



Sergio Mattarella, presidente della Repubblica

Preferisce mostrarsi in piedi, spingendoci ad alzarci, a far valere il nostro merito nelle sfide del lavoro e della creatività. Il suo saluto e augurio dello scorso 31 dicembre lo ha enunciato in piedi, per rispetto verso noi che ascoltavamo, ma anche per indurci ad abbandonare ogni lassatezza o pessimismo. È sempre stato un uomo riservato, posato, serio. A volte ci sembra quasi malinconico. È vedovo, ha tre figli. Ama le montagne e il calcio (è tifoso del Palermo). La sua è stata una vita al servizio delle istituzioni e del Paese, anche se a fare politica, da giovane, non ci pensava proprio. Lui avrebbe voluto fare il professore, il giurista. Ma nel 1980 l'omicidio del fratello Piersanti, allora presidente della Regione Sicilia, ad opera della mafia cambia tutto. Questo dramma è stato davvero una svolta nella sua vita. Da lì, Sergio decide di proseguire l'impegno del fratello, a cui era stato legatissimo. E da lì, con la DC, diventa deputato, per ben sette legislature, poi ministro. Fino a diventare, con un bel bis, presidente della Repubblica, seguendo quanto già fatto dal suo predecessore, Giorgio Napolitano. Porta il suo nome la legge che ha permesso, di fatto, il passaggio dalla prima alla seconda Repubblica, il Mattarellum - il nome fu dato alla legge dal politologo Giovanni Sartori. È stato il presidente della Repubblica nel periodo più buio del nostro Paese dopo la seconda guerra mondiale, quando il Covid ha sconvolto vite, regole, società. È di allora una delle sue frasi forse più celebri e simpatiche, rivolta al portavoce Giovanni Grasso: "Eh Giovanni, non vado dal barbiere neanche io", gli disse, dopo che lui gli fece notare i capelli in disordine poco prima di registrare un discorso. Era uno di noi insomma. Durante il Covid ha conferito molte onorificenze agli «eroi di tutti i giorni», che si sono impegnati in prima linea. Un autista del 118 di Piacenza, per esempio, o alcuni operai di Bergamo che hanno lavorato senza sosta per consegnare il prima possibile le bombole di ossigeno, o un rider che ha donato alla Croce rossa di Torino mille mascherine. E tantissimi medici e infermieri, ovviamente. Tutti nominati Cavalieri al merito. «I riconoscimenti», si legge nella nota del Quirinale del 3/6/2020, «at-

tribuiti ai singoli, vogliono simbolicamente rappresentare l'impegno corale di tanti nostri concittadini nel nome della solidarietà e dei valori costituzionali».

Mattarella ha spesso parlato di merito e opportunità. Ad esempio nel discorso tenuto in occasione della cerimonia per il centenario della nascita di don Lorenzo Milani (27 maggio del 2023): «Il merito non è l'amplificazione del vantaggio di chi già parte favorito. Merito è dare nuove opportunità a chi non ne ha, perché è giusto, e anche per non far perdere all'Italia talenti; preziosi se trovano la possibilità di esprimersi, come a tutti deve essere garantito». Ai nuovi Cavalieri del Lavoro, il 18 ottobre scorso, si era rivolto così: «Voi siete tutti testimoni della capacità del Paese di raggiungere traguardi d'eccellenza, di saper innovare con creatività e coraggio, di competere sui mercati offrendo alta qualità, di creare lavoro, contribuendo alla crescita sociale. E la crescita, la coesione della società guarda al futuro». E nella stessa occasione, guardando negli occhi i giovani Alfieri del Lavoro, aveva esaltato l'importanza della passione: «Non bastano doti personali e l'impegno per conseguire alti traguardi: è necessaria anche la passione. Sentimento che - vi auguro - non vi abbandoni mai».

Nella *lectio magistralis* pronunciata a Parma, nella Chiesa di San Francesco del Prato, in occasione del conferimento da parte dell'Università parmense della laurea honoris causa in Relazioni internazionali ed europee, aveva tenuto a purificare il concetto spesso abusato di meritocrazia, il potere del merito: «La meritocrazia, appunto, non può essere sinonimo di una formula che legittimi chi si trova già in posizione di privilegio, bensì quella di chi aspira a mettersi in gioco. Un'autentica democrazia sa riconoscere che prima di ogni merito accademico esiste "un merito di vivere", frutto dell'incontro con la realtà dei fatti e con la spinta a una emancipazione da essi. Ciascuno affronta la propria esistenza all'interno di una comunità di origine, talvolta modesta e fragile, ma deve poter scegliere di aspirare a una comunità di intenti le cui porte sono aperte dal sapere».

E ancora, alla cerimonia di consegna delle Stella al merito del lavoro, per il centenario della istituzione di questa insegna, lo scorso 5 dicembre,

sottolineò: «Quando venne istituito il riconoscimento per i lavoratori che, nelle loro attività, sono stati esempio di capacità, di laboriosità, di moralità, l'Italia era da poco divenuta uno Stato unitario. Ed è stato anzitutto il lavoro a far maturare e crescere l'Italia in questo oltre secolo e mezzo. È stato motore di avanzamento sul piano sociale, civile, economico, culturale». E aggiunse: «Quando si parla di lavoro, si parla di persone. Milioni di persone, che hanno contribuito con responsabilità e dedizione, spesso con sacrificio, al percorso di sviluppo compiuto dal Paese intero. Non salmerie al seguito di un'armata di protagonisti incaricati di successo per raggiungere la crescita. Il lavoro è stato propulsore e avanguardia del progresso. Lo è stato nell'emancipazione da condizioni individuali di subalternità, anche attraverso l'opera delle organizzazioni dei lavoratori. Nell'espansione dei diritti e nell'affermazione del loro carattere universale. Nella costruzione di un modello sociale, e di welfare, capace di garantire più alti livelli di sostegno e assistenza a chi si trova nel bisogno. Nel potenziamento dell'istruzione, nel rafforzamento delle norme sulla sicurezza sociale e delle condizioni di lavoro».

Lavoro ma non solo, Mattarella nel suo ruolo ha incontrato anche i grandi campioni dello sport. Sinner, poche settimane fa. E proprio parlando con la Nazionale Italiana maschile di Tennis vincitrice della Coppa Davis, lo scorso 1 febbraio, ricordava «lo spirito di squadra, la coesione tra di voi, una normalità e semplicità di comportamento che ha affiancato al successo sportivo un grande valore umano». Ha richiamato più volte il senso di appartenenza, di solidarietà, di altruismo, definito «il vero spirito del nostro Paese», premiando cittadini distinti per atti di eroismo e impegno civile (era il 31 marzo del 2023): «Avete interpretato così il senso di solidarietà. Stavo per dire il senso del dovere. In realtà, il senso del dovere è abitualmente interpretato come il senso di adempiere pienamente, con dedizione, coscienza, i doveri del proprio stato, della professione propria, come una sorta di conseguenza dell'attività che si svolge. Siete andati oltre. Avete interpretato il senso del dovere in maniera più aperta. Il senso del dovere di umanità, non soltanto della propria professione o attività, o di ruolo nella società. Ma il senso il dovere di umanità (...). Nel diritto romano vi è stato un grande passo avanti di civiltà, quando si è detto che la libertà di ciascuno trova il limite in quella degli altri. In realtà si è superato questo principio. Perché l'umanità va avanti nella sua civiltà, malgrado guerre di aggressione, malgrado oppressioni, malgrado negazione di diritti allo studio, come avviene in alcuni Paesi nei confronti delle donne. Ma l'umanità avanza nella sua civiltà. E la libertà, in realtà, non trova un limite in quella degli altri, ma si realizza insieme a quella degli altri. Non è piena se coloro che sono nella stessa comunità non ne godono ugualmente. Questo avete interpretato. E di questo vi sono grato». Questo è il merito massimo, il superamento dell'egoismo, nella consapevolezza che ci si salva insieme. Grazie presidente! • Renato Farina

Il fantastico volo del made in Italy

Doveva guidare la Difesa, si diceva al Totoministri circa un anno e mezzo fa. Invece Adolfo Urso è finito a quello che una volta si chiamava Ministero dello sviluppo economico. Ora, dall'insediamento del governo Meloni, si chiama Ministero delle imprese e del made in Italy: una scelta per ricordare «l'eccellenza italiana per come è percepita nel mondo». Diciamolo: made in Italy sono le uniche tre parole estranee a Dante che messe in fila non sono offensive della nostra identità, non rappresentano un cedimento all'inglesite, che è un'infiammazione della nostra bella lingua, ma aiutano a comunicare un fatto universale e di superiorità non razzista ma qualitativa dei nostri prodotti, i quali portano con sé un profumo che dice di più della provenienza geografica, e invita alla condivisione di una essenza unica. Che c'entra con tutto questo Adolfo Urso? Quest'uomo è un tutt'uno con la missione di dare ruote, rotaie, navi, aerei, tir, ma anche astronavi (vedi pasta Barilla nello spazio) al made in Italy. Lo so per esperienza diretta, anzi indiretta. C'è stato infatti un periodo della mia vita che ho girato in numerosi Paesi piccoli, piccolissimi, grandi e grandissimi non più come giornalista (anche se non si smette mai di esserlo: è infatti una condizione esistenziale, un modo di guardare le cose cercando le parole per raccontarle) ma come osservatore per certificare la validità democratica delle elezioni. A Chisinau, Moldavia, incontrai l'ambasciatore: era appena passato da quelle parti, dando il battesimo a alleanze industriali e camere di scambio commerciale, il «sottosegretario Urso» addetto al commercio estero del governo Berlusconi. Andai a parlare con un prete che guidava una presenza di volontariato in un villaggio poverissimo, ricco solo stranamente di banane (vero!), ed era già passato di là «l'onorevole Urso» per capire che tipo di aiuti necessitavano per sostenere l'opera. Così in Georgia, Bulgaria, Montenegro, Azerbaijan eccetera eccetera. Non erano viaggi propagandati, ma misurabili in incremento dell'interscambio mercantile, e del prestigio per i colori delle nostre produzioni. Urso è la crescita del Pil! Era quanto proprio non mi sarei aspettato di incontrare. Mi chiedevano se lo conoscessi. Ma certo. Ma lo ricordavo con altre specialità. Il mio ricordo di lui fino ad allora, parlo della prima decade del terzo millennio, lo vedeva nel ruolo di giornalista con intuizioni politiche destinate ad avere molto futuro. Niente a che fare con libri contabili, ma con volumi politologici. La mia esperienza di conoscenza del personaggio, diventato per inesorabile forza ascensionale del temperamento, una personalità, lo vedeva impegnato negli anni 90 tra i protagonisti del primo tentativo di settimanale d'orientamento dichiaratamente di destra, ma senza recinzioni, capace perciò di aprirsi ad altri mondi. Si chiamava Italia Settimanale e lui ne fu per due anni caporedattore. Giovane missino, è stato tra i primi a seguire i consigli che Vittorio Feltri aveva dato a Gianfranco Fini e ai suoi rampolli: dismetta la camicia nera e indossi quella

bianca con i bottoncini sul colletto. Ma non era un atteggiamento opportunistico, ma un'idea di destra larga e liberale. È stato così gli ispiratori del grande passo dal Movimento sociale alla fondazione di Alleanza Nazionale. Aderì al Popolo della Libertà, passando poi con il raggruppamento nato da Fini, fino ad arrivare al partito di Giorgia Meloni. Di certo, l'uomo ha interessi e attitudini poliedriche: oltre che essere politico e giornalista, è anche imprenditore. «Quando è stato necessario ho rimesso gli incarichi, perché ritengo che occorra anche saper rinunciare al potere per affermare le proprie idee», si legge tra le prime righe della sua autobiografia, sul suo sito ufficiale. E ancora: «Non ho mai chiesto prebende, incarichi o sussidi pubblici. Ho vissuto sempre del mio lavoro, come mi ha insegnato mio padre» (siciliano, mentre la mamma è veneta). Oggi la mission del suo dicastero è- come detto- tutelare e valo-

Germania, per quantità di merci prodotte, ma perché i nostri macchinari e piccoli e grandi manufatti sono così richiesti, perché portano con sé qualcosa che non è schematizzabile, ed è un tipo di qualità e di eccellenza che sono costitutivi del nostro modo di intendere il lavoro, la bellezza, la vita stessa. La legge prevede interventi di valorizzazione, promozione e tutela, tra i quali l'istituzione di un Fondo sovrano, la creazione del liceo del «Made in Italy» e di una specifica Giornata nazionale che si terrà il 15 aprile, «con eventi speciali che ci devono portare a essere sotto i riflettori del mondo». Saranno chiamati a partecipare i cavalieri del lavoro, gli imprenditori, i grandi stilisti a tenere lezioni nelle scuole italiane, per evidenziare l'eccellenza dei rispettivi comparti. «Finalmente l'Italia ha una legge che tutela e promuove l'eccellenza del made in Italy: un provvedimento storico, che segna una svolta

tabù che non hanno nulla di ecologico ma sono un pregiudizio assurdo. «Finiamola con l'ipocrisia! Dovremo presto cogliere l'opportunità che la scienza ci offre con il nucleare di terza generazione avanzata, industriale e modulare, pulito e sicuro, e preparare la strada al nucleare di quarta generazione e poi al sogno della fusione. Le nostre imprese sono in grado di farlo», ha ripetuto ancora in questi giorni. E di carattere com'è questo ministro? Pare sia molto vanitoso. Almeno è quanto ha detto Bisignani al Festival dell'Economia di Trento. Ha raccontato che in una riunione di un Consiglio supremo della Difesa, si parlava dell'Ucraina, a un certo punto nel silenzio generale ha detto «oggi come spesso mi accade ho avuto un'idea molto geniale». C'era orgoglio e insieme autoironia in queste esibizioni di orgoglio, e per darsi arie di uomo del mistero, sostiene di prevedere il futuro. A Metropolis, su Repubblica TV, ha raccontato che a casa sua si parla russo. Sua moglie Olga, infatti, è di Lugansk, una città che appartiene ad una delle repubbliche che si sono autoproclamate indipendenti dall'Ucraina. «Una parte della sua famiglia si è schierata con Putin e un'altra si è arruolata con Kiev. Nostro figlio parla correttamente russo e ucraino, glielo ha insegnato mia moglie, canta le canzoni indipendentiste», ha raccontato tempo fa in una puntata di Porta a Porta. Alcuni lo hanno soprannominato Adolfo Urss, non tanto per la moglie, ma perché, dicono, detesta le multinazionali, se la prende con l'algoritmo che determina il caro-voli, ce l'ha con chi si approfitta di situazioni di monopolio, e via dicendo. Urss? Diciamo che gli è antipatico il capitalismo corsaro che depreda il ceto medio italiano. Lui va avanti. Soddisfatto. Anche grazie alle attività messe in atto con il cosiddetto Decreto Trasparenza- ha rivendicato nella conferenza stampa di fine anno- abbiamo i prezzi della benzina sotto 1,7 e/l. Ai minimi degli ultimi anni. «Quando siamo arrivati al governo al benzina e il gasolio erano alle stelle e il governo fu costretto a fare un taglio delle accise che costò allo stato un miliardo al mese. Noi agendo sul fronte della trasparenza, con il cartellone sul prezzo medio e agendo su tutta la filiera produttiva, perché come sapete il prezzo dell'energia è notevolmente diminuito. Questo non è solo frutto del caso, ma del fatto che il governo Meloni è riuscito nell'obiettivo di avere il tetto al prezzo del gas», abbiamo così «visto il prezzo del gas, del petrolio, dell'energia scendere». Prossimo step? Non ci saranno aiuti per chi delocalizza portando gli impianti all'estero. «Aumentare le produzioni in Italia è l'obiettivo. Stiamo lavorando per far rientrare le aziende dall'estero e per rendere il Paese più indipendente dal punto di vista energetico». E a chi gli chiede se sogna un futuro (non troppo lontano, anzi), da governatore del Veneto, dov'è nato, Urso nega: «Ho il dovere di compiere la missione che Giorgia mi ha affidato, e lo faccio con il massimo impegno. Ho un programma di legislatura da realizzare per riaffermare il primato del made in Italy nell'economia globale. Ho ben altro da fare, appunto, per servire la mia Nazione».

• Renato Farina



Adolfo Urso, ministro delle imprese e del made in Italy

rizzare la produzione italiana, il made in Italy, appunto, e di offrire supporto in particolare alle piccole e medie imprese. Se chiedete a lui di cosa si occupa, probabilmente vi risponderà così, come ha fatto in una intervista a Il Corriere del Veneto (21 gennaio 2024): «Sono impegnato a definire la politica industriale del Paese: sulla siderurgia, sulla chimica, sull'industria dell'automotive e sulla meccanica, ma anche sulla cantieristica e la nautica, sulle filiere strategiche del made in Italy». «L'Italia è conosciuta nel mondo per la qualità dei suoi prodotti. Il made in Italy è quello che ci contraddistingue, il come veniamo percepiti», commentava poco dopo il suo insediamento in una intervista a QN; «è la forza trainante del sistema produttivo, attraverso i distretti e oggi anche le filiere che stanno a valle e a monte, anche fuori dai territori originari». Da quando ha occupato le stanze di Palazzo Piacentini, di made in Italy se ne è occupato pure normativamente. Tant'è che dal 20 dicembre 2023, il nostro Paese ha anche una legge per il Made in Italy. E per un Paese come il nostro, povero di materie prime ma ricco di capacità manifatturiere vuol dire tantissimo. Siamo secondi in Europa, dopo la

nella politica industriale del Paese, intervenendo a 360 gradi per stimolare e proteggere la crescita delle filiere strategiche nazionali, contrastare la contraffazione e formare nuove competenze in vista delle sfide globali che abbiamo davanti», ha commentato il ministro. I giovani sono al centro del progetto. Per questi Urso ha inventato il liceo del «Made in Italy»: l'obiettivo è promuovere una vera e propria rivoluzione culturale, «per coniugare formazione e impresa, tradizione e innovazione: l'arte e i mestieri tipici del made in Italy con le competenze che servono all'impresa e alle professioni del futuro. Dobbiamo far capire che anche gli Istituti e la formazione rivolta al sistema produttivo sono in grado di realizzare i sogni dei nostri ragazzi e conferirgli un ruolo gratificante nella società». La legge che porta il suo nome e quello del ministero rappresenta uno dei grandi obiettivi raggiunti in questo primo anno di governo. Ma le aree di intervento sono tante: non mancano le spine, ci sono i tavoli di crisi, c'è un Paese da rilanciare. Ci sono i grandi temi del futuro: spazio, industria, Ai, digitale, come ha ricordato anche lo stesso ministro poche settimane fa, nel corso della conferenza stampa di fine anno. Sono queste le sfide con cui dovremo misurarci nei prossimi anni. E ancora, la sfida energetica. Urso è schierato a favore del nucleare, contro i

Bonomi: «Senza l'industria non c'è l'Europa»

Carlo Bonomi, che a maggio terminerà il suo mandato alla presidenza di Confindustria, sollecita l'Unione europea a intervenire con l'Industrial Act per portare avanti le transizioni green e digitali. Altro fronte è quello dell'ex Ilva di Taranto che resta cruciale per l'Italia

È partita la corsa alla successione di Carlo Bonomi. Mariella Enoc, Andrea Moltrasio e Ilaria Vescovi, oltre alla riserva Luciano Vescovi, sono i tre saggi individuati dal Consiglio generale di Confindustria per formare la commissione di designazione, che dovrà valutare le candidature e consultare la base associativa in vista del voto di designazione previsto per il 4 aprile. L'elezione del prossimo presidente di Confindustria avverrà in assemblea il prossimo 23 maggio. Sull'identikit del successore di Bonomi è intervenuto anche il past president Luca Cordero di Montezemolo, che si augura "forte rinnovamento e una leadership forte e autorevole". In un'intervista alla Repubblica Bonomi placa i rumour, ricordando come il suo mandato termini a maggio e ci sia «ancora tanto lavoro da fare». Il nuovo anno è iniziato all'insegna dell'incertezza. «Credo che in Italia nel 2024 avremo, purtroppo, una crescita non superiore all'1 per cento, questo perché non stiamo intervenendo sui fattori strutturali del Paese», rimarca lo scorso 24 gennaio Bonomi, secondo cui si sta sprecando l'opportunità del Pnrr per fare le riforme necessarie. «L'Italia è un Paese che non trae lezioni da quello che succede, dalla storia. È un Paese che continua a essere straordinario in emergenza, ma non programma e non risolve i problemi strutturali. Discutiamo di un panettone, degli amici e dei parenti, ma non affrontiamo i temi di cui sta discu-

Carlo Bonomi,
presidente Confindustria



L'IMPEGNO DI CONFINDUSTRIA

Carlo Bonomi conferma la disponibilità all'apertura di un tavolo con i ministeri competenti per definire le misure necessarie a dotare l'Italia di un piano industriale per l'acciaio, che ricomprenda il ruolo strategico della produzione di Taranto

tendo il mondo. In ballo c'è il futuro dei nostri figli».

UE, SERVE L'INDUSTRIAL ACT

Un tema fondamentale per l'attuale leader degli industriali è la competitività dell'Unione europea, che ha saputo unirsi con l'emergenza Covid per poi ritornare sui vecchi schemi: ogni Stato per conto suo. Bo-

nomi parla di «sfida per la competitività lanciata da Stati Uniti e Cina. L'Europa vuole dettare degli standard, per esempio sulla transizione ecologica, ma ha grandi fragilità». L'Ue è dunque chiamata ad aiutare l'industria: «senza l'industria non c'è l'Europa», ha ribadito più volte Bonomi, che invoca, oltre al piano per la competitività su cui lavora Mario Draghi anche un Industrial Act. Lo si dovrà definire, nonostante l'urgenza, dopo le elezioni europee perché «c'è il rischio che venga strumentalizzato in una campagna elettorale e si perda il vero valore che deve avere quel documento. Che deve essere un documento di grande visione per l'Europa, perché qui non ci stiamo giocando i prossimi 2 o 3 anni. Qui ci stiamo giocando il futuro dell'Europa nei prossimi 20-30 anni». Dopo le elezioni europee sarà fondamentale un Industrial Act, «altrimenti avremo grossi problemi di produzione e occupazione, e questo darà altro spazio ai movimenti antieuropeisti», ha ribadito Bonomi alla Repubblica. Il presidente di Confindustria critica in particolare due aspetti dell'Ue. Il primo è la strada dell'iper-regolamentazione presa dalle istituzioni europee, non sempre necessaria su tutti gli argomenti. «Teniamo presente che in un quadro di competizione mondiale, quando noi ci

mettiamo da 6-7 mesi per avere un permesso, i nostri competitor americani ottengono lo stesso in 10 giorni», ha sottolineato Bonomi, intervenendo a Rai news 24. «Quando un imprenditore deve investire, questo diventa un problema e i numeri lo dimostrano: negli ultimi 24 mesi gli investimenti in Europa sono crollati, a favore di quelli americani. Una riflessione su questo dobbiamo compierla, perché se riteniamo che l'industria sia un bene prezioso dell'Europa la dobbiamo stimolare, non impedire». Altro tema da affrontare è quello dell'energia, con le criticità che riguardano sia le infrastrutture che i costi. «Finché noi avremo un costo così alto, avremo difficoltà sia ad affrontare gli investimenti necessari per la transizione ma anche a crearvi consenso sociale, perché se noi facciamo pagare troppo l'energia la gente giustamente dirà: "non sono disposto a pagare così tanto"». Per inseguire l'obiettivo della sostenibilità c'è un'unica soluzione per l'Ue: finanza adeguata, risorse e investimenti.

EX ILVA, UN PIANO PER L'ACCIAIO

Dall'inizio della sua presidenza di Confindustria Carlo Bonomi sottolineava la necessità di affrontare il ruolo dell'acciaio nel nostro Paese. Ora i nodi sono venuti al pettine con la crisi dell'ex Ilva. «Dopo 10 anni ci ritroviamo a discutere gli stessi temi e con gli stessi strumenti, perché continuiamo a commettere lo stesso errore: inseguiamo soluzioni al problema dell'indotto, che ha contribuito a tenere in piedi lo stabilimento di Taranto, ma non consideriamo che il modo migliore per salvaguardarlo e, con esso, tutelare un pezzo importante dell'economia del Mezzogiorno, è inserirlo in una visione chiara sulla politica industriale e sulla competitività del Paese», ha dichiarato il leader degli industriali in audizione nella commissione Industria del Senato il 6 febbraio in merito ai Decreti-legge ex Ilva. «Se davvero l'Italia punta a tornare a produrre 1 milione di veicoli l'anno, poter disporre dell'acciaio di Ilva è un fattore strategico». L'alternativa all'Ilva sarebbero le importazioni di acciaio primario proveniente da Paesi extra Ue con tempi di consegna molto più lunghi e rischi di volatilità dei prezzi. Confindustria si è dichiarata disponibile all'apertura di un tavolo con i ministeri competenti per definire le misure necessarie a dotare l'Italia di un piano industriale per l'acciaio, che ricomprenda il ruolo strategico della produzione di Taranto. • **FD**



Educare all'eccellenza

Per costruire una società equa e competitiva, l'aggiornamento delle competenze è la chiave secondo Aurelio Regina. Funzionale a una visione che unisca l'etica del risultato e l'apertura al rischio all'approccio umanistico made in Italy

In un periodo in cui la crisi mordeva forte, era il 2012, e in Italia si cercavano appigli per non farsi inghiottire dal debito sovrano, Aurelio Regina professava senza scomporsi la cultura della responsabilità e l'etica del risultato. Valori ai quali l'ex vicepresidente di Confindustria e attuale numero uno di Fondimpresa ha sempre mostrato un'incondizionata devozione, anche quando fuori il pessimismo e la disillusione dilagavano. Facendone i pilastri di una visione che abbraccia l'idea del merito di stampo anglosassone e nordeuropeo e che in Italia può agganciarsi a un saper fare e a una genialità imprenditoriale, riconoscibili e apprezzate ai quattro angoli del mondo. «È davvero un patrimonio unico - sostiene Aurelio Regina - frutto di una storia artigianale e industriale illustre che oggi richiede di investire nella conoscenza per non disperderlo e in una gestione manageriale efficiente e oculata per rilanciarlo».

Come lo abbiamo coltivato negli ultimi anni e in quali ambiti rappresenta ancora un modello di eccellenza?

«Negli ultimi anni abbiamo investito e stiamo investendo in formazione, innovazione e internazionalizzazione. Settori come la moda, in tutti i suoi ambiti, l'enogastronomia e il design continuano a distinguersi, dimostrando come l'abilità italiana nell'unire tradizione e innovazione sia una formula vincente. Fondimpresa ha contribuito a questo processo virtuoso, formando lavoratori capaci di rispondere alle sfide del mercato globale».

In un'intervista di alcuni anni fa, che alludeva all'Italia come a una "peggiocrazia", esortava tutti a ripartire dal merito. Ha notato progressi da allora e, soprattutto, conosce un sistema efficace per farlo emergere?

«L'accento sul merito è cruciale per una società equa e competitiva. Da quell'intervista, ho

Aurelio Regina, presidente di Fondimpresa ed ex vicepresidente di Confindustria



L'INCLUSIONE E IL BENESSERE

Sono pilastri fondamentali per una società sostenibile. In Italia, dobbiamo lavorare ancora su diversi fronti, come l'integrazione di genere, l'accesso alle opportunità per i giovani e le minoranze, e il bilanciamento tra vita lavorativa e personale

notato passi avanti, con una crescente consapevolezza dell'importanza del merito. Tuttavia, la strada è ancora lunga. Un sistema efficace per valorizzare il merito include una riforma educativa che incentivi l'eccellenza, un mercato del lavoro flessibile ma giusto, e un sistema di valutazione trasparente applicato sia nelle pubbliche amministrazioni che nelle aziende».

Per ragioni professionali, ha intrattenuto frequenti rapporti con gli Stati Uniti. Come si differenziano da noi in termini di cultura della leadership e valorizzazione del talento e cosa mutuerebbe dalla loro visione in materia?

«Penso che negli Stati Uniti questi attributi siano spesso associati a dinamismo e pragmatismo. La loro visione incentrata sul risultato e l'apertura al rischio sono aspetti che potremmo integrare. Senza però trascurare il nostro approccio umanistico, che ci ha fatto grandi. Dovremmo riuscire a creare il giusto mix tra i nostri due mondi, per una leadership che sia efficace e al tempo stesso rispettosa delle persone».

Attraverso Fondimpresa, ponete l'accento sull'importanza di rafforzare le competenze di base "affinché nessuno resti indietro". Come va calata a terra questa ricetta per creare una società giusta e senza ulteriori divari?

«Ci impegniamo a garantire che l'aggiornamento delle competenze sia accessibile a tutti, sostenendo la formazione continua. Per ren-

dere concreta questa visione, è essenziale un approccio multifasettico: dal rafforzamento dei legami tra il mondo dell'istruzione e quello del lavoro, all'investimento in programmi di formazione mirati, fino all'integrazione delle nuove tecnologie nell'apprendimento. Così facendo, possiamo gettare le fondamenta su cui costruire una società più equa e competitiva».

L'inclusione e il benessere delle persone sono dimensioni chiave della cosiddetta sostenibilità sociale. Dove siamo ancora carenti in Italia in questo senso e attraverso quali strategie si può conciliare con lo sviluppo industriale?

«L'inclusione e il benessere sono pilastri fondamentali per una società sostenibile. In Italia,

dobbiamo lavorare ancora su diversi fronti, come l'integrazione di genere, l'accesso alle opportunità per i giovani e le minoranze, e il bilanciamento tra vita lavorativa e personale. Le strategie passano per politiche inclusive, investimenti in servizi sociali e un'etica aziendale che consideri il benessere dei dipendenti un asset fondamentale».

Cinque anni fa veniva insignito del titolo di Cavaliere del Lavoro. Di cosa la ripaga in particolare questa nomina e che consigli (un paio) darebbe oggi a un giovane imprenditore/trice che aspiri allo stesso traguardo?

«Ricevere questa onorificenza è stato veramente un grande onore, che premia non solo il mio impegno professionale, ma quello di tutto il mio team. Ai giovani imprenditori consiglieri di perseguire la loro visione con determinazione, ma anche di essere pronti a imparare dagli insuccessi. E poi è essenziale circondarsi di persone competenti e affidabili. L'impresa è un gioco di squadra, e il successo dipende dalla capacità di unire talenti diversi, per perseguire un obiettivo comune».

• **Giacomo Govoni**



In Italia solo il 22,18 per cento delle redini di un'impresa sono nelle mani di una donna contro una media Ue del 32 per cento. A riferirlo è l'Osservatorio sull'imprenditorialità femminile di Unioncamere, che segnala un'ulteriore calo al 17,5 per cento stringendo la lente sul settore manifatturiero. In compenso, si registrano progressi sulla nascita di startup innovative, con molte donne che in tempo di pandemia hanno dato vita a nuove imprese specializzate in sviluppo, produzione e commercializzazione di un prodotto o servizio ad alto valore tecnologico. «È la conferma-sostiene Katia Da Ros, vicepresidente di Confindustria con delega ad Ambiente e sostenibilità- che le donne hanno una visione imprenditoriale proiettata al futuro. In questo senso sono convinta che la twin transition rappresenti un'opportunità importante, ma è necessario mettere le donne nelle condizioni di coglierla».

Per quali "stilemi" la managerialità di una donna si distingue da quella di un uomo?

«Oggi è necessario un modello di leadership più consapevole e basato sulla fiducia, che incorpori maggiormente valori considerati più appannaggio del mondo femminile come la trasparenza, l'inclusività, l'attenzione e la cura. Vi è, poi, un elemento determinante per la crescita delle imprese associato ai profili manageriali femminili, che è quello dei "develops others" ovvero la capacità di far lavorare bene gli altri».

In quali contesti decisionali l'approccio femminile sta mostrando di poter fare la differenza?

«Includere le donne nel mondo del lavoro aumenta il benessere economico e organizzativo. Molte analisi, come il "Rapporto Gender 3000" di Credit Suisse, lo dicono chiaramente: un'azienda con più donne in posizione di leadership cresce di più, c'è una forte correlazione positiva tra una maggiore diversità di genere nelle posizioni apicali e il miglioramento dei rendimenti del capitale e della performance

Katia Da Ros, vicepresidente di Confindustria con delega ad Ambiente e sostenibilità



Una leadership basata sulla fiducia

Saper «fare lavorare bene gli altri» è una dote che qualifica i nuovi profili manageriali e che nelle donne, in genere, è più sviluppata. Lo sostiene Katia Da Ros, individuando nella formazione il primo passo per farne emergere il valore



lismo consapevole è proprio fare industria, senza che nessuno sia lasciato indietro. Con sempre maggior diffusione e capillarità, infatti, le politiche aziendali insieme alla contrattazione collettiva operano per un'ampia efficacia nei luoghi di lavoro delle politiche di sostenibilità e di inclusione».

Secondo McKinsey Global il Pil potrebbe salire del 12,4 per cento aumentando il tasso di occupazione femminile. «È la prova che inserire le donne nel mondo del lavoro non è solo una questione

22,18%

Imprese al femminile

Percentuale di aziende italiane guidate da donne

Esg stessa».

Mitigare le disuguaglianze e far emergere il merito sono sfide che iniziano dalla formazione. Quali iniziative favorisce Confindustria su questo versante?

«Confindustria ha sempre attribuito grande rilevanza allo sviluppo delle competenze, ma su questo versante ci sono molti elementi in cui siamo indietro. Uno di questi è la formazione. Bisogna spingere verso le materie tecnico-scientifiche sempre più donne, che spesso sono le prime a non sentirsi adatte a questo percorso. Ma c'è di più, in senso negativo: una ragazza su 4 tra i 15 e i 29 anni non lavora e non studia. Guardando ai dati di Almalaurea, le donne

registrano performance migliori sia in termini di regolarità negli studi che di voto di laurea (concludono gli studi in corso il 60,2 per cento rispetto al 55,7 per cento degli uomini; il loro voto medio di laurea è 104, per gli uomini si ferma a 102)».

Poi che succede, una volta sbarcate nel contesto lavorativo?

«Succede che gli uomini vengono valorizzati maggiormente guadagnando di più e ricoprendo posizioni apicali. E il gap tra occupazione maschile e femminile arriva a 20 punti, il doppio che in Europa. Lo scenario peggiora se pensiamo che abbiamo 1,2 figli per ogni donna. Alla questione dell'occupazione femminile si aggiunge quella demografica. Servono politiche che favoriscano l'occupazione e rimettano in moto la natalità. Dagli asili ai sostegni economici, con un mix di misure che possano incentivare modelli alternativi di accudimento».

Come si coniuga in azienda la tutela del benessere femminile- e della sostenibilità sociale in genere- con la crescita e lo sviluppo industriale?

«Se prima la sostenibilità era una scelta degli imprenditori, adesso è diventata una necessità. Per questo la sfida per il capita-

di equità sociale. Tuttavia, secondo il World Economic Forum, a livello globale occorreranno 132 anni per raggiungere la parità di genere. In Italia le imprese possono fare molto per promuovere l'occupazione femminile, a partire da programmi di sensibilizzazione e formazione per ridurre le barriere di accesso alle opportunità di carriera per le donne. Servono flessibilità organizzativa, che aiuti un corretto bilanciamento tra vita privata e lavoro, e una riduzione del salary gap. Insieme a una chiara accountability per garantire l'efficacia delle iniziative intraprese».

Quali politiche promuoverete in Confindustria per alimentare questa dinamica, specie nei ruoli dirigenziali?

«In questi anni Confindustria ha lavorato molto per l'occupazione femminile. All'interno dell'associazione rappresenta il 67 per cento del totale e le dirigenti donne sono il doppio dei dirigenti uomini, a testimonianza della nostra attenzione al merito e alla valorizzazione dei ruoli di leadership. Infine, lo scorso 24 ottobre abbiamo firmato il protocollo "No women, no panel" per promuovere una partecipazione bilanciata e plurale di donne e uomini negli eventi di comunicazione». • GG

L'IMPORTANZA DELLA FORMAZIONE

Bisogna spingere verso le materie tecnico-scientifiche sempre più donne che, spesso, sono le prime a non sentirsi adatte a questo percorso

Comandante per vocazione

Le stimmate sono germogliate a casa «da mia nonna in poi», l'attitudine per i posti di vertice Silvia Rovere l'ha sfoderata nella finanza e del real estate. E ora alla guida di Poste Italiane, dove in pochi mesi ha già lasciato il segno

Una tempranza dirigenziale forgiata sul campo, ispirata da mentori eccellenti della regione sabauda come Domenico Siniscalco, Elsa Fornero e Gian Maria Gros-Pietro. Hanno avuto modo di soppesarne la caratura i 125 mila dipendenti di Poste Italiane che dalla scorsa primavera lavorano sotto la presidenza di Silvia Rovere, in grado in pochi mesi di nobilitare le performance del primo provider italiano di distribuzione di servizi postali e logistici, certificate anche da enti terzi. Dalla supremazia a livello globale riconosciuta da Dow Jones nel settore Insurance, al recente Oscar di Bilancio fino alla leadership tra le società quotate nell'indice Euronext. «Questo 2023 di soddisfazioni e di progressi finanziari sopra le aspettative» commenta Silvia Rovere «testimonia uno sforzo notevole nel conseguimento dei risultati, ma anche nella qualità dell'impatto che abbiamo sulle comunità».

DONNA TENACE, LABORIOSA E RESISTENTE AGLI URTI

Robusto e concreto come quello che Silvia Rovere - unica donna salita al vertice di una "big five" nostrana nell'ultimo giro di nomine assieme a Giuseppina Di Foggia, entrata in Terna in veste di ceo - trasmette già dalla semantica del suo cognome. Che, manco a farlo apposta, descrive un legno di elevata durezza e tenacità, resistente agli urti e alle sollecitazioni esterne. Doti che appartengono in toto al carattere dell'imprenditrice piemontese, educata sin dalla tenera età alla cultura del fare dall'atmosfera laboriosa e dinamica che si respirava nella sua Caraglio. Piccolo e orgoglioso comune della provincia di Cuneo che ospita il filatoio più antico del Vecchio Continente, definito oltretutto «il più insigne monumento storico-culturale di archeologia industriale in Piemonte» negli anni Novanta dal Consiglio Europeo. «Anche a casa rivela Silvia Rovere - ero contornata da donne che hanno sempre lavorato, avevano una pasticceria e una gastronomia. Da mia nonna in avanti sono state tutte imprenditrici, da cui ho appreso dei valori intrinsecamente legati al lavoro e alla mia terra, un posto bellissimo e fondamentale per me». Altri valori come la determinazione e lo spirito competitivo Silvia li eredita invece dal padre alpinista e dalla madre atleta, coltivandoli a sua volta nello sci e nel tennis, entrambi praticati a livello agonistico. Conseguita la ma-



turità classica e laureata con lode a Torino alla Facoltà di economia (preferita a medicina e architettura per la varietà di materie, dalla statistica alle scienze sociali), Silvia Rovere inizia a calare a terra il suo eccellente curriculum formativo a 26 anni come financial analyst, per poi spaziare nei settori degli investimenti finanziari, del risparmio gestito e soprattutto della finanza immobiliare. Dal 2003 al 2005 indossa i panni di cfo di Patrimonio dello Stato (Mef), con responsabilità sul programma dei fondi immobiliari pubblici e sugli strumenti di valorizzazione e privatizzazione del patrimonio dello Stato.

FONDATRICE DI SENSIBLE CAPITAL E NEL CDA DI ISPI

In seguito Silvia si sposta a Londra in qualità di head of business development del gruppo Aedes, mentre dal 2009 al 2013 è direttore generale di Ream sgr, dove porta a termine con successo prima la fase di turn around e successivamente il piano triennale di crescita. L'ascesa incessante della numero uno di Poste Italiane prosegue l'anno successivo con la nomina ad amministratore delegato di Morgan Stanley sgr, divisione del colosso finanziario americano specializzata nella costituzione e gestione di fondi chiusi immo-

biliari dove Rovere resta in sella fino al 2020, contribuendo allo sviluppo della finanza socialmente responsabile. Un'autentica specialità della casa, dal momento che in precedenza aveva già costituito e gestito due dei primi fondi di social housing in Italia. Mostrando una vocazione fuori dal comune per questo modello di business etico che nel 2020 culmina nella fondazione di Sensible Capital, una società di consulenza per investimenti nel settore immobiliare, con uno specifico focus sulle metriche Esg. Silvia Rovere figura inoltre tra i fellow member della Royal Institution of Chartered Surveyors, è membro del comitato esecutivo dell'Urban Land Institute Italia e del comitato direttivo di

Fondazione Res Publica, uno dei più autorevoli think tank italiani. Nel frattempo, accanto all'attività professionale Silvia Rovere coltiva un rapporto con il mondo accademico, che negli anni la vede impegnata in attività di ricerca e didattiche per il Dipartimento di economia politica e il Dipartimento di diritto commerciale della stessa facoltà torinese, per il Centro L. Einaudi sempre nel capoluogo piemontese e nell'ambito del master di finanza immobiliare per la scuola di direzione aziendale dell'Università Luigi Bocconi di Milano. Venendo agli anni più recenti, Silvia Rovere è membro del cda di Ispi e, dal 2017, presidente di Confindustria Assoimmobiliare, dove in qualità di advisor segue anche l'operazione di spostamento della sede nei pressi della stazione Tiburtina in Roma.

• Giacomo Govoni



Silvia Rovere, presidente Poste Italiane

LE PERFORMANCE DI POSTE ITALIANE

«Questo 2023 di soddisfazioni e di progressi finanziari sopra le aspettative testimonia uno sforzo notevole nel conseguimento dei risultati, ma anche nella qualità dell'impatto che abbiamo sulle comunità»



Automazione intelligente

Felice Caldi, titolare di Ever Elettronica, racconta la storia della sua azienda, leader nel panorama italiano e internazionale dell'automazione industriale, con una forte e storica propensione all'innovazione

Attiva sin dal 1977, Ever Elettronica è un'azienda con l'innovazione nel suo Dna. Partita come piccola realtà familiare, l'azienda è oggi una multinazionale tabacabile, capace di superare le sfide del cambiamento grazie alla sinergia tra un efficiente reparto di produzione interno e un team di esperti ingegneri di progettazione mecatronica. L'artefice di questo successo imprenditoriale è l'ingegnere Felice Caldi, fondatore e amministratore unico di Ever Elettronica, guidata insieme alla moglie Antonia Moro Caldi e ai figli Matteo e Filippo, entrambi ingegneri. «La nostra mission è fornire soluzioni complete di controllo del movimento per qualsiasi tipo di applicazione e, con i nostri quasi cinquant'anni di esperienza, siamo stati in grado di portare una ventata di novità nel settore affermandoci come partner ideale e fornitore di prodotti e servizi di alta qualità. Il nostro payoff è "Our solutions make yours easy": progettiamo e produciamo soluzioni per il controllo del movimento in svariati settori anche fornendo ai clienti prodotti altamente personalizzati. Negli anni '70, quando ho creato l'azienda, l'industria elettronica italiana era praticamente agli albori e c'era una grande esigenza di prodotti per l'automazione. Ever Elettronica da allora ha da sempre seguito le richieste emergenti dal mercato focalizzandosi sul controllo del movimento completo, dalla scelta di motori e azionamenti fino alla loro installazione». Decollata negli anni 80 con lo sviluppo di motori e del primo innovativo azionamento programmabile controllato da microprocessore, con le sue soluzioni per il controllo del moto Ever Elettronica oggi è il segreto dell'efficienza, produttività e qualità delle macchine di e in grandi industrie in tutto il mondo. Un percorso costellato di successi e tecnologia all'avanguardia. «Il nostro è un settore in crescita: trainati dalla spinta all'efficientamento energetico e alla sostenibilità, i motori elettrici stanno vivendo un momento di fermento nel campo dell'automotive, nella logistica, nella factory automation e nei macchinari industriali in sostituzione a soluzioni pneumatiche. La nostra realtà oggi si compone di tre stabilimenti: la sede storica a Lodi in via del Commercio in cui siamo presenti dal 1991, oggi headquarter con uffici e reparto di ricerca e sviluppo; una unità dedicata alla produzione dei componenti elettronici, sempre all'interno della zona industriale di San Grato a Lodi; una motor factory in Cina per la produzione di motori elettrici complementari al nostro core business per poter offrire nostre soluzioni complete. A questi si è aggiunta una nuova area produttiva in fase di avviamento a Montanaso Lombardo, sempre nel Lodigiano, per affiancare alla produzione cinese anche una produzione italiana di motori elettrici sincroni. Questa nuova area produttiva per motori passo passo e brushless nasce con l'obiettivo di essere il più possibile vicini ai clienti con prodotti made in Italy, e costituire una filiera capace di soddisfare le richieste dei costruttori italiani e occidentali. È un progetto in cui crediamo molto, sia per il valore del made in Italy sia perché il mercato chiede un ritorno a supply chain corte e sostenibili. Grazie al nostro know how nel settore



PERSONALIZZAZIONE

Negli anni ci siamo sempre più specializzati nella produzione di soluzioni innovative di controllo del moto basate su motori sincroni, stepper e brushless e loro azionamenti, anticipando le richieste del mercato e anche progettate e costruite su specifiche del cliente

abbiamo pertanto deciso di puntare sull'Italia con un investimento iniziale di 1 milione e 800mila euro spalmati tra l'assunzione di nuovi collaboratori e l'acquisto di impianti e macchinari».

Ever Elettronica ha sempre saputo cogliere nel mercato sfide e opportunità, orientandosi verso una personalizzazione di prodotti pronti all'uso per esse-

Ever Elettronica è Azienda Green: nel 2023 la produzione aziendale di energia elettrica da impianti fotovoltaici di ultima generazione è stata pari all'86 per cento dell'energia consumata



re resi operativi con il minor sforzo possibile da parte del cliente finale, sia sul fronte hardware e software, sia tramite l'offerta di prodotti in linea con le nuove tendenze dell'Industria 4.0, con connettivi-

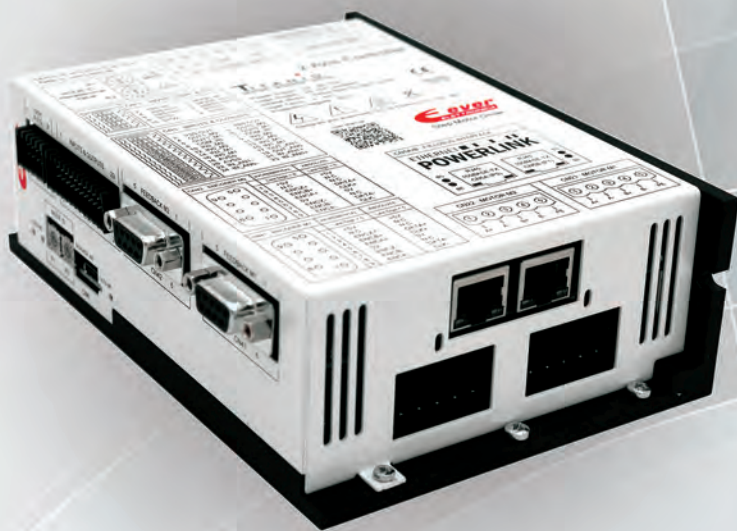
ti su bus di campo: EtherCAT, ProfiNET, Powerlink per citarne solo alcuni. «Negli anni ci siamo sempre più specializzati nel design di soluzioni innovative su misura secondo le richieste del mercato: azionamenti elettronici per motori sincroni passo e brushless anche progettati e costruiti su specifiche del cliente. Questo ci permette di esplorare settori inimmaginabili per un costruttore di dispositivi industriali di controllo: dalle applicazioni per uno stabilizzatore di yacht ai sistemi di ventilazione oggi in espansione grazie alla spinta dell'efficientamento energetico domestico. Dopotutto siamo esperti di soluzioni innovative, costruiamo azionamenti programmabili dagli anni 80, molto prima che altri produttori evolvessero verso le soluzioni attuali. Siamo stati pionieri in Italia per un prodotto inusuale a quei tempi, innovando in qualcosa che poi nella storia ha avuto successo. L'innovazione è parte della nostra filosofia: ogni anno investiamo in ricerca e sviluppo una percentuale molto importante del fatturato aziendale per sostenere la nostra consolidata capacità di guardare al futuro creando ciò che ancora non esiste, come testimoniano i numerosi brevetti depositati nel corso degli anni nonché gli importanti riconoscimenti, anche economici, conferiti dalla Camera di Commercio di Milano e dalla Regione Lombardia». Ever Elettronica si mostra al mondo non solo attraverso la qualità dei propri prodotti, ma anche grazie alla partecipazione a importanti fiere internazionali di settore: nel 2024 sarà infatti presente alla LogiMAT di Stoccarda (19-21 marzo), a varie esposizioni in Cina e alla fiera SPS sia nell'edizione di Parma (28-30 maggio) che in quella di Norimberga (12-14 novembre).

• **Elena Bonaccorso**



Nuova sede produttiva di motori in Italia

«La nuova sede produttiva di Montanaso Lombardo, sempre nel Lodigiano – aggiunge Felice Caldi – andrà ad affiancare quella già presente in Cina come una produzione italiana dei nostri motori elettrici. Questa nuova area produttiva per motori stepper e brushless nasce con l'obiettivo di essere il più possibile vicini ai clienti con prodotti made in Italy, in una filiera capace di guardare ai costruttori italiani e occidentali. È un progetto in cui crediamo molto, sia per il valore del made in Italy sia perché il mercato chiede un ritorno a supply chain corte e sostenibili. Sfruttando il nostro know how abbiamo deciso di puntare sull'Italia con un investimento iniziale di 1 milione e 800mila euro spalmati tra l'assunzione di nuovi collaboratori e l'acquisto di impianti e macchinari».



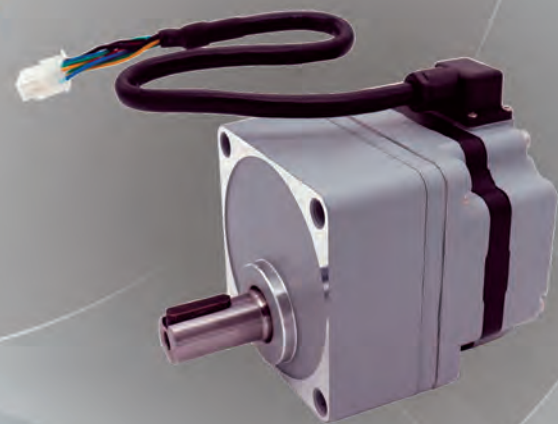
Our solutions make yours easy

Ever Elettronica, nata nel 1977, è un'azienda leader nel panorama dell'automazione italiano e internazionale, annoverata tra i principali fornitori di soluzioni complete di controllo del movimento per macchine automatiche con motori e azionamenti passo passo e brushless. Rinomata realtà imprenditoriale lodigiana, grazie alla sinergia tra un efficiente reparto di produzione interno e un team di esperti ingegneri di applicazione meccatronica, da quasi cinquant'anni Ever Elettronica garantisce prodotti e servizi aziendali di elevata qualità, supportando i clienti nella ricerca della migliore soluzione a ogni problematica di motion control, dalla scelta di motori e azionamenti fino all'installazione. Oltre ai macchinari e alle soluzioni hardware, Ever Elettronica offre molteplici pacchetti software ad architettura aperta, specializzati per vari settori industriali. Propone infatti efficaci e versatili soluzioni progettate ad hoc "pronte all'uso" per svariate industrie quali packaging, medicale, tessile, etichettatura, automazione da ufficio, stampa, distributori automatici, macchine per la lavorazione del legno, dei metalli, della ceramica e molte altre ancora.



the clever drive

Ever Elettronica
 Via del Commercio, 2/4
 26900 Lodi
 Tel: 0371 412318
 infoever@everelettronica.it
 www.everelettronica.com





P&P SOLUTIONS DALLE IDEE ALLE SOLUZIONI



L'ENERGIA DAL SOLE PER UN FUTURO ECOSOSTENIBILE



La P&P Solution nasce sedici anni fa dalla visione di sviluppare e diffondere soluzioni tecnologiche a basso impatto ambientale per famiglie e PMI. L'unione dei due soci fondatori, Ing. Alessandro Peddis e Ing. Nicola Pinna, in un connubio perfetto di organizzazione e professionalità, e la costante attenzione alle esigenze del cliente hanno permesso a P&P Solutions di espandersi in tutto il territorio nazionale con soluzioni ingegneristiche innovative, edilizia basata sull'utilizzo di energia da fonti rinnovabili e consulenze altamente professionali. Il mercato del fotovoltaico è in forte crescita e dai dati del GSE dell'ultimo anno si è registrato un notevole incremento della richiesta di impianti residenziali con batterie di accumulo. La P&P Solutions è in grado di offrire un servizio personalizzato, attento alle esigenze del cliente, garantendo un immediato risparmio grazie all'impiego di prodotti di alta qualità.

La soddisfazione dei clienti è sempre stata la migliore pubblicità verso un percorso di educazione all'ecosostenibilità.



P&P Solutions srl
Loc. Is Coras 9
Sestu (Ca)
Tel. 070 2344947
info@pepsolutions.it
www.pepsolutions.it



P&P
SOLUTIONS

Il 64 per cento delle aziende ritiene che l'intelligenza artificiale aumenterà la produttività, ma per quelle tradizionali, come molte realtà italiane, l'integrazione di questa nuova frontiera tecnologica può essere impegnativa. La trasformazione digitale necessita infatti di competenze specifiche, nuovi talenti e tecnologie che spesso non fanno parte del core business. Lo sanno bene i clienti che si sono affidati a 221e, che provengono da settori disparati e che hanno saputo trasformare le loro attività con soluzioni innovative basate su algoritmi di AI. «Forniamo dati di qualità - afferma Pietro Tondello, responsabile di 221e -. Convergiamo sensoristica e machine learning per realizzare modelli precisi e affidabili per prodotti ottimizzati sull'esigenza del cliente. Le applicazioni sono potenzialmente infinite e dal 2012 lavoriamo con le migliori imprese Italiane ed internazionali provenienti da un'ampia varietà di settori, dalle attrezzature sportive e dispositivi wearable, a macchinari industriali e applicazioni automotive. Questa è l'esperienza di 221e: affiancare i nostri clienti nello sviluppo di architetture sensorizzate ed intelligenti».

221e è stata pioniera nello sviluppo di un ecosistema tecnologico che integra sensori, connettività IoT ed algoritmi di intelligenza artificiale per rendere possibile la digitalizzazione di prodotti e processi, riducendo i tempi di sviluppo ed il rischio di insuccesso. «Muse™ è la nostra piattaforma hardware di punta; la parola Muse sta per "Multi-Sensore", il che la rende ideale per una vasta gamma di applicazioni (sensore sportivo, rilevatore di movimento, sensore di vibrazione, VR) che richiedono un prodotto miniaturizzato, certificato, connesso e all'avanguardia. Per le aziende che non hanno esperienza nello sviluppo di prodotti tecnologici, MakeSense™ è il nostro programma di partnership strategica in cui supportiamo l'integrazione di sistemi elettronici e soluzioni AI. Forniamo un servizio personalizzato, che va dall'ideazione del progetto, all'ingegnerizzazione del prodotto, fino alla certificazione e la gestione della catena di fornitura e l'assistenza tecnica». I vantaggi per le aziende sono veramente importanti. «Noi di 221e riconosciamo che i dati sono un'arma segreta. Il loro abbinamento con l'intelligenza artificiale dà vita a uno strumento strategico per creare valore aggiunto e favorire il successo sul mercato. Questo è possibile grazie ai sensori di ultima generazione che permettono di ottenere una visione panoramica dei dati che diventa allo stesso tempo completa, accurata ed istantanea». La convergenza tra sensoristica ed intelligenza artificiale è quindi sia una rivoluzione tecnologica sia un'evoluzione culturale. Le imprese che la utilizzano fin dall'inizio non ottengono solo un vantaggio competitivo, ma diventano precursori dell'innovazione tecnologica.

Gli algoritmi AI di 221e hanno consentito

Sensoristica intelligente made in Italy

Abilitare il fenomeno dell'intelligenza artificiale e imparare a utilizzarlo al meglio. 221e supporta le imprese in questa rivoluzione, puntando su tecnologie all'avanguardia che trasformano il mercato. L'esperienza di Pietro Tondello



SENSING AI La convergenza tra sensori e intelligenza artificiale per abilitare il valore dei dati

la nascita di nuovi prodotti e servizi in tutto il mondo. «Ci specializziamo in sensoristica di movimento, ambientale e di bio-segnali realizzando librerie software che chiamiamo NeuraSense™ e che rendono possibile l'accesso alla nostra tecnologia sia a start-up che a giganti del settore tecnologico». 221e è impegnata in iniziative di grande impatto che spaziano dalla sanità, allo sport fino alla sostenibilità. «La nostra tecnologia è servita da motore per la ricerca clinica al fine di monitorare lo stato di avanzamento di malattie neurodegenerative e l'effetto di cure farmacologiche. Ab-

biamo inoltre partecipato a numerosi progetti legati alla riabilitazione motoria e siamo costantemente attivi in ricerche e collaborazioni con le più importanti università di tutto il mondo. Abbiamo portato la stessa competenza ed accu-



221e ha sede ad Abano Terme (Pd)
www.221e.com

ratezza per prodotti relativi al fitness e allo sport professionistico. Infine, ci impegniamo a portare il nostro contributo di innovazione in progetti legati a tematiche come il cambiamento climatico, l'inquinamento e l'impatto ambientale». 221e ha puntato sull'eterogeneità del tessuto industriale italiano, formato da tante piccole e medie imprese attente alla qualità e storicamente fonte di importanti innovazioni che hanno reso il made in Italy famoso nel mondo. «Facciamo di necessità virtù, creando sinergia tra lo stato dell'arte della nostra tecnologia con l'eccellenza dell'industria italiana, formando relazioni di business strategiche e di lungo termine con i clienti che ci scelgono, e che affianchiamo in questa importante fase di rivoluzione dell'intelligenza artificiale e della digitalizzazione».

• **Cristiana Golfarelli**

La mission

Guidate da una passione condivisa per la scoperta, le menti brillanti di 221e sono immerse in iniziative di ricerca continua che modellano sia la traiettoria dell'azienda sia il panorama globale del progresso tecnologico. 221e è un team di 20 persone con competenze differenziate in data science, elettronica, fisica ed ingegneria biomedica. Gli uffici dell'azienda sono divisi tra Bergamo, Padova, Treviso e Tel Aviv. «Crediamo nell'importanza di ampliare i confini di ciò che è possibile per migliorare la vita umana - afferma Pietro Tondello -. E crediamo che la tecnologia avanzata possa aiutarci ad arrivare a questo obiettivo attraverso l'innovazione aperta e il pensiero ingegnoso. Per concretizzare questa visione, i nostri prodotti all'avanguardia uniscono la sensoristica e l'intelligenza artificiale come potenti strumenti per sbloccare il valore dei dati».

Pionieri della gestione energetica condominiale

Maurizio Calzolari ci spiega il ruolo unico di C.S.T. EBM, una struttura dedicata all'esecuzione degli obblighi normativi per amministratori e condomini, specificamente quelli indicati negli articoli cc 1129 e 1130

Recentemente si è assistito a un proliferare di normative condominiali, spesso contraddittorie, che possono generare confusione. L'implementazione di tali normative viene eseguita con particolare attenzione all'aspetto energetico, un elemento sempre più importante sia dal punto di vista economico che per la difesa del patrimonio immobiliare, che rappresenta il bene principale di un condomino.

C.S.T. EBM è una struttura specializzata nell'esecuzione degli obblighi previsti per amministratori e condomini, conformemente agli articoli cc 1129 e 1130, includendo la verifica del rispetto dell'applicazione delle norme tecniche e di sicurezza e anche dell'attività di EGE, l'Esperto in Gestione dell'Energia, per applicare e verificare tutte le attività di conduzione di un impianto finalizzato al risparmio energetico. «Il nostro focus principale - afferma Maurizio Calzolari - è proprio quello di garantire il rispetto dell'applicazione delle norme tecniche e di sicurezza, ponendo particolare attenzione all'aspetto energetico, un fattore cruciale sia per la parte economica che per la difesa del patrimonio immobiliare. Dal 1985 siamo specializzati nel fornire servizi dedicati al mondo condominiale, ponendo un'attenzione particolare al dialogo tra condominio, amministratore e fornitori».

Vi possiamo considerare dei pionieri nel vostro campo?

«In passato i nostri tecnici sono stati pionieri nell'affrontare la questione dell'esenzione dall'obbligo di installazione di valvole termostatiche e ripartitori, in particolare nei casi in cui non vi era un ritorno economico dall'operazione. Di conseguenza ci siamo posizionati a fianco dei condomini, definiti come i principali "ufficiali pagatori" del condominio».

Come avete influenzato le leggi esistenti?

«Abbiamo dimostrato che certe norme tecniche, in determinate condizioni, non erano sempre economicamente convenienti e quindi sono state ritirate. Come la norma relativa all'installazione delle valvole termostatiche e, in particolar modo, dei ripartitori. Abbiamo sempre sostenuto che una legge che impone la sostituzione di caldaie funzionanti solo per la loro anzianità può essere una forzatura. Questo principio è stato recepito nella recente normativa regionale lombarda, che richiede un'analisi energetica accurata



UN PARTNER DI FIDUCIA

C.S.T. EBM con i propri EGE certificati è un ente terzo che collabora con vari specialisti, amministratori e condomini per identificare le migliori soluzioni energetiche

prima di imporre la sostituzione di qualsiasi componente dell'impianto, in linea con le norme europee. In momenti di crisi è il primo obbligo di un Ege valutare la convenienza economica di un intervento e predisporre più scenari applicabili. In molti casi, su richiesta dei condomini e con la collaborazione degli amministratori, siamo intervenuti per modificare le condizioni contrattuali in modo più vantaggioso, in conformità con le normative e le direttive Arera, abbiamo inserito i nostri modelli di telegestione per monitorare i consumi in rapporto al comfort ambientale e all'imposizione delle normative».

Qual è il vostro ruolo oggi?

«C.S.T. EBM con i propri EGE certificati è un ente terzo che collabora con vari specialisti, amministratori e condomini per identificare le migliori soluzioni energetiche. Negli ultimi anni, molti condomini hanno beneficiato dei nostri interventi, conseguendo significativi risparmi energetici. Il costo dell'energia attualmente è più del doppio rispetto a tre anni fa, pertanto abbiamo sempre esplorato anche l'uso di energie rinnovabili. In alcuni interventi, siamo riusciti a combinare il risparmio energetico con il miglioramento strutturale dell'edificio».

Quali servizi offrite?

«Con oltre 35 anni di esperienza nel set-

tore condominiale, offriamo un supporto completo occupandoci dell'ottimizzazione energetica, del risparmio, della gestione della documentazione condominiale, della conformità normativa e degli aspetti finanziari legati alla riqualificazione dell'edificio. C.S.T. EBM è competente nella valutazione del R.A.C.S. (registro anagrafe condominiale e sicurezza), includendo una valutazione dei consumi energetici e delle tecniche applicate. Possiamo monitorare lo stato dei documenti, tracciare con l'amministratore e i condomini le varie priorità per assolvere quanto richiesto dalle normative. Lavoriamo per raggiungere l'obiettivo di contenimento energetico, rivalutando il valore immobiliare e realizzando un risparmio economico significativo per i condomini. Questa nostra expertise ci ha portato a collaborare con scolaresche post diploma in corsi di formazione per preparare nuovi tecnici come futuri esperti energetici, pronti per essere inseriti nel mondo del lavoro».

Quali sono i piani futuri per C.S.T. EBM?

«Stiamo espandendo la nostra attività formativa per preparare nuovi tecnici quali futuri esperti energetici. È un impegno importante per noi, mirato a rafforzare la sostenibilità e l'innovazione nel settore condominiale».

• **Bianca Raimondi**

Maurizio Calzolari, alla guida della C.S.T. EBM di Rho (Mi) - www.cstebm.it



Il consulente EBM

Viviamo in un'epoca di cambiamenti senza precedenti, in cui i condomini devono affrontare sfide sempre più complesse. L'efficienza energetica, la conformità normativa e la gestione finanziaria sono solo alcune delle questioni cruciali che richiedono attenzione e competenza. In un mondo così dinamico, è essenziale avere a disposizione un consulente preparato e affidabile che si prenda cura degli interessi del condominio. Il consulente EBM è il punto di riferimento per l'amministratore condominiale e i condomini. Non solo si occupa dell'ottimizzazione energetica e del risparmio, ma gestisce anche la documentazione legale, la conformità normativa e gli aspetti finanziari legati all'edificio. In altre parole, il consulente EBM si mette al fianco dei propri clienti per difendere i loro interessi. L'EBM è l'alleato strategico che permette di affrontare le sfide attuali e future in modo efficace. Grazie alla sua preparazione e professionalità, il consulente EBM è in grado di guidare il condominio attraverso le normative complesse e i cambiamenti del panorama energetico.

La protezione dei dati personali

È di importanza strategica per le aziende affidarsi ad un consulente privacy con le dovute competenze, sia in termini di conoscenza specialistica e multidisciplinare, che di capacità personale di relazionarsi con le varie funzioni aziendali. L'esperienza di Lucia Menini, titolare di Effizient

Nel 2016 è entrato in vigore il nuovo regolamento europeo sulla privacy in materia di protezione dei dati personali (Gdpr 2016/679) che ha cambiato completamente il modo di pensare alla privacy, mettendo in atto una vera e propria rivoluzione a partire dai nuovi principi introdotti: principio della privacy by design, il principio della privacy by default e il principio dell'accountability. «Il Gdpr è applicabile indistintamente in tutti gli stati della comunità europea. Non ha una normativa dettagliata e lascia ad ogni singola azienda l'autonomia di capire le regole da darsi per far sì che i trattamenti di dati siano sicuri. Se si viola anche solo un principio del regolamento si rischiano sanzioni ingenti e condanne, a prescindere dal fatto che si verifichi un danno: ecco perché è così importante dotarsi di un modello organizzativo della privacy efficace ed efficiente» spiega Lucia Menini, titolare di Effizient Srl, una società specializzata nella tematica della protezione dei dati personali, che supporta le aziende nel processo di adeguamento e gestione degli adempimenti previsti dalla normativa in materia di protezione dei dati personali.

Da chi è formata la vostra società?

«Siamo un team giovane e specializzato nella materia della protezione dei dati personali, che si tiene costantemente aggiornato sulle novità normative e sulla prassi applicata. I nostri consulenti sono giuristi laureati presso l'Università degli Studi di Trento. Uno dei nostri consulenti è certificato Privacy Officer presso Tuv Italia e Dpo presso Cepas Bureau Veritas e la nostra società è membro di Asso Dpo e di Federprivacy. Nostro compito è affiancare e guidare i nostri clienti nel viaggio che porta alla creazione e al mantenimento di un modello organizzativo privacy, valido e calibrato sulle esigenze della singola struttura».

Quali sono i vostri punti di forza?

Lucia Menini, titolare di Effizient che ha sede a Bolzano - www.effizient.it



INVESTIRE SULLA FORMAZIONE

I collaboratori in grado di cogliere le minacce informatiche in modo corretto sono i primi protettori dei dati di un'impresa

«La pluriennale esperienza maturata negli anni in questo settore "di nicchia", a contatto con realtà grandi, medie, piccole, con strutture private, pubbliche e sanitarie, ci permette di analizzare e risolvere le problematiche delle singole strutture, consentendoci di personalizzare e rendere "su misura del cliente" ogni singolo progetto. Siamo un'azienda dinamica e flessibile, offriamo un'assistenza completa ai nostri clienti, prefiggendoci di trovare una risposta a qualsiasi problema, (sempre nel rispetto delle loro necessità organizzative e produttive) grazie alla nostra pluriennale esperienza della materia. In particolare poi abbiamo una conoscenza integrata della normativa italiana (Codice Privacy - D.lgs. 196/2003) ed europea (Regolamento europeo privacy - Gdpr 2016/679), dei provvedimenti del garante e della best practice. Ci distinguiamo per la capacità di coniugare le esigenze normative con quelle strutturali e concrete delle realtà che seguiamo».

Che vantaggi hanno le aziende che si affidano a voi?

«Oggi sempre più aziende si stanno rendendo conto che il dato personale rappresenta il vero patrimonio dell'azienda, trattarlo in modo corretto può portare notevoli vantaggi. Un Dpo (Data protection officer) si occupa di osservare, valutare e gestire il trattamento dei dati personali. Il segreto per una buona riuscita di collaborazione con il Dpo è che quest'ultimo abbia un buon flusso di informazioni da parte dell'azienda. Più il Dpo è al corrente delle dinamiche interne all'azienda, meglio riesce a svolgere il suo compito. Noi cerchiamo di capire

quelle che sono le esigenze tipiche di un'azienda, i processi già collaudati, le procedure già in atto e tendiamo a uniformarle con quanto previsto dalle normative. Lo scopo è far sì che vengano rispettate le normative europee e nazionali in materia di privacy. L'esperienza che abbiamo accumulato permette di analizzare ed esaminare nel dettaglio aspetti che una persona "non del settore" potrebbe ignorare o sottovalutare. Permette inoltre ai nostri clienti di effettuare un'analisi completa e approfondita dei trattamenti effettuati al fine di implementare una governance dei dati sempre più efficiente ed in linea con le strategie aziendali.

È di importanza strategica per le aziende affidarsi a un consulente privacy (o Dpo Data protection officer) con le dovute competenze, sia in termini di conoscenza specialistica e mul-

tidisciplinare, che anche e soprattutto in termini di capacità personale di relazionarsi con le varie funzioni aziendali coinvolte nei processi e di elasticità nella ricerca di soluzioni che riescano a bilanciare l'operatività aziendale e il rispetto della normativa in materia di data protection».

Cosa vi chiedono soprattutto le aziende oggi?

«Negli ultimi sei mesi la maggior parte delle richieste è stata focalizzata sulla gestione di grossi data breach. Le imprese ci chiedono supporto in fatto di sicurezza dei dati anche dal punto di vista informatico. La protezione dei dati è una grande preoccupazione per l'imprenditore. Garantire che i dati siano protetti anche quando non si lavora in ufficio non è difficile. Bisogna solo farsi affiancare da un partner competente dal punto di vista sistemico e investire sulla formazione dei collaboratori. I collaboratori in grado di cogliere le minacce informatiche in modo corretto sono i primi protettori dei dati di un'impresa. La formazione del personale è la chiave per la buona riuscita di ogni iniziativa».

• **Cristiana Golfarelli**

Analisi dei rischi privacy

Il privacy risk assessment è uno strumento che permette di riepilogare le valutazioni effettuate dal titolare o dal responsabile del trattamento nell'individuazione e classificazione dei rischi derivanti dal trattamento di dati personali effettuato. È un documento che permette di dimostrare come l'azienda ha applicato in concreto il principio di accountability o responsabilizzazione del titolare del trattamento. Il Gdpr ha introdotto un approccio basato sul rischio di cui l'analisi dei rischi è lo strumento principe: il titolare e il responsabile del trattamento devono valutare i rischi derivanti dal trattamento dei dati personali da loro effettuato, e, più in particolare, i rischi e gli impatti negativi a cui sono esposti gli interessati in ragione del trattamento dei loro dati. Questa valutazione deve tenere conto delle misure tecniche, organizzative e di sicurezza adottate o da adottare per ridurre al minimo i rischi stessi.

L'interscambio più efficiente tra committente e fornitore

Franco Elmi presenta la piattaforma EScape, fiore all'occhiello di Empowerment & Services, una società di consulenza attiva nei servizi in ambito ospedaliero e socio assistenziale, oltre che nella progettazione tecnica di servizi in appalto destinati al settore pubblico e privato

Dopo gli ultimi due rinnovi del codice degli appalti, è emersa la necessità all'interno delle gare di appalto che i concorrenti presentino un sistema o di autocontrollo o di controllo di risultato, anche considerando che in termini di punteggio questo può dare dal 5 al 15 per cento del valore che incide sulla qualità. «Il nostro servizio di progettazione e consulenza per la partecipazione alle gare d'appalto nell'ambito dei servizi di logistica integrata, di sanificazione ambientale, di ristorazione, di lavano e sterilizzazione permette alle aziende private di servizi di trovare in noi un partner in grado di supportarle durante la partecipazione alle gare d'appalto e di accompagnarle per tutta la durata del contratto nell'attività di autocontrollo e controllo di risultato - spiega Franco Elmi, amministratore delegato di Empowerment & Services -. Grazie al nostro approccio, il processo di progettazione risulta snello e altamente efficace sia in relazione alla gestione delle risorse coinvolte che del rispetto dei tempi, e ci permette di focalizzare l'attenzione sui contenuti tecnologici e inno-



Franco Elmi, presidente e amministratore delegato della Empowerment & Services di Bologna www.emservice.it

PROGETTI AD HOC

Con EScape abbiamo creato lo strumento ideale nel rapporto di fiducia tra la Pubblica amministrazione e i fornitori dei servizi appaltati

vativi che rappresentano la vera parte premiante dell'offerta tecnica. Con EScape abbiamo creato lo strumento ideale nel rapporto di fiducia tra la Pubblica amministrazione e i fornitori dei servizi appaltati».

Quali funzioni svolge la piattaforma EScape?

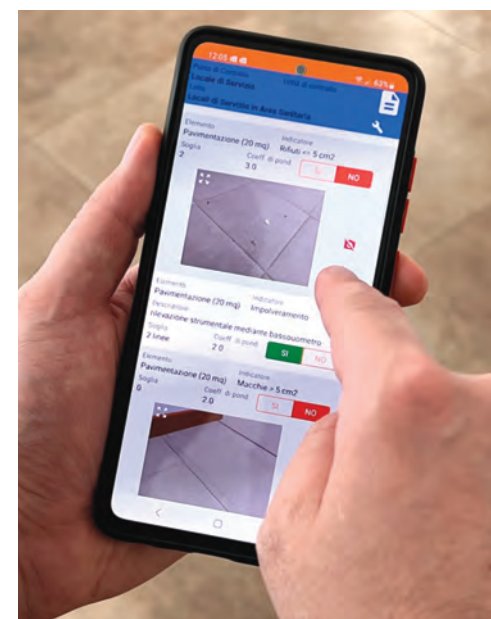
«La piattaforma EScape è un vero e proprio gestionale per la verifica complessiva delle performance (audit, segnalazioni di disservizio, gestione delle non conformità e delle azioni correttive), con il quale, attraverso l'integrazione con una potente piattaforma di Business Intelligence, è possibile realizzare analisi dinamiche e di tipo predittivo sui dati di performance. Il gruppo di professionisti che ha realizzato EScape si è posto l'obiettivo di creare un sistema dove committente e fornitore potessero realizzare una rete di inter-

scambio dati e di comunicazione veloce, oggettiva e dinamica, e che fungesse da volano per il miglioramento dei servizi. Infatti, l'interazione continua con EScape permette al committente di avere, con il minimo sforzo operativo, un unico sistema di controllo con un unico contenitore dei dati su tutti i servizi appaltati. D'altro lato, il fornitore viene messo nelle condizioni di verificarsi e di misurarsi, al fine di migliorare le proprie prestazioni. Questo comporta un vantaggio sia per il committente, che avrà un conseguente impatto sul servizio ricevuto, che per il prestatore del servizio che, diversamente, avrà un impatto sulla modalità di erogazione del servizio stesso. Attraverso EScape è inoltre possibile definire le modalità di gestione delle contestazioni e di eventuali penali, nel caso di servizi resi al di sotto delle soglie di accettazione. Il sw EScape è di proprietà della Empowerment & Services, e viene fornito tramite licenza SaaS (Software as a Service)».

Quali sono le principali funzioni del sistema EScape?

«Controllo e monitoraggio dei servizi: i controlli sul campo si eseguono tramite app, utilizzando smartphone o tablet. A seguito dei controlli si determinano automaticamente gli indici di prestazione (Kpi) che consentono di valutare l'andamento del servizio e la conformità ai requisiti contrattuali, rappresentando un utile strumento per il controllo dei servizi.

L'accesso ad EScape avviene tramite inserimento di username e password personali con livelli di accesso differenziati sulla base delle attività previste per l'utilizzatore. Per l'effettuazione dei controlli vengono utilizzate apposite schede direttamente all'interno dell'app del sistema EScape che il controllore compila su smartphone o tablet. Una volta compilate le schede e salvate, il sistema non permette alcuna modifica conservandone i risultati. Durante il controllo è possibile inserire delle note e allegare foto a uno specifico indicatore controllato, in modo da fornire l'evidenza oggettiva dell'eventuale non conformità. Gestione delle non conformità: EScape permette la gestione delle non conformità e delle azioni correttive e garantisce l'elaborazione in tempo reale di tutta la reportistica e le statistiche sull'andamento del servizio anche tramite esportazione dei dati direttamente in excel. Gestione delle segnalazioni di disservizio: tramite EScape è possibile inserire e gestire qualsiasi tipo di segnalazione. Analisi dei dati: all'interno di EScape è presente una piattaforma di business intelligence dalla quale è possibile ricavare ed analizzare specifici indici di prestazione (Kpi) oltre a dati e statistiche che consentono una valutazione del livello qualitativo raggiunto dal servizio in un determinato periodo. Con le funzionalità implementate nella soluzione di business intelligence, l'attivazione di azioni preventive risulta molto più efficiente in quanto vengono drasticamente ridotti i tempi per l'implementazione di interventi correttivi e le azioni stesse risultano essere molto più efficaci in quanto scaturite da un'analisi di tipo predittivo». • **Beatrice Guarnieri**



Tre aree operative

Sono presenti all'interno dell'azienda tre aree operative per la gestione di EScape: un settore di ricerca e sviluppo; un'area commerciale di vendita; un'area commerciale di assistenza al cliente. Quest'ultima è costituita da un gruppo di specialisti che supporta i clienti in tutte le fasi di progettazione, implementazione, formazione sull'utilizzo di EScape, assistenza sul campo ed help-desk. L'assistenza ai clienti viene completata attraverso la progettazione e lo sviluppo di dashboard e report riepilogativi dei risultati del sistema di controllo, con lo sviluppo di indici e indicatori ad hoc nell'ottica della massima personalizzazione.

Le migliori soluzioni nel settore del sollevamento

Punto di riferimento per la vendita, il noleggio e la manutenzione di montacarichi e ascensori da cantiere in Lombardia e in tutta Italia, A.C.G.5 punta sulla sua eccellenza tecnica. Ne parliamo con il titolare Aldo Arecco e il responsabile commerciale, ingegnere Stefano Cappellano

Con la crescita del settore dell'edilizia e l'incremento della domanda di attrezzature anche il settore del sollevamento è in grande sviluppo, grazie anche alla possibilità di noleggiare piattaforme aeree di svariate tipologie.

«I sistemi di sollevamento devono rispondere alle esigenze di facilità di manutenzione e ancora di più di affidabilità e sicurezza. Le piattaforme elevabili hanno un ampio spazio di utilizzo, dal settore edile a quello industriale, favorendo l'accesso a punti non facilmente raggiungibili» spiega Aldo Arecco, titolare di A.C.G.5, azienda nata nel 2005 dopo che tre amici, provenienti da Genova e Bologna, decidono di unire le proprie esperienze professionali per intraprendere una scommessa ambiziosa. La sfida consiste nel noleggiare impianti e macchine specializzati per il trasporto verticale di persone e merci in cantieri di grandi dimensioni, sia in Italia che all'estero. Nasce così A.C.G.5 da Aldo Arecco, Massimo Corsucci e Giuliano Gramigna, ognuno con un bagaglio unico di competenze nel settore edile. Sin dal principio, A.C.G.5 ha dimostrato, grazie anche alla professionalità dell'ing. Cappellano, la propria eccellenza tecnica e la capacità di risolvere problematiche complesse nei lavori in facciata e nel trasporto di materiali in quota. «La nostra azienda si è occupata di rifacimento

A.C.G.5 ha sede a Milano - www.acg5srl.com



facciate di palazzi di più altezze, rifacimento di grattacieli eseguito con attrezzature all'avanguardia e innovative ma anche di generiche ristrutturazioni di torri, edifici e palazzi vetrati o meno – afferma Cappellano -. Il nostro team ha gestito in Italia con successo progetti di grande



GARANZIA DI QUALITÀ

I nostri mezzi sempre conformi alle normative di sicurezza, sono puntualmente sottoposti ai controlli di legge, corredati di documenti Ce e forniti al cliente con manuale di uso e manutenzione

risonanza come il palazzo della Regione Lombardia, la torre Unicredit 231 ml, il Bosco Verticale di Milano 111 ml, la Torre Allianz 259 ml, la Torre Solaria 143 ml, la Torre Diamante 140 ml, la Torre Gioia 22 122 ml, la Torre Banca Intesa a Torino, la Torre Regione Piemonte a Torino, la Torre Gioia 20, l'Ospedale Nuovo Galeazzi, il Nuovo Ospedale Maggiore Policlinico Mangiagalli e Regina Elena, la demolizione del ponte Morandi e la costruzione del ponte San Giorgio a Genova. Tra le ristrutturazioni abbiamo realizzato quella di Torre Galfa 102 ml, Torri Garibaldi A e B, Torre Bonnet, Torre Velasca. Tra i progetti esteri lo Sporting d'Hiver a Montecarlo».

A.C.G.5 si è così affermata come leader italiano nel noleggio di attrezzature per il movimento di merci e persone in quota e per i lavori in facciata.

«La nostra offerta include diverse formule di noleggio e vendita, adattabili alle esigenze specifiche dei clienti. Abbiamo personale specializzato che offre un servizio di installazione e di assistenza tecnica altamente qualificato nel rispetto delle normative di sicurezza vigenti. La metodica di lavoro è ispirata all'attenzione massima verso il cliente e le esigenze che esprime; in questa chiave, il servizio di noleggio non si esaurisce nel reperire il mezzo d'interesse, ma è più spesso lo studio di soluzioni personalizzate che ne soddisfino completamente richieste e aspettative. I nostri mezzi e le attrezzature a noleggio sono una garanzia in termini di sicurezza, produttività e convenienza. A.C.G.5 abbraccia le evoluzioni dell'Industria 4.0, integrando nel suo parco macchine a noleggio modelli innovativi che consentono la gestione remota degli im-

pianti. Inoltre, per i nostri clienti offriamo servizi di installazione, assistenza tecnica e programmata rispettando rigorosamente le norme».

A.C.G.5 offre inoltre un servizio di formazione all'uso dei macchinari e un servizio di gestione delle pratiche relative alle verifiche periodiche sugli impianti di sollevamento. L'azienda di Milano si occupa della vendita di montacarichi per lavori di edilizia di vario genere. I clienti che ne hanno necessità, possono richiedere attrezzatura edile di ogni tipo.

Gli impianti di sollevamento sono stati ideati per servire imprese edili e progettisti all'interno di ciminiere, silos, torri di raffreddamento e cantieri speciali. Il parco di attrezzatura per l'edilizia è costituito da mezzi per il sollevamento e la movimentazione di carichi di ogni tipo affidabili, versatili, sicuri e costantemente revisionati da personale tecnico qualificato, come le piattaforme elevatrici.

«I nostri mezzi sempre conformi alle normative di sicurezza, sono puntualmente sottoposti ai controlli di legge, corredati di documenti Ce e forniti al cliente con manuale di uso e manutenzione. Il noleggio è uno dei nostri servizi di punta. I nostri preventivi vengono forniti in tempi ridotti e con particolare attenzione a proporre soluzioni adeguate a ogni tipo di richiesta o problematica. Gli obblighi di un datore di lavoro sono numerosi e non sempre si è in grado di farsi carico anche di quelli che riguardano i controlli sugli apparecchi di sollevamento. È proprio in questi casi che il noleggio si presenta come la migliore soluzione. Infatti, noleggiando si potranno ottenere dei



mezzi operativi già controllati e revisionati con frequenza. Avvalendosi del noleggio si potranno riscontrare tanti altri vantaggi, nonché fruire di un servizio professionale e di qualità. La durata del noleggio vi offre la massima flessibilità, con possibilità di nolo giornaliero, mensile, semestrale, annuale e con formule a lungo termine. Intanto guardiamo al futuro con ambizione e siamo pronti ad affrontare le sfide emergenti nel settore». • **Bianca Raimondi**

Montacarichi a noleggio per tutte le esigenze

A.C.G.5 opera nella città di Milano e provincia, oltre che in tutta la Lombardia. L'azienda mette a disposizione di professionisti dell'edilizia e di chiunque necessiti di mezzi sicuri e versatili per il sollevamento di merci e persone, l'esperienza del suo personale unita agli eccellenti ascensori e montacarichi per la cantieristica del leader mondiale del settore Alimak. Con i macchinari del grande gruppo internazionale, il trasporto dei materiali e delle persone verrà notevolmente facilitato, grazie alle capacità degli ascensori di movimentare carichi fino a 3200 kg ad altezze che arrivano anche a 400 m. La diversa tipologia di prodotti disponibili risponde alle più diverse esigenze, dal cantiere più ridotto ai grandi progetti, alle ciminiere, fino alle imponenti strutture offshore.

Regina di fiori

«Gli ingredienti fondamentali per la sopravvivenza di un'azienda sono sempre gli stessi: passione, innovazione, perseveranza, lungimiranza e molto lavoro». Lo afferma Rosina Zuliani Sgaravatti

Alla scomparsa del marito, ha assunto la guida dell'azienda avviando un forte processo di internazionalizzazione con progetti in Ucraina, Georgia, Azerbaijan, Emirati Arabi Uniti, Qatar, Caraibi e altri Paesi. Oggi il Gruppo Sgaravatti conta 140 dipendenti e un fatturato di 9 milioni di euro, il centro nevralgico resta però in Sardegna dove opera attraverso tre garden center, oltre 33 ettari di vivaio e 2.500 mq di serre.

A coronare la sua carriera fatta di brillanti successi, due anni fa è arrivata la nomina di Cavaliere del Lavoro: cosa rappresenta per lei e che valore ha per la sua azienda?

«Far parte della prestigiosa famiglia dei cavalieri del lavoro è un onore, significa far parte di una comunità di imprenditori che condividono i valori di eccellenza, etica e responsabilità sociale. Questo riconoscimento non è solo personale, ma ha coinvolto l'intera azienda e ha motivato tutti a perseguire con determinazione gli obiettivi aziendali, a precorrere i tempi, ed ha rafforzato l'immagine e la reputazione aziendale».

Fare impresa in Sardegna non è facile. Come ci è riuscita e quali sono i più grandi ostacoli che ha dovuto superare?

«Fare impresa non è facile, non solo in Sardegna. Un imprenditore deve saper affrontare gli imprevisti e l'incertezza dei risultati delle scelte fatte, deve essere lungimirante, innovare e fare formazione continua. Nel nostro settore un ulteriore ostacolo, che fortunatamente ora non esiste più, era legato alla diffidenza nei confronti delle donne imprenditrici in agricoltura».

Investire nel verde oggi non ha solo un valore estetico ma significa anche e soprattutto credere alla sostenibilità. Qual è il vostro impegno in questo ambito?

«Il nostro impegno come società "verde" è molteplice: risparmio idrico con l'utilizzo di impianti di irrigazione adeguati, recupero e riutilizzo delle acque meteoriche, utilizzo di concimi organici e prodotti fitosanitari naturali, e nell'ambito dell'economia circolare valorizzazione e riutilizzo dei materiali vegetali di lavorazione. Naturalmente abbiamo a cuore la salute delle piante e la bellezza dei giardini che realizziamo. Sono certa che l'interazione con la natura offre alle persone una esperienza visiva e sensoriale che nutre l'anima e le connette con il ciclo della vita».

La cosiddetta "cecità verde" si è realmente attenuata?

«Purtroppo la "cecità verde" non si è particolarmente attenuata, ancora non si è arrivati alla piena consapevolezza che le piante sono esseri viventi e di conseguenza vanno trattate come tali riservando loro cure e manutenzioni adeguate. Non dobbiamo osservarle solo da un punto di vista estetico, ma riconoscere l'interconnessione tra il mondo vegetale e



la vita sulla terra. Come Assoverde- Kepos e Confagricoltura abbiamo dedicato il *Libro bianco del verde* all'importanza del verde per la salute sia fisica che mentale. Un altro argomento, al quale non si presta la giusta attenzione, che abbiamo trattato in collaborazione con l'orto botanico di Cagliari è il pericolo per la nostra biodiversità dovuto all'importazione, la coltivazione, l'utilizzo e la messa a dimora piante aliene invasive. Molta attenzione deve essere rivolta e alla scelta delle piante che dobbiamo utilizzare. È meglio sceglierle in base alla capacità di resistenza alle malattie, alla siccità, con forti radici per ancorarsi al suolo e adattarsi ai cambiamenti climatici. Devono resistere all'inquinamento, anzi ridurlo, producendo ossigeno e trattenendo le dannose polveri sottili».

Che cosa serve per mantenere una corretta e continua manutenzione delle aree verdi?

«Al primo posto certamente una buona progettazione, precisa ed attenta, segue poi la corretta esecuzione dei lavori da parte delle imprese. Tecnici, aziende e personale altamente specializzato con una profonda conoscenza dei siti, del suolo e delle caratteristiche climatiche consentiranno una corretta esecuzione con un corretto posizionamento degli alberi e dei cespugli. Personalmente dedico molta attenzione allo scavo per la messa a dimora delle piante perché consente lo sviluppo dell'apparato radicale che renderà più stabile la pianta. L'utilizzo di ancoraggi consentiranno ai giovani alberi di resistere ancora meglio alla forza degli eventi

meteorologici sempre più violenti. Un'irrigazione moderna con l'utilizzo delle migliori tecnologie garantiranno un adeguato apporto idrico, una lunga vita alle piante e un risparmio d'acqua notevole. Questi accorgimenti renderanno più facili anche le manutenzioni negli anni futuri».

Qual è il progetto che ha rappresentato la sfida più stimolante?

«Per quanto riguarda Sgaravatti Group ogni progetto e ogni lavoro è stimolante. Ma mi piace ricordare un recente progetto in collaborazione con l'università di Cagliari per lo studio la sperimentazione di nuove tecnologie naturalistiche, con l'uso di piante autoctone, per il recupero di suoli inquinati da metalli pesanti e idrocarburi. Il campo delle bonifiche ambientali con l'utilizzo di queste tecnologie "verdi" potrebbe diventare un importante mercato per la nostra azienda poiché le bonifiche sono necessarie sia in Italia che all'estero e molto in questo campo deve essere fatto. Dopo i risultati della sperimentazione pubblicati su importanti riviste scientifiche si sono avviate diverse partnership che sicuramente ci posizioneranno come protagonisti anche in tale ambito. Abbiamo già lavorato all'estero in diversi Paesi con condizioni climatiche molto differenti per realizzare parchi e giardini e questa nuova sfida per la gestione e risanamento dei suoli inquinati ci affascina molto». • **Cristiana Golfarelli**



Rosina Zuliani Sgaravatti, amministratore unico di Sgaravatti Geo

L'INTERAZIONE CON LA NATURA

Offre alle persone una esperienza visiva e sensoriale che nutre l'anima e le connette con il ciclo della vita



Biscotti fatti a regola d'arte

«Non può esistere un biscotto buono che non sia anche sano, così come non c'è un biscotto sano privo di bontà». A dichiararlo è Paolo Gentilini, presidente e amministratore delegato del rinomato biscottificio

La coesistenza tra processi industriali all'avanguardia e artigianalità è la strada che Paolo Gentilini persegue per accrescere il posizionamento della sua azienda, che ha già oltrepassato il traguardo dei 130 anni di attività e che da sempre mira ad un target costituito da tutti quei consumatori che ricercano solo prodotti eccellenti, il cui criterio di scelta non è basato sul prezzo, ma sulla qualità e sulle caratteristiche dell'offerta.

Cosa ricorda di suo nonno Pietro e che cosa è rimasto oggi dell'impronta da lui data all'azienda?

«Di nonno Pietro, essendo scomparso prima della mia nascita non ho ricordi diretti. Ho però ancora impressi i bellissimi racconti fatti da chi l'ha conosciuto. Era un vero genio del marketing, e oltre a inventarsi il famoso Trenino di frollini, fu il primo a far realizzare gadget per i suoi clienti, così come fu un precursore dei negozi in franchising. Oltre al proprio negozio in via del Corso aveva altri esercizi in zone strategiche di Roma, come piazza Colonna. Ha lanciato anche l'idea dei biscotti per la prima colazione in tutto il mondo. L'anima artigianale in Gentilini resta il motore dell'azienda. La ricercatezza della qualità, la passione, l'attenzione al cliente, l'esclusività dei prodotti e l'eleganza delle confezioni sono le caratteristiche ancora vive trasmesse da mio nonno. Portare a tutti il gusto, la bontà e l'equilibrio dei biscotti fatti a regola d'arte resta la nostra mission».

Quali strategie mettete in campo per fronteggiare il mercato?

«Oggi il mercato è molto competitivo, basta entrare in un supermercato qualsiasi per vedere quante tipologie di biscotti ci sono in commercio. Riteniamo che per far fronte alla competizione di mercato sia strategico continuare sulla strada della qualità e del gusto, rispettando la tradizione ma adattandosi alle esigenze e ai gusti delle nuove generazioni,

Paolo Gentilini, presidente e amministratore delegato dell'omonimo biscottificio



NOVITÀ DA GUSTARE

«Continueremo a puntare sul nostro cavallo di battaglia per cui stiamo realizzando una linea di Osvego con importanti novità in termini nutrizionali. Ci attende una golosa sorpresa per il Natale 2024: un prodotto lievitato al cioccolato»

mantenendo fede alla nostra originalità. Negli anni per adeguarci al mercato ad esempio abbiamo realizzato dei prodotti ai 5 cereali, al farro e senza zucchero. I nostri biscotti si distinguono per l'utilizzo delle migliori materie prime, sono prodotti partendo da ricette autentiche gelosamente custodite e tramandate e processi produttivi all'avanguardia. Abbiamo un rapporto solido con la nostra clientela, costruito accontentando le più svariate esigenze, anche il gusto più sofisticato».

I vostri biscotti sono intramontabili. L'utilizzo di prodotti esclusivamente italiani in che misura contribuisce?

«Le materie prime che usiamo, dal grano al latte, sono tutte rigorosamente made in Italy. Non potrebbe essere diversamente, visto che il cibo italiano è indice di qualità superiore, affidabilità e genuinità. La qualità della farina è un altro degli aspetti per noi imprescindibile, da essa dipende in buona parte il risultato dei nostri biscotti. Un'altra variabile importante è la situazione meteorologica: quando c'è tramontana i prodotti vengono meglio degli altri giorni, perchè non c'è umidità. La combinazione di queste particolarità rende i nostri biscotti unici. Siamo inoltre tra i pochi ad usare ancora il burro, nonostante l'impennata dei prezzi. Ci nutre anche la consapevolezza che la qualità si raggiunge con il metodo, con l'applicazione, con il talento. Certamente coltiviamo anche altri aspetti, dal contatto coi clienti, alla comunicazione con i consumatori, al marketing, ma se

non c'è la qualità non si va da nessuna parte».

Come sta andando l'andamento del vostro mercato?

«I rincari dell'energia per una produzione come la nostra che utilizza costantemente i forni si sono fatti sentire, non di meno quelli legati alle materie prime: dalle uova allo zucchero, fino al cioccolato che si sta rivelando ingrediente fondamentale per dare ai biscotti la dimensione del pasticcino. Siamo molto soddisfatti dei risultati ottenuti fino a questo momento ma vogliamo incrementarli».



Sul fronte dell'export come vi posizionate?

«Potremmo e vorremmo fare di più e stiamo studiando dei prodotti che si adattino meglio al mercato estero. Le vendite estere rappresentano circa il 5 per cento del nostro fatturato. Siamo in tutti i negozi della catena Eataly. Siamo presenti in Nord e Sud America, nel Regno Unito, in Sud Africa, in Cina e Giappone. Ci siamo posti l'obiettivo di raddoppiare il mercato internazionale raggiungendo una quota del 10 per cento, crescendo ulteriormente in Nord America, Regno Unito, Svizzera e Austria. In parallelo ai classici da colazione, guardiamo anche a prodotti legati alla ricorrenza o alla tradizione italiana che hanno un forte appeal all'estero: il panettone, primo tra tutti».

Quali novità potrete gustare?

«Continueremo a puntare sul nostro cavallo di battaglia per cui stiamo realizzando una linea di Osvego con importanti novità in termini nutrizionali. Ci attende una golosa sorpresa per il Natale 2024: un prodotto lievitato al cioccolato».

Da alcuni anni è stato nominato Cavaliere del Lavoro, che valore ha per lei e per la sua azienda questo importante riconoscimento?

«È stata una grande emozione e un onore essere stato nominato Cavaliere del Lavoro, questo riconoscimento vorrei dividerlo con chi mi ha preceduto, mio nonno prima e mio padre poi, che con tanto sacrificio, fatica, lavoro, impegno hanno reso possibile che quest'azienda prosperasse fino ad oggi».

Cosa consiglierebbe a chi si appropria al suo settore oggi?

«Per lavorare nel nostro settore occorrono molti capitali, tecnologia, passione e pazienza. A chi possiede queste armi consiglio di non demordere e non lasciarsi abbattere dalle congiunture del mercato. Questo è un lavoro che può dare delle grandi soddisfazioni».

• **Cristiana Golfarelli**

La cura per l'ambiente a 360 gradi

Cresce il mercato della generazione di energia da fonti rinnovabili e parallelamente aumenta l'attenzione per la mitigazione dell'impatto paesaggistico. Il punto di Giorgio Zuccaro, socio e amministratore dello studio F4 Ingegneria

Cura per l'ambiente in ogni sua accezione, sia che con il termine si intenda mitigazione dell'impatto paesaggistico che attenzione per il benessere lavorativo. È questa la filosofia che anima lo studio di F4 Ingegneria che vanta un team appassionato e multidisciplinare, composto da più di sessanta professionisti impiegati in diversi settori dell'ingegneria ambientale, energetica, idraulica e civile, ma anche nel campo di architettura, acustica, biodiversità e rifiuti. La società opera sia in Italia che all'estero ed è specializzata nella realizzazione di progetti sostenibili e non invasivi, nel rispetto del Pianeta e delle peculiarità di ogni singolo luogo oggetto di intervento. «Promuoviamo l'energia rinnovabile attraverso la realizzazione di progetti innovativi, rispettando i criteri di corretta progettazione civile, ambientale e paesaggistica, con il fine di minimizzarne gli impatti - precisa Giorgio Zuccaro. A questo scopo ci avvaliamo di strumentazione innovativa e specifica».

Lo studio conta una collaborazione continua con le principali realtà nazionali e internazionali del settore, così come un sempre crescente numero di progetti con una valutazione di impatto ambientale (VIA) positiva. Soltanto nell'anno 2023 sono stati presentati oltre 500 MW di progetti eolici, in aggiunta a 7 impianti BESS di stoccaggio dell'energia e oltre 200 MW di fotovoltaici. «La richiesta di mercato è in continua crescita perché il tema della sostenibilità ambientale è ormai all'ordine del giorno, così come quello della produzione di energia. L'Unione europea, lo Stato italiano e le varie Regioni si stanno orientando sempre più verso la realizzazione di impianti di produzione di energia da fonti rinnovabili e noi li supportiamo in questo processo di transizione. Abbiamo sposato questa filosofia che si è tradotta poi

F4 Ingegneria ha sede a Potenza
www.f4ingegneria.it



F4VOL4

Si tratta di un'area di coworking con baby care, in modo da offrire un servizio alle mamme e ai papà che lavorano nel nostro studio

nella concreta capacità di progettare ogni genere di impianto, riservando una particolare attenzione alla sostenibilità e all'impiego di tecniche volte al miglioramento degli habitat in cui poi questi impianti dovranno essere installati. Un esempio è rappresentato dalla creazione di corridoi ecologici che diventano veri e propri strumenti di coesione e in cui la natura riesce a mantenere inalterati i suoi delicati equilibri. In tal senso, prediligiamo gli impianti agrovoltai, ovvero di produzione agricola e fotovoltaica che coesistono sullo stesso terreno, costituendo quindi al contempo un sistema energetico ed agronomico. Questo rappresenta un passo in avanti rispetto ai tradizionali impianti fotovoltaici in termini di una maggiore sostenibilità ambientale,

compatibilità con i sistemi di coltivazione o allevamento e tutela del paesaggio».

All'interno dello studio, non a caso, ha trovato collocazione uno speciale ufficio che si occupa dell'inserimento ambientale. «Crediamo che sia un servizio utile per consentire ai committenti e alle autorità competenti in materia di VIA, di farsi un'idea precisa dell'opera. In sintesi, simuliamo la realizzazione dell'impianto e dell'habitat circostante attraverso le immagini, una foto dello stato attuale dei luoghi e rendering con l'installazione dell'opera ed eventualmente con interventi di mitigazione ambientale che solitamente consistono nella piantumazione di specie arboree o arbustive autoctone, così da limitare l'impatto paesaggistico e visivo derivante dall'inserimento degli impianti. Oltre a ciò,

offriamo anche un servizio di modellazione 3d che consiste nella ricostruzione di un modello tridimensionale dell'opera inserita nello specifico contesto. Ciò consente di poterla visualizzare sotto ogni punto di vista; spesso e volentieri forniamo alle amministrazioni anche un video, una sorta di realtà virtuale visionabile su qualsiasi computer dai clienti e dai tecnici delle autorità pubbliche che dovranno valutare l'opera».

Attenzione all'ambiente si traduce però anche nella garanzia di un contesto lavorativo sereno, dove la produttività è direttamente collegata al benessere dei collaboratori. È in questo senso che è stato realizzato F4VOL4 (letto Favola), un baby-care annesso allo studio di ingegneria. «Si tratta di un'area di coworking e baby care - spiega Giorgio Zuccaro - che offre un servizio alle mamme e ai papà che lavorano nel nostro studio ed è finalizzato a migliorare l'equilibrio vita-lavoro. Per una giornata o una mezza giornata i bambini vengono seguiti da educatrici che utilizzano il metodo montessoriano. Qui possono studiare e trascorrere il loro tempo divertendosi in completa serenità». • **Luana Costa**



Un approccio multidisciplinare

Il team dello studio di ingegneria vanta variegate competenze multidisciplinari. Ci sono ingegneri civili, geologi esperti in indagini o sondaggi ma anche geologi esperti in interpretazione di indagini. Poiché il core business è rappresentato dalla transizione ecologica vi sono anche ex docenti di Università esperti in sistemazione di bacini idrografici, rischio idraulico o specializzati in bonifica dei siti industriali ma anche in ingegneria sanitaria e modellistica ambientale applicata. «A tal proposito - sottolinea Zuccaro - siamo diventati talmente esperti da erogare ore di formazione ad altri professionisti. Sulla base della nostra esperienza, abbiamo elaborato una serie di modelli e metodi di calcolo per stimare l'impatto ambientale di qualsiasi tipologia di opera soprattutto degli impianti di produzione di energia».



Curiamo e valorizziamo tessuti storici e moderni con alta competenza aggiornata alle più attuali tecnologie. Seguiamo con attenzione l'esposizione di collezioni dei tessuti e costumi di grandi musei e maison internazionali di moda.

Animiamo gli abiti di nuova vita con l'arte della vestizione che conferisce la foggia più corretta per l'esposizione.

La conservazione
è il presupposto
del nostro *operare*



LABORATORIO
DI CONSERVAZIONE
E RESTAURO TESSILE

via Rocco Benini, 12 C
50013 Campi Bisenzio (Firenze)
telefono: + 39 055 8951692
restauro.tessile@operalaboratori.com

opera
LABORATORI

www.operalaboratori.com

L'ultima frontiera della progettazione integrata

Sostenibilità, innovazione tecnologica e bellezza architettonica sono le peculiarità che contraddistinguono Themenos Progetti, società di ingegneria e architettura, guidata dall'architetto Giuseppe Cometa

La grande rivoluzione (ancora in atto) del XXI secolo nel campo dell'edilizia è legata alla progettazione integrata ossia alla capacità di far convergere in maniera virtuosa all'interno del progetto le conoscenze e i requisiti relativi ai differenti aspetti del costruire.

Themenos Progetti Srl, società di ingegneria e architettura con sedi a Palermo, Milano e Roma, si avvale di un team interdisciplinare in grado di affrontare tutti gli aspetti dell'attività professionale, dalla creazione del concept alla progettazione impiantistica e strutturale con una particolare attenzione alla sostenibilità ambientale degli interventi e all'utilizzo di tecnologie green.

Recentemente è stata inserita tra le prime 200 società di architettura e design in Italia dal Re-



LA PERSONA AL CENTRO

Nello sforzo verso la definizione del progetto spinto dal Bim, Themenos ha messo l'uomo a misura del suo mondo, con le sue necessità, desideri, visioni, ambienti, rendendo i progetti human centered

disciplinare sono i capisaldi della progettazione integrata, ma è la nostra passione che fa la differenza, quell'input umano che spinge un progettista verso l'eccellenza e la bellezza; qualità della progettazione, sostenibilità e saving economico sono la cifra professionale che contraddistingue l'attività di Themenos e che ha permesso alla società una crescita graduale e costante. I nostri clienti trovano in noi un punto di riferimento in grado di seguire tutti gli aspetti della progettazione integrata: dal rilievo topografico fino al collaudo di strutture e impianti, dalla prevenzione di incendi alla sicurezza dei cantieri e direzione dei lavori».

Da cosa è rappresentato il core business?

L'architetto Giuseppe Cometa, direttore commerciale della Themenos Progetti
www.themenosprogetti.com



port 2023 della Guamari. Themenos annovera clienti pubblici e privati di rilevanza nazionale e internazionale e si è adeguata nel tempo agli standard di qualità più elevati, dotandosi di un sistema certificato di gestione qualità Uni En Iso 9001 - 14001 - 45001 e di un sistema certificato di gestione Bim Uni PdR 74:2019. Grazie a un sistema collaudato di condivisione e multidisciplinarietà, un network di professionisti e consulenti altamente qualificati, Themenos ha sviluppato commesse diversificate e complesse, gestite in varie regioni d'Italia, perseguendo l'obiettivo della qualità e dell'eccellenza.

Quali sono i vostri punti di forza?

«Per Themenos il tema della qualità e del controllo del progetto è sempre stato fortemente sentito; ogni progetto è un'opportunità di crescita e di miglioramento. Il controllo parte dalla conoscenza e dalla mappatura dei materiali: qualità fisiche, estetiche e ambientali; il modello racconta l'esistente e definisce il progetto spingendosi fino al dettaglio in scala costruttiva. La competenza e l'approccio inter-

il committente può anche eseguire le successive opere di manutenzione dell'immobile con grandi vantaggi economici. Il tema del costruire nel costruito è stato ampiamente declinato in Bim nel restyling della Residenza universitaria R.U.M.E di Palermo, in cui la rifunzionalizzazione dell'auditorium, dalle forti valenze formali, è diventata il life motiv dell'intero intervento. L'approccio Bim si fonde perfettamente con temi green e valori cari a tutto il nostro team, come la progettazione ecosostenibile e Nzeb, ottenuta con l'applicazione di Cam e protocolli di sostenibilità. La vision del cliente diventa materia di progetto fino al raggiungimento degli obiettivi prefissati. La nostra visione si è totalmente riconosciuta per esempio nell'ultimo grande impegno di Poste Italiane Spa di cui siamo partner a livello nazionale per la realizzazione del progetto Polis e coworking, nei quali la metodologia Bim è strumento di controllo progettuale e gestionale. Nello sforzo verso la definizione del progetto spinto dal Bim, Themenos ha messo l'uomo a misura del suo mondo, con le sue necessità, desideri, visioni, ambienti, rendendo i progetti human centered».

Siete molto impegnati anche in materia di sostenibilità.

«Da sempre dedichiamo una particolare attenzione alle problematiche ambientali. I nostri progetti tengono conto in primis dell'efficiamento energetico e utilizzano prodotti certificati Cam. Cerchiamo di fare edifici che consumano pochissima energia. In questo contesto, è in fase di cantiere nella zona industriale di Alcamo un edificio ad alta innovazione digitale, realizzato con la progettazione ecosostenibile e Nzeb - ovvero a consumo energetico quasi nullo -, grazie ad accorgimenti tecnologici e impiantistici. Di recente abbiamo ricevuto una certificazione riguardo alla parità di genere: un'ulteriore dimostrazione di come il tema della sostenibilità non venga abbracciato soltanto nei progetti di cui si occupa, ma anche all'interno della politica aziendale».

• **Guido Anselmi**

Le gare pubbliche

Themenos non si occupa tuttavia soltanto di clienti privati, infatti possiede anche una struttura dedicata alle gare pubbliche. In questo contesto, la società sta al momento collaborando con Enav per la progettazione di una torre radar con annessi servizi negli aeroporti di Palermo Falcone e Borsellino e di Pantelleria. Sempre con Enac, Themenos si sta occupando anche della realizzazione sull'isola di Pantelleria di una torre radar provvista dei servizi ausiliari.

È importante notare che solitamente queste opere prevalentemente tecnologiche sono diventate per Themenos occasioni di progettazione architettonica, con grande attenzione alla sostenibilità.

Da Terni, un inno alla vita e all'amore

Claudia Angelica Mariani ci racconta l'affascinante storia del prozio Dante Toni, fondatore dello storico Hotel de Paris di Terni, di cui oggi è la titolare. Qualità, comfort e atmosfera familiare sono i pilastri su cui continua a puntare anche la nuova generazione

Terni, cuore pulsante dell'Umbria, meglio conosciuta come città di San Valentino, riserva inaspettate testimonianze di ogni epoca ed eccellenti esempi di riutilizzo degli impianti industriali dismessi. Arrivati nel centro storico, è quasi d'obbligo entrare nella Basilica di San Valentino dove riposano le spoglie del santo protettore degli innamorati e che ha origini antichissime.

Meta eccellente per fermarsi è l'Hotel de Paris che, tra le numerose qualità, vanta una posizione strategica nel centro della città e nei pressi della stazione ferroviaria. Trovandosi vicinissimo alla Piazza Tacito, l'albergo dista circa 10 minuti a piedi dal centro di Terni e permette di raggiungere velocemente le attrazioni culturali della zona, come il Museo archeologico di Terni, il Museo d'arte moderna e contemporanea e la Chiesa di San Cristoforo.

«La nostra storia - spiega la titolare Claudia Angelica Mariani - parte da un uomo che non si è mai accontentato e ha voluto emigrare e lavorare per diventare qualcuno. La nostra è un'impresa familiare, fondata da un mio prozio, Dante Toni, che ha lavorato in varie parti del mondo e che grazie alle sue capacità professionali fu nominato cavaliere di Malta e cavaliere del lavoro. Non posso parlare del mio lavoro senza prima raccontare la sua affascinante storia, senza la quale non ci sarebbe mai stato l'Hotel de Paris».

Partiamo dalle origini, allora. Chi era Dante Toni?

«Dante aveva ereditato la passione per questo lavoro da suo padre, creatore e direttore del famoso e lussuoso ristorante di Milano

Cova. Cominciò a lavorare nei grandi alberghi partendo dalle mansioni più modeste, come lucidare pentole di rame con sughero bruciato. Raccontava sempre commosso i suoi anni all'Excelsior di Roma, all'Hotel di Golf a Douville, al Savoia di Londra, all'Ambasciatori di Parigi, al Majestic a Chamonix, all'Hotel d'Orient a Mentone, all'Aumiroutè in Costa Azzurra. Infine Calcutta. Passò anche qualche anno a Roma come direttore dell'albergo Ludovisi. Solo nel 1946 tornò a Parigi a lavorare all'Hotel Adelphi e fu così tanto amato dai proprietari dell'albergo che decisero poi di donarglielo. Dante si sposò con Marie Antoniette Martoglio, prima ballerina del Lidò, purtroppo però lei prese il tifo dopo un tour in India e i dottori le diedero solo sei mesi di vita. Lo zio fece tutto il possibile e grazie a un cliente americano che era un dottore la portarono in America e la curarono. Decisero poi di tornare a Terni e nel 1959 iniziarono a lavorare per costruire un hotel, chiamandolo Hotel de Paris, per non dimenticare mai il suo legame con Parigi. Nel frattempo Dante fece da mecenate agli artisti del luogo che per ringraziarlo gli donarono numerose opere tra cui il quadro di Mirimao che ritraeva la moglie mentre lava e la torre Eiffel ora esposti nella hall».

Quali aspetti della sua personalità l'hanno maggiormente colpita?

«Dante amava dire che non aveva mai spinto i suoi desideri al di là delle sue reali possibilità e solo con serietà, una memoria di ferro, decisione e calma si può fare questo mestiere. Fu un uomo dei primi anni del 900: eclettico, sempre disposto a imparare, incapace di fermarsi. A lui sono seguiti mio nonno e in seguito mia madre, che hanno ereditato

le sue qualità. Tutti loro sono stati uniti da una visione cosmopolita, sono stati capaci di lasciare ricordi nelle persone ma anche nella città. Mi rende felice che chiunque io incontri ricordi ciascuno di loro sorridendo. Mio nonno fu anche un pittore e disegnò i giardini della Passeggiata di Terni; a lui è succeduta madre, psicologa, che decise di mandare avanti l'attività in un'epoca in cui non c'era ancora né la figura né l'idea di un'imprenditoria femminile: fu determinata e capace nel portare una grande ristrutturazione all'hotel, consolidandolo quale punto di riferimento per eventi di ogni tipo. Accolse figure come Pippo Baudo, Alberto Sordi, Alberto Tomba, Maria Grazia Cucinotta, Roberto Benigni e tutto il suo cast durante le riprese de "La vita è bella", facendo girare anche molte scene di diversi film all'interno della struttura. Organizzò cene con associazioni creando menù ispirati ai pianeti, serate jazz e anche con rivisitazioni storiche imbandendo ad esempio un banchetto medievale della sua città natia Narni con tutti i figuranti in costume e pietanze medievali. Mostrò sempre una grande apertura e disponibilità verso tutti».

Oggi lei ha preso le redini dell'azienda: quali innovazioni ha portato?

«Nel 2023 l'azienda ha subito un cambio imposto dalla vita. Io, in seguito all'improvvisa morte di mia mamma Annamaria Trastulli, sono diventata amministratrice dell'hotel. Ho deciso di apportare un cambio generazionale a tutti i comparti favorendo in particolare l'assunzione di donne sotto i 40 anni e facendo contratti a tempo indeterminato. Sono diversi anni che lavoro in un settore pieno di uomini e sento da circa 12 anni la famosa frase "largo ai giovani", ma non ho quasi mai visto una persona più adulta fare quel largo. Cedere il posto. Avere la pazienza di insegnare. E dare il tempo di imparare. Sono stata molto fortunata perché la maggior parte di quello che conosco mi è stato insegnato da mia madre e mio padre. I miei genitori sono state persone intelligenti e mi hanno sempre sottolineato quanto fosse importante l'istruzione e quanto ci sia



Claudia Angelica Mariani, titolare dell'Hotel de Paris ha sede a Terni - www.hoteldeparis.it

continuamente da apprendere da ogni cultura, è da loro che deriva la mia passione per i viaggi, l'arte e la cultura. Ho scelto da donna di dare spazio alle donne. Non è un caso che in azienda il 70 per cento degli occupati sia donna e il 60 per cento siano under 40. Mi è stato insegnato che solo attuando un cambiamento con i fatti è possibile realizzarlo. Sono consapevole che ho ancora molto da imparare e mi sono circondata di un team di professionisti di grande qualità, il cui lavoro unisce passione e risultati. Il turismo deve far scoprire un mondo che non si conosce, incuriosendo e anche raccontando noi stessi, la storia del nostro territorio. La nostra storia è sicuramente un po' bizzarra. Ma è come noi. Incapace di accontentarci. Un po' giramondo. Un po' affamati di vita. Senza dubbio è ciascuno di noi, tutti diversi e tutti più che mai simili. D'altronde è stata sempre questa la nostra fortuna: la libertà di poter essere diversi». • **Cristiana Golfarelli**

LARGO ALLE GIOVANI DONNE

Ho deciso di apportare un cambio generazionale a tutti i comparti favorendo in particolare l'assunzione di donne sotto i 40 anni e facendo contratti a tempo indeterminato



Accoglienza e buona tavola

Ubicato nel centro della città di Terni, a 350 metri dalla stazione ferroviaria e a breve distanza in auto dalla Cascata delle Marmore, l'Hotel de Paris, che si sta rinnovando anche in base ai nuovi criteri di risparmio energetico e sostenibilità, offre un soggiorno di totale relax, con ampie camere climatizzate, piatti della cucina umbra e trattamenti estetici su prenotazione. L'albergo offre 55 camere e 2 suites, arredate con cura e con ogni tipo di comfort. Tutte le camere includono comfort come il servizio in camera 24 ore su 24 e l'aria condizionata, oltre a utili dotazioni come casseforti e camere insonorizzate. L'hotel offre anche un ottimo rapporto qualità-prezzo. Il ristorante La Lumière dell'albergo serve i piatti tipici locali e i classici della cucina italiana, accompagnati da una vasta gamma di vini pregiati, in un'elegante sala dagli arredi classici.

L'Intelligenza artificiale al servizio della pianificazione aziendale

Con Luca Calabrese, uno dei fondatori di LCS, azienda specializzata in soluzioni IT per semplificare la gestione e migliorare la produttività delle imprese, alla scoperta delle possibili applicazioni d'uso di uno strumento non elitario

L'Intelligenza Artificiale promette di diventare quello che Industria 4.0 è stata per il mondo delle imprese negli ultimi dieci anni. Le percentuali di applicazione sono ancora piuttosto basse, ma c'è tanta curiosità, moltissime aspettative e più di qualche paura, a fronte di poche vere informazioni e troppi luoghi comuni. Per questo è fondamentale interfacciarsi con esperti, che possano mettere le loro competenze tecniche al servizio delle reali esigenze delle aziende. Tra gli operatori di settore c'è LCS - Liguria Consulting Solutions Srl, società aderente a Polo Sosia, Confindustria, Dixet, Siit, nata dall'unione di un gruppo di ricercatori e laureati in informatica. L'obiettivo è quello di aiutare le imprese a migliorare la produttività e semplificare la gestione dei loro processi attraverso l'innovativa tecnologia AI che porta il nome di Smart Helper. L'azienda collabora attivamente con il Dipartimento di Informatica dell'Università di Milano e altri gruppi universitari. «La nostra grande sfida – spiega Luca Calabrese, uno dei fondatori – è far comprendere come l'utilizzo dell'AI possa aiutare le aziende a raggiungere obiettivi più grandi, semplificando il lavoro e al contempo valorizzando le risorse coinvolte».

Quali sono le aspettative realistiche e quali le paure infondate legate all'introduzione AI nei processi aziendali?

*I titolari di LCS - Liguria Consulting Solutions Srl
www.itlcs.com*



LE APPLICAZIONI

Abbiamo acquisito specifiche competenze sul tema Intelligenza artificiale per supportare le aziende nell'automatizzare attività ripetitive, facendo apprendere alle macchine i modus operandi dell'uomo



«Stiamo abbracciando l'Intelligenza artificiale per supportare le aziende nell'automatizzare attività ripetitive, facendo apprendere alle macchine i modus operandi dell'uomo. È irrealistico pensare di poterla applicare in maniera efficace e veloce a tutti gli ambiti. Dopo esperienze con grandi gruppi, abbiamo verificato dei margini di efficacia molto interessanti nelle attività di pianificazione, in cui il responsabile delle risorse umane deve decidere chi fa cosa. Si tratta di attività ad alto tasso di ripetitività, che fanno perdere tanto tempo e caricano di responsabilità una singola persona, chiamata a valutare una marea di variabili gestite per approssimazioni. Con l'intelligenza artificiale deleghiamo alle macchine questo lavoro. Questa è l'AI che sgrava l'uomo da attività prive di valore aggiunto, consentendogli di essere valorizzato per quello che sa fare. Non a caso, nessuno degli operatori coinvolti nell'applicazione di questa innovazione si sente svalutato, ma al contrario supportato nello svolgimento di una mansione non gratificante. Sul timore che l'AI possa sostituire la creatività umana, siamo ancora lontanissimi».

Il settore produttivo italiano è pronto all'introduzione dell'AI?

«Siamo ancora all'inizio e stiamo vedendo dinamiche che replicano quello che è successo con l'introduzione della digitalizzazione, quando le aziende andavano avanti a fogli di calcolo e poco altro. Oggi alcune imprese percepiscono l'intelligenza artificiale come uno strumento per pochi. Le nostre soluzioni dimostrano proprio il contra-

rio. In particolare, il nostro Smart Helper, che offre un'esperienza evoluta di pianificazione proponendo la migliore soluzione in modo automatico, è pensato per risolvere i problemi anche di piccole aziende composte da poche persone. Per esempio, nel caso di un nostro cliente che opera nel settore fotovoltaico, Smart Helper è stato ottimizzato per pianificare quali tecnici inviare ai clienti in base a competenze specifiche. Bisogna sfatare il falso mito per cui l'intelligenza artificiale equivale a un onere di centinaia di migliaia di euro. Si possono avere ottime soluzioni anche con investimenti minimi che solitamente si ammortizzano recuperando tempo prezioso per le proprie risorse umane, che possono quindi essere orientate verso attività più utili».

Da qui a dieci anni che impatto avrà l'AI sulle aziende?

«Immagino aziende più efficienti, che possano dare più spazio a ricerca e sviluppo senza perdere tempo in operazioni ripetitive. In quest'ottica l'intelligenza artificiale sarà un valido supporto nella quotidianità delle varie mansioni nelle PMI come nelle grandi aziende».

Quali sono i prossimi sviluppi dello Smart Helper?

«Attualmente il nostro software è in grado di assegnare, in automatico, l'attività alla risorsa più adatta tenendo in considerazione una serie di caratteristiche e vincoli. I prossimi passi riguarderanno un'implementazione volta a fornire una sequenza procedurale su quella specifica attività, in modo da essere di supporto alla risorsa coinvolta. In estrema sintesi, lo Smart Helper indicherà come eseguire quella attività grazie all'utilizzo dell'AI generativa». • AC

Primo passo, la formazione

Si parla tanto di Intelligenza Artificiale, ma gli imprenditori sanno poco di concreto. Per questo LCS ha messo in campo il Progetto DIP - Digitalizzazione Intelligente Personalizzata. Si tratta di un programma di formazione sull'AI che ha l'obiettivo di istruire i dipendenti delle imprese a trovare il giusto e più proficuo approccio nei confronti della digitalizzazione e di sfruttare appieno le potenzialità dell'Intelligenza Artificiale.

«Molte aziende, dopo la rivoluzione della digitalizzazione, cominciano ad avere difficoltà a capire qual è stato l'investimento migliore – sottolinea Luca Calabrese – e hanno il terrore di imboccare la strada sbagliata rispetto alle tante proposte in tema di AI. Per questo, il rapporto con i nuovi clienti inizia con una consulenza gratuita e senza impegno per capire come aiutare l'impresa. Molte aziende ci richiedono corsi di formazione intensivi di due giorni per far capire ai referenti dei vari processi aziendali cos'è l'AI e per cercare di immaginare insieme come può aiutarli rispetto a specifiche criticità. Per rispondere a questa domanda crescente di formazione, abbiamo in programma nei prossimi mesi anche webinar settoriali, dedicati, per esempio, al settore manifatturiero, in cui non parleremo di cosa può fare l'AI per le criticità specifiche della singola azienda, ma per quelle ricorrenti nel settore».

L'affidabilità prima di tutto

Lo studio Lord Group di Treviso vanta una competenza ventennale nella progettazione meccanica, di cui copre gli aspetti più variegati. Con efficienza e affidabilità riesce ad offrire un servizio completo, come spiega il titolare Denis Meneghin

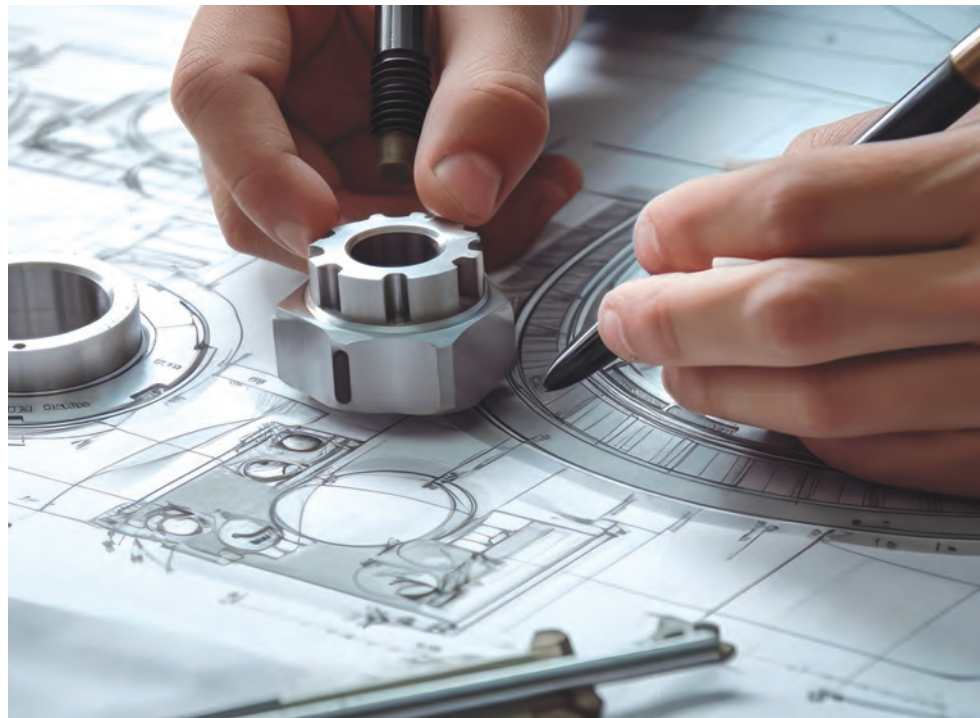
La progettazione meccanica è il processo che porta dall'idea di partenza alla stesura del disegno esecutivo: il percorso che collega questi due punti non è mai una strada dritta, lineare, ma è un tragitto spesso impervio, pieno di ostacoli, con mille alternative tra cui trovare quella giusta.

«Una buona progettazione, legata a una buona comunicazione, è la base per la realizzazione di ogni progetto: questa frase - spiega Denis Meneghin - sintetizza la filosofia che contraddistingue il nostro lavoro ed è stata il concetto chiave sul quale abbiamo lavorato in questi anni a fianco dei clienti che hanno contribuito a rafforzare questo nostro pensiero e a darci nuovi stimoli di crescita. Abbiamo un'esperienza pluriennale nel campo della progettazione meccanica, dell'engineering di prodotto, della consulenza tecnica e coaching a servizio dell'industria metalmeccanica».

Lord Group è un'azienda in forte crescita, rivolta a medie e grandi aziende, è nata nel 2013 come Studio Denis Meneghin, per poi continuare a svilupparsi e diventando nel 2021 Lord Group; si occupa di progettazione meccanica, sviluppo e modellazione 3d e 2d di componenti, macchinari che compongono un impianto automatizzato, mediante l'utilizzo di software: Solid Work, Solid Edge, Inventor, Creo e Autocad. Inoltre l'azienda è specializzata in reverse engineering: lettura di un disegno tecnico cartaceo e Cad o rilievi fisici con strumenti di alta precisione, ai fini di replicarlo o apportare modifiche o miglioramenti.

Tra i servizi offerti dall'azienda, troviamo l'analisi strutturale Fem che consente di esaminare il comportamento di strutture e macchinari anche molto complessi, attraverso un processo di scomposizione e suddivisione in tanti piccoli elementi facilmente calcolabili. Ricerca e sviluppo sono aspetti fondamentali

Lord Group ha sede a Villorba (Tv)
www.lordgroup.it



PROFESSIONISTI DEDICATI

Ogni progettista è responsabile a 360 gradi del suo cliente e lo segue dalla fase iniziale del progetto alla sua realizzazione finale

per l'azienda, che studia continuamente le soluzioni più idonee, allineate agli obiettivi del cliente, ascoltando, sviluppando e innovando prodotto, la macchina o l'impianto. «Intraprendiamo un aggiornamento costante sulle soluzioni più innovative attraverso i canali engineering e le riviste di meccanica. Affidabilità, qualità, velocità di esecuzione dei progetti sono tra i nostri punti di forza - continua Denis Meneghin -. I nostri collaboratori sono tutti senior, grazie a questo possiamo garantire un servizio di altissima qualità e velocità di esecuzione dei progetti. Noi lavoriamo ad obiettivo, cioè grazie alle competenze acquisite negli anni nel coaching affianchiamo il cliente, come Virgilio con Dante, accompagnandolo nel determinare

l'obiettivo finale». Ogni progettista è responsabile a 360 gradi del suo cliente e lo segue dalla fase iniziale del progetto alla sua realizzazione finale. Lo gestisce in tutta autonomia, nel determinare l'obiettivo, i tempi, gli incontri di controllo del progetto, in poche parole lo segue in tutto e per tutto. «Ci dedichiamo al progetto in tutti i suoi aspetti: dall'idea embrionale alla sua realizzazione, dallo studio di fattibilità al collaudo, dalle prime bozze fino alla più completa soddisfazione del cliente». La strategia su cui si basa lo studio di Denis Meneghin è quella della condivisione del pensiero nella fase analitica, mantenendo attivo e costruttivo il rapporto di fiducia con il cliente, consultandolo e affiancandolo verso la soluzione più efficace di progettazione macchine e impianti industriali. «Il metodo è un altro dei punti di forza dell'azienda, l'approccio iniziale con il cliente è quello di capire la modalità operativa interna, adattandoci ai

metodi progettuali e di gestione per poi, una volta creata la sinergia, portare la nostra esperienza personale consigliando strade più innovative ed efficaci - spiega il titolare -. Essendo attenti a una continua formazione professionale, possiamo fornire consulenze puntuali legate all'operatività nel settore alle aziende che ne hanno necessità o che sono in fase di cambiamento. In fase analitica, grazie alla nostra esperienza progettuale in molti campi industriali, creiamo le basi iniziali dell'intero progetto individuando i gruppi funzionali idonei all'automatizzazione del processo richiesto. Una Wbs (work break down structure) molto frazionata ci permette di verificare subito le criticità dell'intero progetto e di individuare funzioni già affrontate e risolte. Questo crea i presupposti per una programmazione efficace e precisa, permettendoci di definire il numero e la tipologia di risorse adatte a sostenere le esigenze. Siamo sempre in grado di consigliare i processi produttivi più idonei».

Lo studio opera con strumenti informatici di ultima generazione. I server sono protetti da firewall ed effettuano quotidianamente una copia in mirroring sia in sede che fuori sede, in modo da garantire un salvataggio corretto e sicuro dei dati sensibili del cliente.

• **Guido Anselmi**



L'importanza della realtà aumentata

Per Lord Group la condivisione dei progetti con il cliente è la cosa più importante. Ogni giorno si chiede come migliorare la propria comunicazione nell'espore il progetto nel modo migliore.

A tal fine viene inviato al cliente un file di realtà aumentata così da avere la possibilità di aprirlo anche semplicemente con uno smartphone e toccare con mano il progetto. Questo permette anche di evitare eventuali perdite di tempo in fase di sviluppo e, allo stesso tempo, di raggiungere l'obiettivo prefissato con maggior qualità.



Gli specialisti del pane decorticato

Con PanPiuma, l'azienda Arte Bianca ha realizzato e immesso sul mercato italiano il primo pane senza crosta, prodotto di grandissimo successo che ha rivoluzionato il mondo dei sostituiti del pane fresco

Morbidissimo, così facile da digerire e, ovviamente, senza crosta, il PanPiuma è un'invenzione straordinaria che ha da subito incontrato il favore dei consumatori anche più attenti, e che ha permesso all'azienda Arte Bianca di ottenere una posizione di rilievo in un segmento di mercato molto competitivo. In mezzo a colossi alimentari e multinazionali del cibo, infatti, è questa azienda di matrice artigianale, nata in provincia di Venezia ormai 60 anni fa, a contraddistinguersi come leader del settore, grazie a un'offerta iper specializzata e a una costante voglia di innovare. Giunta alla sua seconda generazione, a oggi Arte Bianca è un gruppo imprenditoriale solido e maturo che si differenzia per dinamismo e capacità di adattarsi al mercato. Sotto la guida di Massimiliano Anzanello, la società ha ampliato il proprio organico esplorando anche quote di mercato estere, investendo nella ricerca e mantenendo sempre standard di altissimo livello.

Punto di riferimento nella produzione di pane senza crosta e con una struttura industriale estremamente solida, la vostra società è a oggi leader di settore. Come nasce Arte Bianca?

«La nostra azienda nasce grazie a alla felice intuizione di mio padre, fondatore e attuale proprietario della società, Adriano Anzanello. Figlio di panificatori, nel 1968, infatti, ha inventato il sistema per decorticare il pane da pane fresco, e non da pane raffermo. Questa novità assoluta ha rivoluzionato tanto il sistema industriale, quanto quello artigianale, portando alla produzione di pane in cassetta senza crosta, capace di rispondere alle esigenti richieste di un consumatore che stava cambiando».

Negli anni la vostra azienda è cresciuta in maniera organica, specializzandosi sempre più in questa direzione anche grazie a una

Adriano e Massimiliano Anzanello alla guida dell'azienda Arte Bianca di Mestre (Ve)
www.panpiuma.it



PICCOLA MA RIVOLUZIONARIA

In mezzo a colossi alimentari e multinazionali del cibo, è Arte Bianca, azienda di matrice artigianale, nata in provincia di Venezia ormai 60 anni fa, a contraddistinguersi come leader del settore

vision moderna e a un team coeso, quali sono i vostri canali di distribuzione?

«Rispondendo alle necessità di un pubblico sempre più ampio e internazionale, abbiamo pianificato importanti investimenti in direzione di una crescita dell'export del 25 per cento nei prossimi 5 anni. Attualmente vendiamo in diversi paesi europei quali la Germania, la Francia e la Spagna e abbiamo anche delle ottime soddisfazioni dal mercato statunitense. Il nostro core business è la Gdo e il canale discount, dove realizziamo circa il 98 per cento del nostro fatturato. Il nostro obiettivo è continuare a mantenere una posizione da leader di categoria nel mondo del pane decorticato, per questo conti-

nuiamo costantemente a innovare esplorando prodotti e mercati, senza mai fermarci».

Questa costante ricerca d'innovazione e di qualità si traduce anche in una ricerca di tecnologia?

«Ovviamente, anche se per noi la cosa più importante è la nostra filosofia produttiva, questa è la vera tecnologia che ci differenzia. Attualmente possiamo definirci gli specialisti del pane senza croste in Italia. Infatti, la nostra è l'azienda più all'avanguardia che esista in questo settore, anche se confrontata con i grandi gruppi industriali, e abbiamo fatto negli ultimi 10 anni investimenti per oltre 20 milioni di euro. Per avere la nostra varietà di proposta e lavorare per l'eccellenza in un settore che già ci vede leader,

dobbiamo mantenere standard sempre molto elevati. A questo scopo, la ricerca, la competenza e la tecnologia sono vettori imprescindibili. Attualmente abbiamo una superficie produttiva di circa 5000 metri, composta da due linee di produzione e sei linee di taglio e confezionamento, dove riusciamo a produrre diverse referenze in termini di grammature e di formato».

Pensati per diverse tipologie di consumatori, i vostri prodotti si contraddistinguono per essere sani e di altissima qualità. Cosa differenzia PanPiuma dagli altri pani decorticati?

«I nostri prodotti panificati hanno una lunga lievitazione naturale senza l'aggiunta di zuccheri, affatto forzata, si traduce in una maggiore gradevolezza e in una migliore digeribilità, dovuta a processi e a tempi più naturali. Per questo il nostro PanPiuma è così buono. Abbiamo un'offerta molto ampia, da quello arrotolabile al PanPiuma Bio, dal formato pocket a quello di grano tenero e grano duro da 400 gr, il prodotto più venduto sul mercato». • **Andrea Mazzoli**



In continua evoluzione

Con sede a Mestre in provincia di Venezia, l'azienda Arte Bianca Srl ha rivoluzionato il mercato alimentare inventando nel 1968 il sistema per realizzare pane decorticato da pane fresco. Grazie a importanti investimenti tecnologici e a una costante ricerca di prodotti capaci di soddisfare un mercato sempre più esigente, la società il cui fatturato si aggira intorno ai 40 milioni all'anno, ha conquistato una posizione apicale nel settore, non smettendo mai di innovare. Tra le oltre 20 referenze di pane senza crosta, attualmente l'azienda ha lanciato il primo pane senza crosta proteico. Dopo otto mesi di ricerca e sviluppo, l'azienda è approdata a questa novità PanPiuma, realizzato senza latte e senza farine animali, quindi perfettamente digeribile, che contiene il 20 per cento di proteine in più rispetto un normale PanPiuma e ben il 35 per cento di carboidrati in meno rispetto alla media dei pani decorticati.

Il Cavaliere “conservatore”

Per il settore in cui dispensa qualità e valore, quello delle conserve ittiche, e per la capacità di preservare l'antica lavorazione artigianale del pesce, può definirsi così Adolfo Valsecchi. Un “filantropo” industriale in terra sarda

Responsabile lungo tutta la catena del valore, trasparente verso i consumatori, rispettosa delle persone e dell'ecosistema in cui opera. Incarna gli attributi di chi la guida Generale Conserve, gruppo leader nel mercato del tonno di alta gamma con il marchio AsdoMar che nelle mani di Adolfo Valsecchi ha innescato da almeno 15 anni un circolo virtuoso. Riconvertendo un sito industriale di Olbia prossimo alla dismissione, salvaguardando l'occupazione in terra sarda e rilanciando su scala internazionale un'azienda nel segno dell'ammodernamento tecnologico e della qualità sostenibile. Una storia coronata due anni fa dalla gratificazione personale della nomina a Cavaliere del lavoro, accolta «con grande emozione e gioia, come l'avverarsi di un sogno che mi aveva accompagnato già dai miei primi anni di lavoro» confessa l'amministratore delegato e presidente del gruppo. «Sono grato a tutti coloro che mi hanno aiutato a meritare questo riconoscimento che dedico ai miei genitori e ai miei figli- prosegue Valsecchi- e che intendo onorare cercando di raggiungere nuovi traguardi in futuro».

Tra quelli già certificati ci sono un'eccellenza produttiva e un equilibrio tra artigianalità e innovazione che vi rendono un modello del saper fare made in Italy. Grazie a quale vision e quali scelte ne preservate il valore?

«Sono i collaboratori del Gruppo AsdoMAR, ispirati dal desiderio di “continuous learning and checking”, che creano il valore e la qualità dei prodotti AsdoMAR. Una squadra formata da operai specializzati, da tecnici di impianti all'avanguardia, tecnici di laboratorio e controllo qualità che formano un gruppo ben integrato di “esperti e artigiani”. A loro abbiamo demandato la missione di preservare l'antica arte della lavorazione artigianale del pesce con

Adolfo Valsecchi, amministratore delegato e presidente di Generale Conserve



FORMULE DI PRODUZIONE “FLESSIBILI”

Tra le madri lavoratrici di tutti i reparti, il Gruppo promuove la possibilità di fruire di riduzioni o di modifiche degli orari di lavoro. Questa iniziativa contribuisce al raggiungimento di una parità di genere in ambito lavorativo e familiare in quanto agevola i neogenitori nella condivisione delle responsabilità

le nuove tecnologie oggi disponibili, guidata da un'ottica di continua evoluzione nel rispetto dei coefficienti qualità/prezzo».

Talento e merito sono fattori qualificanti da mettere nelle condizioni di emergere all'interno di un'azienda e di un territorio. Come portate avanti questa operazione nella vostra realtà?

«Le persone di Generale Conserve sono state sempre più integrate nella strategia aziendale, portandole così a sentirsi protagoniste della mission nell'azienda e artefici del fattore qualità/prezzo dei nostri prodotti. In termini di emersione del talento e delle risorse umane inoltre, AsdoMAR e più in generale il Gruppo Generale Conserve ha sviluppato le proprie operazioni in località caratterizzate da tassi di disoccupazione ancora significativi. Giocando dunque un ruolo importante nel creare posti di lavoro e cultura professionale e industriale in un territorio poco industrializzato».

Altra parola che ponete in cima alla vostra scala valoriale è rispetto. Con quali significati la riempite, sia nei confronti dei vostri lavoratori che del consumatore?

«L'azienda attua una ricerca costante per migliorare il proprio ambiente lavorativo, diven-

ta alla salute e alla sicurezza. Tutta la nostra filosofia operativa è riassunta nel Bilancio di sostenibilità (auditato e giunto alla sua 11esima edizione), nel quale vengono documentate tutte le attività legate al nostro modello di business».

L'inclusione e il benessere delle persone sono dimensioni chiave della cosiddetta sostenibilità sociale. Dove siamo ancora carenti in Italia in questo senso e che fate in azienda per conciliarla con lo sviluppo industriale?

«AsdoMAR/Generale Conserve esprime una grande responsabilità nel tutelare l'occupazione femminile dal momento che le donne in organico sono in numero largamente maggiore rispetto agli uomini sia in Italia sia in Portogallo. Anche per motivazioni legate alla tipologia di lavoro, tradizionalmente più diffuso tra le donne soprattutto nella categoria operai. L'azienda attua una ricerca costante per migliorare il proprio ambiente lavorativo, diventare più inclusiva e continuare a tutelare i diritti dei lavoratori. Generale Conserve inoltre interagisce e si coordina costantemente con le organizzazioni sindacali per consentire l'introduzione di formule di produzione “flessibili”, agevolando in questo modo la conciliazione delle esigenze aziendali con l'equilibrio vita lavoro dei lavoratori».

Un esempio concreto di queste formule “flessibili” che adottate?

«Tra le madri lavoratrici di tutti i reparti, il Gruppo promuove la possibilità di fruire di riduzioni o di modifiche degli orari di lavoro. Questa



inziativa contribuisce anche al raggiungimento di una parità di genere in ambito lavorativo e familiare in quanto agevola i neogenitori nella condivisione delle responsabilità».

• **Giacomo Govoni**

Un architetto allo specchio

L'analisi di Enrico Molteni sul complesso ruolo dell'architettura ai giorni nostri, tra innovazione e sostenibilità

L'architetto riveste da sempre un ruolo fondamentale nella società, oggi più che mai ricopre anche il ruolo di mediatore perché deve cercare di rendere performanti gli spazi su cui mette mano, anche da un punto di vista ecologico e sociale. Deve favorire l'incontro tra le persone e soddisfare le richieste dei propri clienti, con un occhio di riguardo all'ambiente.

«La sostenibilità è una sfida nuova ma non deve essere usata in modo demagogico, in fondo se si pensa all'architettura vernacolare è una risposta perfetta a tutti questi problemi e c'è da sempre. Le soluzioni prospettate dal punto di vista della sostenibilità sono potenzialmente molto interessanti. Non mi piace però l'aspetto commerciale e falsamente politico ad essa legato» afferma Enrico Molteni, architetto e professore italiano, il cui lavoro, inclusi progetti in Italia, Corea del Sud e Thailandia, è stato pubblicato e riconosciuto a livello internazionale.

Quali sono i suoi maestri?

«Come sosteneva Gio Ponti prima di me: "Non è da cercare il maestro nel passato, neppure nel presente e nemmeno attenderlo nel futuro: ciascuno di noi è il maestro". Penso che di strada ne esista solo una: la propria. Nel nostro lavoro non ci sono delle certezze, non c'è mai un assoluto insuperabile, anche i capolavori sono tali perché ci mostrano dei punti in cui si può fare diversamente. È importante avere dei buoni compagni di strada, dei punti di riferimento, delle passioni, perché segnano una continuità, ma va sempre ridiscussa. Il nostro lavoro lascia ancora un buon margine di libertà: nonostante tutte le normative stringenti, abbiamo sempre un punto nostro aperto e ciascuno deve credere nel proprio lavoro. Dopo la laurea ho conosciuto Elias Torres con cui ho lavorato a Barcellona e Alvaro Siza, a cui ho dedicato un lungo periodo di ricerca pubblicandone dei libri e curandone delle mostre. Ma ho continuamente nuove passioni, sono curioso e mi

Lo studio dell'architetto Enrico Molteni si trova a Milano - www.enricomolteni.com



L'ARCHITETTURA È SPAZIO

Non si parte da una tela bianca, le condizioni sono tutte presenti (tema, contesto, luogo, budget), poi la riuscita o meno sta nella risposta di forma e spazio che l'architetto riesce a dare

piace molto guardare, imparare dal lavoro degli altri e dalla storia. Si impara molto, direi soprattutto, lavorando».

Come definirebbe la sua ricerca architettonica?

«La mia ricerca progettuale è una ricerca dentro l'architettura. Io credo che la qualità di un progetto possa esistere solo se inerente all'architettura. Il tema su cui lavoriamo è essenzialmente lo spazio e la forma: l'architettura è questo. E non si parte da una tela bianca, le condizioni sono tutte date (tema, contesto, luogo, budget), poi la riuscita o meno sta nella risposta di forma e spazio che l'architetto riesce a dare».

Predilige la pianta piuttosto che lo spazio?

«Lavoro più in pianta che in alzato o in prospettiva. La facciata o la sezione vengono dopo. Ogni architettura si innalza dalla base e si sviluppa secondo la regola impressa dalla pianta. La pianta, se viene estratta dal suo contesto, ha una qualità, non è solo la risposta a una planimetria. La pianta per me è una parte del lavoro che ha una sua autonomia, e che costituisce il territorio proprio dell'architetto, il suo ambito specifico. Un architetto deve essere in grado di vedere lo spazio nella pianta. Ma la pianta non è tutto: modello e dettaglio sono gli altri due momenti che costituiscono la validità o meno di un progetto».

Qual è il target del suo committente-tipo?

«Ho vari tipi di clienti, che spaziano da livelli alti a budget e cultura standard. Non c'è una tipologia fissata. Il mio è un target trasversale. In particolare, ho molto apprezzato la nuova esigenza italiana di rinnovare il patrimonio degli

edifici scolastici, la scuola infatti è il primo edificio pubblico in cui tutti facciamo un'esperienza. In particolare, sono molto soddisfatto della scuola che abbiamo appena realizzato a Parma, molto innovativa, che accoglie ragazzi fragili in un contesto pedagogico inclusivo».

Oggi qualsiasi luogo che ci offre una città, perfino un capannone industriale, può essere carico di bellezza, come dimostra il suo ultimo progetto: la Warehouse di Verano Brianza.

«Mi è piaciuto davvero moltissimo lavorare nell'industria, per gli obiettivi di estrema funzionalità, efficienza, massima resa senza sprechi. Tutto quello che è funzionale alla produzione. Questo ha ridotto anche i miei margini

al minimo ma il risultato è davvero sorprendente. Un magazzino automatizzato, in una zona industriale lungo la superstrada SS36, che collega Milano a Lecco e alla Valtellina. È un addendum ad uno stabilimento esistente, per definire la nuova immagine dell'azienda. Un sistema modulare di pannelli in policarbonato alveolare a tutta altezza, evitando giunti orizzontali, e facilitando il cantiere. Un'architettura ridotta al minimo essenziale, dove la luce riflessa diventa l'unica presenza animata di giorno; di sera invece l'architettura parla e si mostra con lo scheletro del muro-magazzino illuminato».

Dove sta andando la figura dell'architetto oggi?

«Oggi sembra che la direzione presa con l'ultima legge sui lavori pubblici releghi la figura dell'architetto a un ruolo sempre più marginale. Nel progetto architettonico si tende a eliminare la responsabilità, la figura dell'architetto è messa in ombra. Secondo il mio parere, però, oggi ci vuole sempre un progetto che guidi e una persona che si prenda delle responsabilità: l'architetto». • **Cristiana Golfarelli**

L'esperienza professionale

Enrico Molteni è un architetto e professore italiano. Ha studiato al Politecnico di Milano, alla Arkitektsskolen i Aarhus (DK) e alla Universitat Politècnica de Catalunya (E), dove ha conseguito il dottorato di ricerca. Apre il suo studio nel 1997 a Milano, per un periodo in collaborazione con Andrea Liverani. Ha partecipato a più di 120 concorsi, ottenendo 30 risultati positivi tra premi e menzioni, 9 come vincitore. L'ultimo progetto vincitore è ora in fase di realizzazione presso il Campus Universitario di Parma. Ha insegnato per otto anni all'Accademia di Mendrisio ed è attualmente professore associato all'Università di Genova. Ha tenuto conferenze e partecipato a mostre di architettura in numerose istituzioni, come la Biennale di Venezia, sia in Italia che all'estero. I suoi libri più importanti sono *Alvaro Siza, Barrio de la Malaguera, Evora (1997)*, *Álvaro Siza, Case (2004)*, *Learning architecture, Four elements (2018)* e *Theodor Cron, Stanze Italiane (2024)*. Ha preso parte al dibattito architettonico, in particolare come redattore di *Casabella*.

Dal cuore delle Marche all'Oriente

Dall'headquarter di Filottrano, in provincia di Ancona, l'azienda Lardini si è proiettata nel mondo. E nei prossimi mesi, rende noto Andrea Lardini, è prevista l'apertura di un nuovo punto vendita monomarca ad Aoyama, quartiere di Tokyo punto di riferimento per l'alta moda nel mondo

Dal cuore delle Marche a Aoyama, in Giappone. Di strada l'azienda Lardini ne ha fatta tanta. «Eravamo ragazzi quando abbiamo iniziato a lavorare nella bottega artigiana con i miei fratelli Luigi, Lorena e Annarita- racconta Andrea Lardini, presidente dell'omonima azienda- una sfida impegnativa vinta puntando tutto sulla qualità e sulla grande attenzione ai dettagli». Dal 2021 è stata costituita la Lardini Japan grazie ad una importante partnership con il gruppo Toyota: un capitolo che ha segnato l'inizio di un piano sviluppo retail. Oggi Lardini tra i punti vendita ha un flagship store nel quartiere di Marunouchi a Tokyo e due shop in shop presso i Department store di Hankyo Mans e Seibu Ikebukuro entrambi nella città di Tokyo. Le successive aperture sono avvenute nello scorso anno anche in differenti località con uno shop in shop nei Department Store di Iwatawa a Fukuoka, Matsuzakaya a Nagoya, Mitsukoshi a Ginza, Daimaru a Kobe, e Takashimaya a Yokohama. Per i prossimi mesi è prevista la nuova apertura di un altro monomarca presso il quartiere di Aoyama.

Cosa vi ha spinto a scommettere su mercati come la Corea del Sud?

«La Corea è uno dei nostri mercati di punta insieme al Giappone. In entrambi i mercati c'è un forte interesse per il prodotto del brand ed è nella strategia futura continuare ad ampliare i nostri punti vendita nei mercati dell'Est asiatico. Il fiore a quattro petali che è il nostro simbolo ora è conosciuto e apprezzato da tutto il mondo. La notorietà del marchio è arrivata soprattutto per la qualità del prodotto e la ricerca costante che c'è dietro il lancio di ogni collezione. L'apertura della prima boutique in Sud Corea, in partnership con Shinsegae International, ha segnato una tappa importante nel

Andrea Lardini, presidente dell'omonima azienda



percorso di espansione del brand Lardini all'estero, una base di partenza per lo sviluppo nel Far East. Grazie a questa partnership internazionale ad oggi Lardini vanta otto punti vendita distribuiti strategicamente sul territorio coreano».

Quanto conta la notorietà del marchio?

«La notorietà del marchio è fondamentale. Il simbolo del fiore al rever ci rende riconoscibili. Ma l'essenza di Lardini è racchiusa nella sua artigianalità e tradizione sartoriale. Le radici del brand, infatti, affondano nel know-how basato su storia, coraggio e passione per la qualità del made in Italy. Oggi il brand Lardini può essere

considerato innovativo e la chiave del suo successo è la costante ricerca di tessuti pregiati. La combinazione di manifattura, creatività, ricerca e sostenibilità fanno parte di un made in Italy unico. L'eleganza per Lardini è dettata da una giacca classica e moderno allo stesso tempo. L'uomo Lardini oggi interpreta lo stile con gusto deciso e contemporaneo attraverso capi che nascono dalla tradizione manifatturiera italiana».

L'espansione retail del brand Lardini continua ad essere un obiettivo per il futuro?

«Nel futuro il brand Lardini sarà focalizzato sul retail, è questa la nostra scelta strategica sui

territori in espansione. Ormai certa l'apertura su strada ad Aoyama, daremo uno sguardo a Parigi e Londra. Non dimentichiamo il focus sull'alto posizionamento dei wholesale in tutto il mondo».

Qual è il segreto del vostro successo?

«Avere puntato sul nostro Paese e ancora oggi proseguiamo su questo filone perchè riteniamo giusto dare continuità alla nostra storia d'impresa, in contatto con il territorio. Una crescita alquanto significativa e importante per tutti i cittadini di Filottrano, che hanno visto emergere una piccola azienda artigianale e diventare un'azienda industriale e internazionale. L'intraprendenza di noi fondatori, il valore della squadra e lo spirito innovativo delle giovani generazioni ci hanno consentito di raggiungere il successo professionale».

Cosa ha rappresentato per lei ricevere l'onorificenza di Cavaliere del Lavoro?

«Ottenere questa onorificenza è stata un'enorme soddisfazione. I Cavalieri del Lavoro sono protagonisti di un impegno che accresce le possibilità di tutti. Una forza positiva per trasmettere i propri valori. Sono molto grato per questo riconoscimento».

Cosa indosseremo nella primavera estate 2024?

«La peculiarità della prossima collezione SS24 risiede nella puntigliosa ricerca e perfezione in ogni dettaglio, nella vestibilità e la costruzione dei capispalla pensati per ricreare dei look che aderiscano al corpo con grazia e purezza e con tocchi moderni, in linea con quello che il mercato richiede. Giacca con spalle evidenti, fit più over e moderni, silhouette morbide e essenziali ma preziose in ogni dettaglio: bottoni gioiello, fili dorati che attraversano i tessuti delle giacche o delle camicie, rever stonati o addirittura giacche senza collo, inserimenti di micro borchie e lurex sulla nostra collezione da sera Celebrity». • **Cristiana Golfarelli**



L'UOMO LARDINI

Interpreta lo stile con gusto deciso e contemporaneo attraverso capi che nascono da radici manifatturiere italiane

Supportare le imprese sul campo

si.qu.am. da quasi trent'anni sostiene le imprese nella gestione delle tematiche sempre più complesse e centrali della sicurezza sul lavoro e dell'ambiente. Il punto di vista del titolare Paolo Giolitti sulle principali criticità di oggi

Il clamore mediatico sui tragici incidenti sul lavoro degli ultimi tempi non favorisce una riflessione analitica sulla piaga degli infortuni» afferma Paolo Giolitti, titolare di si.qu.am., società specializzata nel fornire consulenza alle aziende in materia di sicurezza sul lavoro.

«Per fare audience i mezzi di comunicazione amplificano questo genere di notizie, semplificandole eccessivamente, cercando immediatamente un capro espiatorio. Al contrario, negli ultimi anni le statistiche degli infortuni, al netto del Covid-19, evidenziano una situazione abbastanza stabile, almeno nella nostra zona, senza l'emergenza che la stampa evidenzia. Anzi, se facciamo un confronto con i primi anni 2000 assistiamo a un netto miglioramento. Tanto è stato fatto, ma probabilmente per un ulteriore miglioramento occorrono nuove strategie». Secondo Paolo Giolitti il problema è estremamente complesso, non esiste una soluzione ma una serie di misure integrate che devono essere pensate e sviluppate aggredendo le diverse cause che sono alla radice di questo fenomeno.

Quali sono le principali criticità?

«Oltre all'errata narrazione, negli ultimi anni c'è stata una burocratizzazione importante del tema della sicurezza che, pur essendo un argomento tecnico/organizzativo, è diventato spesso un discorso di documenti ed attestati di formazione. Faccio un mea

UNA DELLE CAUSE

La mia sensazione è che gli infortuni non calino anche perché si parla forse troppo di teoria e si fa poco sul campo



culpa nel dire che la causa di questo è da ricercare soprattutto negli addetti ai lavori, sopralluoghi ed indagini degli enti di controllo molto focalizzate sugli aspetti formali, consulenti ben contenti di vendere corsi e valutazioni e di conseguenza personale interno preposto alla sicurezza preoccupato più dei documenti che della sostanza. Non è raro avere situazioni conformi sulla carta ma non rispondenti alla realtà dei reparti. In aggiunta devo dire che nel corso degli anni ho constatato una diminuzione dell'attenzione e della conoscenza dei processi produttivi da parte dei lavoratori, anche a causa dell'elevato turn-over».

Com'è iniziato il suo percorso in si.qu.am.?

«Il fondatore della società Franco Nervo ha iniziato questa attività con l'obiettivo di mettere a disposizione delle aziende più di 20 anni di esperienza nelle più importanti aziende del territorio; proprio aver ricoperto

si.qu.am. ha sede a Fossano (Cn)
paolo.giolitti@siquamsas.it

il ruolo di cliente dei servizi di consulenza gli aveva fatto capire cosa cercano le aziende in un consulente.

Questo ha determinato un approccio diverso dalla normale offerta, volto a caricarsi addosso i problemi dei clienti e viverli come fossero propri: quante volte mi sono sentito dire "il consulente serve per risolvere i problemi veri e non per crearne di nuovi". Io, dopo aver lavorato 11 anni con lui, sono subentrato nel 2013 con il mio socio Luca Ghiglione e da allora portiamo avanti questo credo che penso non sia mai stato così attuale come oggi».

Quali soluzioni prospettate ai vostri clienti?

«Non credo nelle facili soluzioni né nelle pozioni magiche, alla fine conta il lavoro

sulle persone quindi ogni giorno siamo a fianco dei nostri clienti per aiutarli a risolvere i problemi, cercando di trovare soluzioni ed applicabili.

Una cosa devo dirla, abbiamo la fortuna di lavorare in una provincia che ha una vocazione manifatturiera, con tante aziende, anche molto grandi, che rimangono familiari e spesso troviamo gli stessi titolari ancora operativi nei reparti; a maggior ragione questo ci richiede ancora maggior concretezza. Acquisire la fiducia e a volte anche l'amicizia di queste persone straordinarie per me e per i miei colleghi è un privilegio.

C'è una visione distorta degli imprenditori, io non ho mai incontrato titolari che scientemente trascurano i rischi della loro attività ma a volte semplicemente non li capiscono o non li vedono, e in questi casi mi dico che la responsabilità è nostra, perché vuol dire che non siamo stati capaci di far capire l'importanza dei nostri argomenti e rendere concrete le soluzioni».

Quali sono i vostri punti di forza?

«si.qu.am. può vantare un'affiatata squadra di collaboratori, tutti esperti nelle tematiche di competenza, e un importante pacchetto di clienti che vanno dalla multinazionale alla grande azienda fino alle piccole realtà; è inoltre partner di fiducia delle principali associazioni di categoria del territorio. Supportiamo le aziende nei progetti e nelle scelte decisive per il loro business, con professionalità, competenza e trasparenza. Tutto questo comporta la necessità di un servizio personalizzato, di un gruppo di lavoro dinamico, preparato e autonomo, con un altissimo livello professionale e di esperienza. Il premio nazionale "Le Fonti Awards" come Eccellenza nazionale del settore vinto negli ultimi 4 anni è un importante riconoscimento della qualità del nostro servizio».

• Bianca Raimondi



I servizi offerti

In ambito di sicurezza sul lavoro i servizi offerti riguardano tutti gli adempimenti in materia, come l'assunzione dell'incarico di Rspp, il supporto alle figure aziendali di riferimento, le valutazioni del rischio, la verifica della sicurezza delle macchine e delle linee produttive sulle operazioni svolte.

Per l'ambiente si va dalla richiesta delle autorizzazioni alla gestione delle relative prescrizioni e degli adempimenti normativi, fino alla consulenza sulla fattibilità dal punto di vista autorizzativo di nuovi processi studiati per migliorare la sostenibilità aziendale. La consulenza alimentare riguarda invece sia la sicurezza degli alimenti (Haccp) che dei materiali che vi vanno a contatto (Moca). Completano il pacchetto dei servizi tutte le tematiche collegate: le analisi chimiche, effettuate con un laboratorio accreditato di fiducia, la consulenza per il trasporto di merci pericolose, la consulenza in ambito Reach/Clp degli agenti chimici, la formazione, la stesura dei modelli organizzativi 231, l'implementazione di tutte le certificazioni volontarie (es. 9001, 14001, 45001, 22000/Ifs/Brc) ed i bandi in materia.

Logistica integrata al servizio del cliente

Angela Marazzina ci presenta Magis che da oltre mezzo secolo offre un servizio personalizzato di qualità superiore in tutte le fasi della filiera, puntando sulla qualità, sull'utilizzo di tecnologie innovative e sulla crescita delle risorse umane

In un mondo che va sempre più veloce, la logistica, che prima era considerata una commodity, è oggi diventata un fattore competitivo determinante, che influisce nettamente sul successo o il fallimento di moltissime imprese. La logistica è in continua evoluzione, tecnologia e automazione stanno accelerando l'evolversi del settore, rendendo possibili livelli di efficienza, precisione e sicurezza prima impensabili. Per ottenere i migliori risultati è però imprescindibile affidarsi a un'azienda altamente specializzata come Magis Spa che da oltre mezzo secolo si occupa di tutta la supply chain inerente la filiera logistica, ovvero di tutto ciò che riguarda la catena distributiva, dall'arrivo della merce dei clienti nei magazzini di proprietà, alla movimentazione e distribuzione, sia al dettaglio che alla grande distribuzione ai clienti finali. «Oggi siamo una realtà di nicchia nella logistica dei beni alimentari a temperatura - afferma la titolare Angela Marazzina -. Nella nostra sede principale a Pavia gestiamo una superficie coperta di circa 40mila mq di proprietà, su un'area complessiva di 100mila mq».

Quali sono i vostri punti di forza?

«L'aspetto principale del nostro servizio è l'adattabilità alle esigenze del cliente. La nostra expertise nella logistica integrata ci ha infatti permesso di imparare che ogni cliente ha bisogno di un progetto creato ad hoc: offriamo un servizio tailor made in modo da poter ottenere un'ottimizzazione dei processi logistici per dare anche un maggior valore competi-

Angela Marazzina, titolare della Magis di Pavia
www.magispa.com



PROGETTI AD HOC

Offriamo un servizio tailor made in modo da poter ottenere un'ottimizzazione dei processi logistici per dare anche un maggior valore competitivo, nel rispetto delle normative e certificazioni ottenute



tivo, nel rispetto delle normative e certificazioni ottenute. I nostri clienti hanno bisogno di esternalizzare il servizio logistico e in questa fase trovano in noi un partner efficiente e affidabile. L'innovazione tecnologica è un altro dei nostri punti di forza. I nostri magazzini sono automatizzati, dotati di radiofrequenza e offrono un layout personalizzabile per ogni tipo di merce. Inoltre, ci avvaliamo di un Warehouse management system (Wms), un sistema informatico all'avanguardia che coordina in modo totalmente automatizzato ogni azione durante la movimentazione delle merci e la preparazione per la loro distribuzione, monitorando in tempo reale tutta la distribuzione. Sia nello stabilimento di Pavia che nel magazzino di Corsico, in provincia di Milano, utilizziamo un sistema di tracciabilità della merce totalmente automatizzato, in grado di localizzare i prodotti fino a quando vengono caricati sui mezzi di distribuzione e giungono a destinazione. L'adozione di questo innovativo metodo di lavoro ha consentito un'ottimizzazione del flusso logistico, che ci permette di offrire un servizio di altissima qualità e in grado di garantire tempi di consegna molto stringenti indipendentemente dall'area geografica di destinazione della merce. Le capacità e l'esperienza del nostro personale, guidato in ogni azione dal Wms, giocano un ruolo essenziale nella ricerca di soluzioni personalizzate ad alta portabilità, e nell'offerta di risposte concrete dinanzi alle esigenze, talvolta anche complesse, dei nostri clienti. Competenza e professionalità sono

le nostre armi a servizio dei nostri clienti. Siamo continuamente alla ricerca di nuove opportunità per crescere e differenziarci sempre di più».

Quali clienti si rivolgono a voi?

«I nostri servizi sono rivolti in primis ad aziende

del settore alimentare. Ci occupiamo della gestione in conto deposito dei prodotti dei nostri clienti, in ambienti provvisti di adeguati impianti di ventilazione e refrigerazione attraverso i quali possiamo garantire una temperatura costante tra 14° e 18° C, indispensabile per la conservazione di alcune categorie merceologiche (specie quelle alimentari). In particolare, gestiamo la filiera logistica per un'azienda italiana leader nella produzione del cioccolato a livello mondiale. I prodotti stoccati spaziano dal cioccolato, alle caramelle, alle specialità alimentari di vario tipo. Fra i nostri maggiori clienti anche una realtà tutta italiana, specializzata nella commercializzazione di specialità alimentari che provengono da tutti i 5 continenti, dal settore gastronomico a quello salutistico, dall'etnico agli spirits. Si rivolgono a noi anche aziende del settore farmaceutico e della cosmesi. Ci occupiamo inoltre di co-packing e repackaging, per conto dei nostri clienti, in termini di attività di assemblaggio, confezionamento, etichettatura e imballaggio di prodotti alimentari e articoli destinati alla Gdo, perseguendo anche l'obiettivo di un corretto riciclo e smaltimento dei materiali, nel rispetto dell'ambiente e delle normative vigenti».

• **Beatrice Guarnieri**



Rating Esg: Magis anticipa i tempi

I fattori di tipo ambientale, sociale e di governo societario sono quei fattori che qualificano una attività come sostenibile. Il rating di legalità di un'impresa rappresenta il possesso di elevati standard di conformità alla legge e di responsabilità sociale.

Il rating Esg è un ottimo punto di partenza, perché racchiude una serie di elementi di valutazione utilizzati nel settore finanziario che permettono di giudicare la sostenibilità degli investimenti in un'ottica di valutazione complessiva dell'impresa che va oltre i risultati puramente economici. Magis, anticipando i tempi, ha ottenuto nel corso del 2023 appena terminato un buon rating Esg, oltre a un'ottima performance in termini di Rating di legalità, mostrandosi agli stakeholder e ai mercati come un attore pronto a crescere per affrontare le nuove sfide in termini di ambiente, governance e responsabilità sociale.



TUBETTIFICIOROBBIESE

TUBI INDUSTRIALI E PACKAGING



Certificata



Tubettificio Robbiese Srl, impresa 100% italiana a conduzione familiare da tre generazioni, opera nel ramo cartotecnico da quasi 45 anni, affermandosi leader di settore e specializzandosi nella produzione di tubi in cartone destinati al mercato industriale e al packaging di lusso.

La lunga esperienza e l'impegno verso l'innovazione hanno permesso all'azienda, storica sul territorio, di costruirsi una solida reputazione nel fornire soluzioni di packaging di alta qualità e su misura per le esigenze più specifiche dei clienti. Inoltre la flessibilità dei processi di produzione consente la realizzazione di tubi in cartone riciclato di varie dimensioni forme e finiture garantendo così la cura e l'attenzione del dettaglio. Grazie alle linee produttive completamente automatizzate, l'azienda produce anche tubi e anime di cartone per imballaggio e avvolgimento destinati al mercato industriale soddisfacendo molteplici settori con un'ampia gamma di diametri e spessori offrendo così un prodotto su misura con la garanzia della qualità.

**Nel cuore delle idee
è nata la nostra azienda,
un sogno trasformato
in realtà attraverso
impegno, passione
e determinazione**

Adriano Cavazzoni
Presidente

L'impresa sorge su due aree produttive di circa 40mila metri quadrati, di cui 30mila coperti, e dispone di un'area interamente dedicata alle lavorazioni "speciali" dotata di linee e attrezzature che permettono la realizzazione una vasta gamma di prodotti.

Organizzando costantemente l'azienda attraverso processi che ne facilitano il cambiamento e investendo sui giovani e sulla loro formazione è cresciuto, negli ultimi anni, in modo esponenziale, emergendo nel contesto competitivo e conquistando una quota maggiore di mercato. Questa evoluzione aziendale, basata sulla combinazione tra "competenza artigianale e tecnologie avanzate", ha permesso di investire in macchinari e attrezzature d'avanguardia migliorando così la qualità dei prodotti e la capacità di adattarsi alle mutevoli esigenze di mercato mantenendo sempre viva la passione e l'attenzione del dettaglio che contraddistinguono l'azienda.



Ricerca&Sviluppo



Ecosostenibile



Il Tubettificio Robbiese utilizza come punto focale l'aggregazione e la socializzazione, promuovendo la creatività. Questo processo di complementarità tra ragione e immaginazione, tra emozione e riflessione, permette di formare una squadra affiatata nel raggiungimento degli obiettivi, agendo così sul cambiamento e sul benessere organizzativo. Questa è la Sua forza che è la condizione fondamentale per essere sul mercato!

La politica aziendale è fortemente orientata allo "sviluppo sostenibile" volto all'incremento di una crescita economica e sociale dell'attuale generazione senza compromettere quelle future, mantenendo un sostanziale equilibrio tra tecnologia, ecologia, equità ed economia.

Raggiungendo notevoli traguardi e ottenendo importanti certificazioni, l'azienda è da sempre sensibile al problema dell'impatto ambientale e alla tutela della salute del consumatore utilizzando esclusivamente prodotti biodegradabili e riciclabili e dimostrando così l'impegno per la qualità e la sostenibilità.

L'airbag dei motociclisti

L'ingegner Fabio Colombo ci parla di un dispositivo che ha già salvato migliaia di motociclisti. Motoairbag viene prodotto in Italia ed è un'eccellenza del nostro Paese esportata anche all'estero. «Nella nostra produzione non sono ammessi errori»

Una tecnologia nata vent'anni fa e che ha ormai raggiunto un grado di efficacia e affidabilità altissimo. Parliamo dell'airbag per motociclisti, un dispositivo sempre più conosciuto tra motociclisti e scooteristi. E che salva la vita. A guidarci in questo settore è l'ingegner Fabio Colombo, forte della sua lunga esperienza alla guida della milanese Dpi Safety Srl – Motoairbag. «Si tratta di un dispositivo, in parte derivato dall'airbag automobilistico, che si indossa come un normale capo di abbigliamento e si attiva automaticamente in caso di incidente gonfiandosi e rimanendo gonfio, proteggendo così il corpo dall'impatto. Inoltre, può essere ricaricato dal motociclista stesso dopo l'attivazione».

Ci spieghi meglio, come è fatto e come funziona?

«L'airbag da motociclista è composto sostanzialmente da tre elementi: il sistema airbag, che gonfiandosi offre fisicamente la protezione, il sistema di trigger, che riconosce automaticamente la situazione di pericolo e attiva l'airbag, e infine la parte tessile a gilet o una giacca, che ospita l'intero sistema. Al contrario di quanto succede in auto, in caso di incidente è il motociclista stesso che colpisce tutti gli elementi della strada potenzialmente pericolosi, come pali, cordoli, vetture coinvolte nell'incidente, guardrail, etc. I sacchi airbag gonfi riescono ad assorbire efficacemente l'energia di impatto deformandosi al contatto. L'energia dissipata dall'airbag non viene trasferita al corpo umano, che beneficia così di una incredibile protezione».

Come fa il sistema di trigger a "capire" quando attivarsi?

«Esistono due tecnologie, che noi produciamo entrambe: una elettronica che si affida a sensori, accelerometri e software e che interpreta il movimento del motocicli-

sta in maniera virtuale, e una meccanica (analogica) che controlla la posizione del motociclista attraverso un collegamento reale, fisico (non virtuale) tra moto e motociclista. Entrambe le tecnologie sono efficaci, ma nell'ambiente stradale una soluzione meccanica (analogica) ha forse qualche vantaggio in più, soprattutto per motivi di affidabilità, semplicità d'uso e precisione di funzionamento. E a maggior ragione, ora che utilizziamo come sistema di trigger il Fast Lock».

In cosa consiste quest'ultimo?

«Abbiamo sostituito il vecchio cavo di collegamento, che doveva essere agganciato alla moto, con Fast Lock. In pratica, è come un arrotolatore della cintura di sicurezza che permette al motociclista la massima libertà di movimento, addirittura consentendo la guida in piedi. Fast Lock monta un accelerometro analogico all'interno, quindi è sempre attivo e controlla distanza, inclinazione, velocità relativa e decelerazione del motociclista. Preferiamo un controllo vero (non virtuale), quindi occorre collegarlo alla moto. In caso di attivazione, Fast Lock si stacca dal gilet airbag automaticamente, rimanendo agganciato alla moto. Nella situazione di emergenza, l'accelerometro analogico all'interno di Fast Lock blocca il naturale scorrimento del cavo e attiva istantaneamente motoairbag. Semplice da utilizzare, estremamente efficace e affidabilissimo come le cinture di sicurezza delle auto, riconosce con precisione le situazioni di emergenza al di là di ogni aspettativa. Semplicemente geniale».

Come inquadrerebbe l'azienda che sta guidando?

«Siamo un'azienda italiana a capitale proprio che produce ogni singolo airbag in Italia nello stabilimento alle porte di Milano. La ricerca e sviluppo sono realizzate internamente nei nostri laboratori. Devo ammettere che siamo riusciti a creare un team veramente di eccellenza, composto da persone in classe tripla A. Sviluppare e produrre in maniera industriale una tecnologia airbag è stata una bella sfida, a partire dalla costruzione dei macchinari stessi. Assembliamo con la stessa precisione con cui vengono fatte le armi o i congegni analo-

Come inquadrerebbe l'azienda che sta guidando?

«Siamo un'azienda italiana a capitale proprio che produce ogni singolo airbag in Italia nello stabilimento alle porte di Milano. La ricerca e sviluppo sono realizzate internamente nei nostri laboratori. Devo ammettere che siamo riusciti a creare un team veramente di eccellenza, composto da persone in classe tripla A. Sviluppare e produrre in maniera industriale una tecnologia airbag è stata una bella sfida, a partire dalla costruzione dei macchinari stessi. Assembliamo con la stessa precisione con cui vengono fatte le armi o i congegni analo-



UN DISPOSITIVO SALVA VITA

Si indossa come un capo di abbigliamento e si attiva in caso di incidente gonfiandosi, proteggendo così dall'impatto



gici di grande pregio tecnologico. Ogni dispositivo è fatto scattare, testato all'accensione perché, come si può immaginare, non sono ammessi errori produttivi. Inoltre, ogni sistema airbag è dotato di una matricola seriale che lo accompagna per tutta la vita. Infine, un aspetto particolarmente importante:

motoairbag non ha una data di scadenza. Seguendo il programma di manutenzione ogni quattro anni è possibile utilizzarlo per tantissimi anni».

Quindi sta dicendo che è un investimento per la vita.

«Assolutamente sì. E in tutti i sensi. Addirittura, quando vengono rilasciate nuove versioni di Motoairbag, è possibile richiederne l'aggiornamento al modello più recente. In pratica, il vecchio airbag viene restituito all'azienda, smontato, controllato e vengono inseriti i componenti della nuova versione. In questo modo, ritorna praticamente come nuovo». • Renato Ferretti

L'ingegner Fabio Colombo, ceo di Dpi Safety – Motoairbag, con sede a Badile (Mi)
www.motoairbag.com



Una nuova consapevolezza

«Finalmente motociclisti e scooteristi hanno preso consapevolezza che la strada è un luogo pericoloso – dice l'ingegner Fabio Colombo, Ceo di Dpi Safety Srl – Motoairbag -. Senza considerare i feriti gravi, ogni giorno tre persone escono di casa al mattino senza farne ritorno. A parte coloro che chiamiamo "irrecuperabili", convinti che la loro abilità di guida sarà sufficiente, sono sempre di più i motociclisti che stanno pensando di acquistare un motoairbag. Lo dimostrano i numeri in continua crescita ogni anno. Ormai i motociclisti si dividono in due categorie: chi possiede già un motoairbag e chi sta pensando di acquistarne uno. Anche perché, attualmente, può essere acquistato a partire da 500 euro. Considerando la sua lunga durata e il fatto che spesso vengono spesi diverse migliaia di euro per la moto e accessori vari, direi che è un prezzo alla portata di tutti».

La sostenibilità comincia dal territorio

Enrico Riccardi, alla guida di SRCingegneria, esamina le urgenze del settore: dall'ottimizzazione della progettazione, alla realizzazione di impianti per la produzione di energie rinnovabili e biometano. «Pur consapevoli di rappresentare un importante riferimento a livello nazionale, abbiamo deciso di mantenere un'attenzione particolare sulla nostra provincia, Piacenza»

Il Building Information Modeling è un metodo per l'ottimizzazione della pianificazione, realizzazione e gestione di costruzioni tramite l'aiuto di un software. Tutti i dati rilevanti di una costruzione vengono raccolti, combinati e collegati digitalmente. La costruzione virtuale è così visualizzabile come un modello geometrico tridimensionale. Questo innovativo sistema è stato introdotto già da alcuni anni dalla società SRCingegneria, una realtà giovane ma dotata di grande esperienza e conoscenze più che ventennali nel settore della progettazione relativamente alle varie realtà impiantistiche. Fondata nel 2008, le attività si sono sviluppate quale naturale crescita dello studio professionale del titolare, Enrico Riccardi, ingegnere elettrico esperto in progettazione di impianti elettrici nei settori della grande industria e del terziario avanzato in particolare, ospedali, alberghi, scuole, centri commerciali, data center.

Nel corso degli anni, grazie all'inserimento di nuovi soci e di nuove figure professionali, all'interno della società sono state integrate ulteriori competenze nel campo della progettazione di impianti termotecnici, delle energie alternative e, recentemente, anche nel campo delle consulenze in ambito regolamentare e autorizzativo per i settori packaging, alimentare, farmaceutico, cosmesi, in campo ambientale e in tema di sostenibilità. Grazie a questa attenta politica aziendale, la società è costantemente cresciuta, sia in termini di fatturato, sia in termini di indotto per il personale dipendente e per i collaboratori esterni. In particolare, negli ultimi tre anni il fatturato è triplicato ma si ritiene che la crescita sarebbe potuta risultare ben maggiore in

SRCingegneria ha sede a Piacenza
www.srcingegneria.it



UN ATTENTO STUDIO

Tutti i progetti vengono preventivamente valutati nei minimi dettagli al fine di garantirne una realizzazione che sappia coniugare alti livelli tecnologici e sostenibilità economica nel rispetto delle esigenze del committente

assenza dell'endemica difficoltà a reperire personale qualificato. «Si riscontra una grave carenza di ingegneri formati per la progettazione impiantistica e, in particolare, elettrotecnica a fronte di un sempre maggiore sviluppo di indirizzi volti al management - specifica il titolare -. Permane dunque la sensazione che il mondo accademico sia purtroppo lontano dalle esigenze del mercato».

Nonostante ciò, SRCingegneria ha raggiunto un'importante rilevanza su tutto il

territorio nazionale, soprattutto in alcuni settori di nicchia. Fra questi merita sicuramente una citazione la progettazione di impianti di produzione di energia elettrica da biogas ottenuto dalla fermentazione di reflui zootecnici e biomasse. In tale ambito la società di ingegneria vanta il maggior numero di progetti in Italia. «Alla luce delle ultime direttive europee nell'ambito delle fonti rinnovabili, recentemente recepite in Italia, l'obiettivo del legislatore si è spostato dalla produzione di biogas per energia elettrica

alla produzione di biometano per l'utilizzo nei trasporti e per l'immissione in rete» spiega il titolare che specifica come l'azienda vanta oggi la progettazione di alcuni dei primi impianti in Italia già realizzati, dei quali sta curando anche gli aspetti relativi ai requisiti di sostenibilità imposti dalla legislazione vigente.

«Pur consapevoli di rappresentare un importante riferimento a livello nazionale, abbiamo ugualmente deciso di mantenere con orgoglio un'attenzione particolare sul nostro territorio come dimostra l'ubicazione degli uffici nel centro storico di Piacenza, in controtendenza rispetto a quanto avviene in altre realtà del mondo professionale e imprenditoriale. La maggior parte dei collaboratori risiede in città o nelle immediate vicinanze e ci piace pensare, in una realtà che mira alla sostenibilità ambientale, che la maggior parte di essi si rechi al lavoro a piedi o in bicicletta» racconta il titolare Enrico Riccardi. Il mantenimento di questa accezione provinciale ha rappresentato per



l'azienda la garanzia di un servizio anche per consulenze in ambito residenziale, legate soprattutto alle recenti norme incentivanti sull'efficientamento energetico degli edifici, il cosiddetto Superbonus 110%. Inoltre, la SRCingegneria è attualmente molto attiva su vari progetti legati al piano nazionale di ripresa e resilienza su incarichi affidati dalle amministrazioni locali. «In un tale contesto ma più in generale, tutti i progetti vengono preventivamente valutati e studiati nei minimi dettagli al fine di garantirne una realizzazione che sappia coniugare alti livelli tecnologici e sostenibilità economica nel rispetto delle esigenze del committente» conclude il titolare. Tra i principali clienti della società si annoverano aziende di produzione industriali ed agricole, enti pubblici o di diritto pubblico, società commerciali, fondi di investimento e grandi società di ingegneria. • **Luana Costa**



Il team

La struttura della società, guidata dall'ingegnere Enrico Riccardi nel ruolo di direttore tecnico, si è gradualmente articolata e, allo stato attuale, ogni settore è dotato di un proprio socio responsabile: Federica Pinotti è a capo della progettazione elettrica, Andrea Molinari coordina l'ufficio termotecnico, Gianluca Ceruti guida l'ufficio di direzione lavori, Andrea Barani ha assunto responsabilità per il settore fonti rinnovabili e Paola Riccardi per il settore chimico e sostenibilità ambientale.

Dalla Campania al resto del mondo

Luigi D'Angelo, head of operations di Parcop, ci racconta la rapida espansione dell'azienda proprietaria della piattaforma WiAutomation.com, in pochi anni divenuta leader mondiale nella fornitura di prodotti e componenti industriali per l'elettronica e l'automazione

Fin dalla sua nascita, Parcop (nel seguito anche "WiAutomation") ha adottato una visione globale del commercio, individuando nel digitale e nell'internazionalizzazione della filiera le principali direttrici della competitività. Oggi, attraverso il suo sito web WiAutomation.com, raggiunge più di cento paesi al mondo. L'azienda è nata nel 2017 da un'idea di tre soci, due fratelli e un amico: Fulvio e Luca Coppola e Porfirio Parascandola Ladonea. Ha iniziato a esercitare in maniera più ingente il proprio business dal 2019 in poi. È una realtà nativa digitale, un e-commerce di prodotti per automazione ed elettronica industriale. «Dal 2019 il nostro lavoro è aumentato di anno in anno, siamo infatti passati da un fatturato di 500 mila euro del primo anno fino agli 81 milioni del 2022 – afferma Luigi D'Angelo, head of operations -. Questa crescita ha permesso alla nostra azienda anche di classificarsi al primo posto come Leader della crescita 2023 de Il Sole 24 ore, tra le aziende con la maggiore crescita di fatturato in relazione al triennio 2019 - 2022».

La giovane realtà campana offre i propri servizi tramite una piattaforma di e-commerce, coadiuvata da una supply chain di oltre mille contatti, che ha concesso a Parcop un ingresso da protagonista del mercato, andando a colmare le lacune dell'offerta. L'impresa, infatti, si trova spesso a interfacciarsi con aziende clienti in stato di emergenza che, causa un guasto di una componente, subiscono l'interruzione di un processo produttivo, necessitando di conseguenza che quello specifico componente sia consegnato con prontezza. «La nostra azienda continua a crescere e operare in modo digitale, vendendo in oltre cento paesi al mondo. Il nostro catalogo è il fiore all'occhiello e nostro più importante strumento dal punto di vista commerciale e la sua espansione costante è uno dei nostri obiettivi più importanti. A oggi, il nostro catalogo contiene circa 450 mila prodotti, che coprono sicuramente la maggior parte delle categorie dei prodotti industriali elettronici e di automazione. Oltre a ciò, altro nostro punto di forza è la capillarità nel reperimento dei prodotti da diversi fornitori al mondo: i nostri, attualmente, sono circa mille. La nostra infrastruttura tecnologica è molto avanzata,



RICONOSCIMENTI

Nel 2023, WiAutomation ha vinto il premio di migliore sito e-commerce B2B in Italia al Netcomm Award, l'evento che premia le eccellenze italiane del settore, per la capacità di implementare strategie mirate alle esigenze specifiche del mercato B2B, attraverso le innovazioni tecnologiche che aiutano i clienti nella scelta dei prodotti

difatti abbiamo sviluppato internamente il nostro Erp che ci permette di gestire il nostro business per intero lungo tutta la catena di approvvigionamento, dall'acquisto della merce alla sua spedizione». In un settore complesso come quello industriale e marittimo, dove tempi serrati, catene di produzione complesse e delicate e l'attenzione ai marchi la fanno da padrone, WiAutomation riesce a rispondere con soddisfazione a tutte le esigenze tanto da aver conseguito nel 2023, il premio di migliore sito e-commerce B2B in Italia ai Netcomm Award, l'evento che premia le eccellenze italiane nel settore, per la capacità



di implementare strategie mirate alle esigenze specifiche del mercato B2B, attraverso le innovazioni tecnologiche che aiutano i clienti nella scelta dei prodotti.

L'azienda oggi conta circa settanta dipendenti, la maggior parte del team che si occupa dei rapporti con i clienti ha la possibilità di gestire comunicazioni in otto lingue, tra cui giapponese, portoghese e ucraino. Per quanto riguarda gli investimenti, Parcop ha in programma di sviluppare il proprio catalogo, con molti più canali di acquisto e un obiettivo che si è prefissata di raggiungere di un milione di articoli disponibili. «Sia-

mo già quasi al 50 per cento del nostro obiettivo e abbiamo aspettative più che rosee». L'azienda, ben consapevole delle esigenze dei settori nei quali opera, ha fatto della tempestività nelle consegne un punto cardine attorno al quale sviluppare il proprio business model, basato su un sistema gestionale tarato sul mercato di riferimento, che ne tenga in considerazione tutte le peculiarità. «Per l'anno 2024, il nostro obiettivo è quello di crescere verticalmente. Abbiamo già in progetto di spostare la nostra sede logistica in uno spazio più grande, con circa 700 mq di magazzino e oltre 1000 mq di uffici. Ciò ci permetterà di poter gestire un numero maggiore di articoli nel nostro magazzino, con la possibilità di spedizione entro le 24 ore. Già oggi abbiamo una produttività logistica che ci permette di spedire nello stesso giorno circa il 70 per cento degli articoli, quindi questo upgrade con un magazzino più grande e di proprietà ci permetterà di mandare un messaggio importante ai nostri clienti, che molto spesso hanno necessità di una fornitura rapida, oltre a un prezzo vantaggioso. Questo fa parte anche della nostra storia, poiché noi abbiamo aumentato il nostro volume di business a partire dal 2019-2020, anche in concomitanza della momentanea crisi di reperibilità della merce a seguito del periodo pandemico. La maggior parte delle richieste erano urgenze dei nostri clienti, che non avevano altra possibilità di reperire i prodotti di cui avevano bisogno. I nostri clienti più numerosi sono industrie manifatturiere, dall'automotive al food, quindi tutte attività che anche durante la pan-

I prodotti WiAutomation

«I Plc, Programmable Logic Controller – aggiunge D'Angelo – sono tra i più richiesti. Per l'automazione dei processi industriali, oltre alla componentistica adeguata, occorre fare ricorso a uno strumento che funga da cervello e che permetta la gestione dei macchinari. I Plc sono esattamente questo, dei controller programmabili nei quali è possibile inserire input, digitali e analogici, e parametri per gestire e modificare il funzionamento dei macchinari industriali. Oltre ai Plc, la nostra azienda offre alla propria clientela un parco prodotti diversificato: sul sito sono infatti disponibili articoli come interruttori magnetotermici, pulsantiere, sensori, componentistica passiva e componenti saldati su schede elettroniche, mercati nei quali Parcop vuole tenere il passo dei giganti mondiali».

WiAutomation ha sede a Monte di Procida (Na)
www.wiautomation.com

demia non si sono mai fermate». E anche WiAutomation e Parcop non si fermano mai, puntando sempre al futuro. «Step successivo, la creazione di una sede all'estero, primo obiettivo in Nord America. Per il 2025 abbiamo invece in progetto di espandere un'altra business unit, che abbiamo già avviato come test: fornire ed effettuare riparazioni e consulenze tecniche, quindi vendere servizi e non soltanto prodotti».

• Elena Bonaccorso

WIAUTOMATION, COMPONENTISTICA SENZA CONFINI

WiAutomation è nata con l'obiettivo di fornire soluzioni tecniche rapide ed efficaci, rivolte al settore industriale e marittimo, con l'ambizione di guidare le industrie verso un futuro più efficiente e sostenibile. L'azienda pone le basi del suo lavoro sull'entusiasmo per l'innovazione, sulla solidità e crescita delle competenze professionali, e sull'importanza degli individui, valorizzando la diversità come una ricchezza fondamentale.

Con una visione orientata alla collaborazione duratura, WiAutomation si impegna nel costruire relazioni solide con i paesi e le comunità ospitanti. Definendosi una "People Company", conta su una rete di collaboratori estesa in quindici nazioni, che abbracciano Europa, America e Australia. Questa crescita le ha permesso di instaurare partnership strategiche in tutto il mondo, rispondendo così alle esigenze di fornitura di componenti essenziali per alcune delle più grandi aziende industriali.

Operando su scala globale, WiAutomation si avvale di personale altamente qualificato, tecnologie avanzate e di una rete di partner di alta qualità. Si impegna a fornire soluzioni tempestive, sostenute da alleanze commerciali strategiche e da una cultura aziendale che fonde valori umani e competenza tecnica. L'azienda è dedicata a offrire supporto continuativo, mirando a un notevole incremento dell'efficienza produttiva per i propri clienti e i loro impianti.

wia
WiAutomation

WiAutomation
Via Filomarino III Traversa 13
80070 Monte di Procida (NA)
Tel: 049 5790725 / 02 8718 9214
sales@wiautomation.com
www.wiautomation.com

Impegno e trasparenza

Fiducia è la parola che ha guidato la relazione del presidente di Upa Lorenzo Sassoli de Bianchi all'Assemblea 2023 dell'Associazione, che ha raccolto gran parte dei decision marker del settore della comunicazione italiana

Fiducia nelle capacità relative del Paese che nei recenti momenti difficili ha dato il meglio di sé stesso, fiducia delle famiglie italiane i cui risparmi sono i più alti in Europa, fiducia nella capacità innovativa dell'imprenditoria e nella consapevolezza da parte delle aziende dell'importanza strategica degli investimenti pubblicitari». Sono queste le parole con cui il presidente di Upa Lorenzo Sassoli de Bianchi ha aperto il suo intervento all'Assemblea 2023 dell'Associazione. Lorenzo Sassoli de Bianchi, alla guida di Upa, Utenti Pubblicità Associati, nonché fondatore e presidente di Valsoia, azienda operante nel settore dell'alimentazione vegetale, quotata alla Borsa di Milano. Sassoli, ha fondato e presiede l'Istituto delle Arti Contemporanee di Milano e ha al suo attivo numerose pubblicazioni sull'arte moderna e contemporanea e alcuni romanzi, dai quali si evincono anche le sue profonde doti letterarie.

L'Agcom ha approvato le linee guida volte a garantire il rispetto da parte degli influencer delle disposizioni del testo unico sui servizi di media audiovisivi. Cosa ne pensa delle prime norme specificamente dedicate alla protezione e alla valorizzazione dei contenuti prodotti dai creatori digitali, i cosiddetti influencer?

«Il mio giudizio è positivo perché va nella direzione della responsabilità e della trasparenza. C'è ancora molto da fare in questa ottica, come ad esempio la certificazione dei follower, il cui numero per ora corrisponde solo a dichiarazioni degli stessi influencer. Servono regole e responsabilità, essendo un "mezzo" che vale più di 300 milioni di euro, ma che deve spingere a una massima attenzione anche le aziende, perché l'autenticità dei messaggi trasmessi attraverso un canale

Lorenzo Sassoli de Bianchi presidente Valsoia e Upa



I SOCIAL

Agiscono secondo un meccanismo d'impulso riflettente, il follower si attende una ricompensa. La pubblicità deve essere una sorta di ricompensa, un elemento di soddisfazione

fluida per sua natura come il web, va assolutamente garantita, così come, ribadisco, è necessaria una certificazione dei follower».

Che efficacia hanno gli influencer dal punto di vista pubblicitario?

«Sono uno strumento apprezzato dalle aziende, tanto è vero che hanno raggiunto una significativa quota di investimenti pubblicitari. Quanto più sono specialisti, tanto più sono efficaci. Dobbiamo tenere in conto quella velata protesta che riguarda una sovrapposizione alla pubblicità. I social agiscono secondo un meccanismo d'impulso riflettente, il follower si attende una ricompensa. La pubblicità deve essere una sorta di ricompensa, un elemento di soddisfazione. Per tale motivo è giusto e opportuno inserire l'integrazione degli influencer nel quadro di riferimento legislativo che regola tutti i soggetti del mercato della comunicazione».

Oggi l'imperativo del mercato è il gradimento tout-court. L'esercizio della ragione si è trasformato nell'esercizio del piacere. Cosa ne penserebbe Nietzsche?

«Nietzsche sarebbe perplesso, perché la condizione di oggi, in cui si vuole piacere per convincere, contraddice la sua massima secondo la quale il vero signore non vuole né piacere né convincere».

La necessaria integrazione tra televi-

sione e digitale cosa sta portando? Cosa cambia dal punto di vista degli investitori pubblicitari?

«Per gli investitori si tratta di un fenomeno positivo che permette una maggiore segmentazione e penetrazione dei loro messaggi».

Cosa si aspetta dal 2024? Possiamo partire da un cauto ottimismo altiano, ... "magari nel pomeriggio succede qualcosa" come di recente lei ha sottolineato?

«Ho fiducia, perché gli ultimi mesi del 2023 e l'inizio del 2024 ci stanno dando segnali confortanti».

Quali sono i valori su cui basa il suo impegno?

«Tre semplici parole: innovazione, trasparenza e responsabilità».

Nel 2015 le è stata conferita l'onorificenza di Cavaliere del Lavoro. Cosa ha rappresentato per lei questo riconoscimento?

«È un'onorificenza che ha coronato l'impegno dei miei collaboratori e mio nel costruire un'impresa che ha saputo interpretare attraverso l'alimentazione le esigenze di salute delle persone».

• **Cristiana Golfarelli**



La storia e il successo di Valsoia

Valsoia è un'azienda italiana nata nel 1990 dall'idea del suo fondatore Lorenzo Sassoli de Bianchi di sfruttare le elevate proprietà nutrizionali della soia per offrire una valida risposta dietetico-alimentare alla crescente domanda di salute e benessere. I prodotti Valsoia sono alternative vegetali al latte: bevande, gelati, yogurt, dessert, biscotti, pietanze, formaggi e condimenti in linea con la tradizione alimentare italiana. Tutti prodotti buoni, salutari e di alta qualità, ideali per tutta la famiglia, prodotti che coprono tutti i momenti di consumo quotidiano dalla colazione alla cena.

Valsoia è distribuita in Italia in tutti i principali supermercati ed è presente anche in numerosi paesi Europei. Dal 2006 Valsoia è quotata alla Borsa di Milano. La storia, tutta italiana, del successo di Valsoia nasce dall'impegno e dal desiderio di contribuire al miglioramento della qualità della vita e poggia sulla capacità innovativa, sulla costante attività di ricerca e sviluppo e sui significativi investimenti a sostegno dei prodotti e della marca.

Professione: costruttori di giocattoli

Nel 2023 Clementoni ha festeggiato i primi sessant'anni di attività, scanditi da grandi successi e un mantra: il gioco è per tutti, come un linguaggio inclusivo e universale. L'ad Giovanni Clementoni ci racconta come nascono giochi ideati e prodotti in Italia

Nel 1963, in un garage di Recanati, Mario e Matilde Clementoni inventano il primo gioco da tavolo, "La Tombola della Canzone", ispirato al Festival di Sanremo. Solo quattro anni dopo è la volta di "Sapientino", cui seguono altre tappe importanti come il lancio dei puzzle, del "Grillo parlante" nel 1984 e quello della gamma di giochi a tema scientifico Scienza&Gioco nel 1998. Dal 2000 Clementoni punta sempre di più su innovazione e originalità per dare vita, attraverso i suoi brand, a un catalogo di giochi per tutte le età; nel 2023 sono 28 milioni quelli venduti, che hanno raggiunto 83 paesi nel mondo. Dietro questi numeri, il saper fare dell'azienda marchigiana, come ci spiega l'ad Giovanni Clementoni.

Quali sono gli elementi che ritiene abbiano fatto la differenza nei primi 60 anni di attività di Clementoni: l'aver creduto nel valore del gioco, aver puntato sulla dimensione formativa ed educativa, aver sviluppato la componente innovativa?

«Tutti e tre questi fattori sono stati determinanti per lo sviluppo della Clementoni nel corso dei suoi 60 anni di storia. Mio padre, da grande precursore qual era, negli anni 60 intuì che attraverso il gioco i bambini si esprimono, crescono e si mettono alla prova, mentre a loro volta i genitori, giocando, gli sono vicini e costruiscono con loro una relazione più intima. Il gioco è il linguaggio più naturale per i bimbi e un fertile terreno di incontro per tutta la famiglia. Da questa fondamentale premessa è nato il gioco per tutti, pensato con un approccio che supporta i bambini nel loro percorso di crescita, perché quello che fanno giocando li aiuta a sviluppare competenze e a favorire le loro naturali inclinazioni. Inoltre, la nostra attività di invenzione e creazione di nuovi giochi, che nasce da un reparto R&D interno, si è sempre caratterizzata per una spiccata apertura all'innovazione, arricchita da un dialogo continuo con il mondo esterno e alimentata da un confronto continuo con le startup, le Università e i centri di ricerca, per recepire trend innovativi e farne dei driver di sviluppo dell'innovazione di prodotto».

The Garage è l'officina delle idee Clementoni, che investe in ricerca e innovazione il 4 per cento del fatturato. Da dove prendono ispirazione i vostri professionisti del giocattolo?

«Sono tantissimi gli aspetti che per noi in-



fluenzano la nascita di un gioco: innanzitutto, è fondamentale la conoscenza del target di riferimento, vale a dire il bambino, il cui sviluppo è al centro del nostro lavoro quotidiano e del costante impegno di tutto il nostro team R&D, costituito da oltre 60 giovani professionisti del giocattolo. Al fine di rendere costante il dialogo con famiglie e bambini, abbiamo anche attivato un team dedicato che si occupa di creare momenti di confronto, discussione e test di prodotto in modo continuativo nel corso dell'anno, raccogliendo i feedback dei nostri preziosi "clienti" e delle loro famiglie. C'è anche un altro interlocutore molto importante da cui nascono idee e ispirazioni, ossia il mondo della scuola e degli insegnanti: una platea con la quale abbiamo creato rapporti solidi, costruiti sulla fiducia reciproca, che coinvolge oltre 100 scuole in Europa. I nostri professionisti del giocattolo hanno un'età media attorno ai trent'anni, per il 50 per cento sono donne, e sono laureati nelle discipline più disparate: educatori, psicologi, designer, grafici, etc. tutti integrati in un'unica grande squadra, capaci di seguire ogni fase dello sviluppo dal concetto al design, fino alla grafica. In Italia non esiste una "scuola del giocattolo", pertanto questi giovani, che spesso arrivano come neolaureati, si formano in azienda, creando con l'esperienza sul campo professionalità specializ-

stiche uniche».

L'ultimo decennio è stato caratterizzato dalla svolta verso l'ecosostenibilità con "Play for Future". Quali sono i margini di sviluppo di questa ricerca?

«La sostenibilità è importante perché vuol dire "prendersi cura" del futuro, e il futuro è dei più piccoli. Sono proprio loro, i bambini, il vero motore del nostro impegno quotidiano, costantemente al centro del nostro lavoro. Su queste premesse, noi di Clementoni promuoviamo attivamente la sostenibilità ambientale declinandola in un approccio - Play for Future - che abbraccia tutto il nostro catalogo, pienamente consci dell'importanza che i giochi e il giocare rivestono nello sviluppo personale. Un futuro più verde che passa anche dalla recente certificazione Iso 14001 relativa al Sistema di Gestione Ambientale e da precise scelte aziendali: l'88 per cento del cartone utilizzato nei prodotti Clementoni realizzati in Italia è riciclato e certificato Fsc, oltre il 99 per cento degli scarti produttivi vengono avviati al recupero. Un approccio alla sostenibilità che si traduce nel totale controllo del processo produttivo per continuare a migliorare sui processi di riciclabilità, puntando anche sulla filiera corta».

Con il gioco lanciato a Natale "Storia della Vita sulla Terra", Clementoni unisce attività analogiche, realtà aumentata e realtà virtuale. Quali sono le sfide per il giocattolo nel prossimo futuro e quale ruolo potrà avere l'intelligenza artificiale?

«"Storia della Vita sulla Terra" è un esempio di gioco phygital, un gioco capace di integrare attività analogiche con un contenuto digitale ricco e coinvolgente, così da unire l'intrattenimento fisico e quello digitale, utilizzando nuovi strumenti che diventano vei-

coli e mezzi per educare, far apprendere e divertire con un linguaggio molto attuale. Il gioco per noi rimane sostanzialmente fisico con il contributo e l'apporto della componente digitale, che interpretiamo come un valore aggiunto. Quello che facciamo è sfruttare la tecnologia per rendere l'esperienza di gioco ancora più ricca e completa. L'intelligenza artificiale si sta affacciando anche nel mercato del giocattolo ed è per questo che per noi - oggi - è un tema molto rilevante, di cui scontornare l'applicabilità e i confini affinché possa essere calata nella nostra offerta prodotto ed esaltare ancora di più il gioco come connubio tra divertimento e crescita. Continueremo a interpretare il gioco alla "maniera Clementoni" creando giocattoli che siano coinvolgenti, interattivi e capaci di far divertire i bambini con un linguaggio per loro sempre attuale e familiare. È un gioco che veicola contenuti educativi con innesti di tecnologia "evoluta" perché sia sempre al pas-



Giovanni Clementoni, ad Clementoni

so con i tempi».

Legame con il territorio e propensione all'export. Cosa significano questi due poli per Clementoni?

«L'azienda ha sempre seguito un percorso di crescita senza mai rinunciare al legame con territorio: il 90 per cento dei nostri giocattoli è realizzato in Italia, a Recanati, e il 40 per cento dei fornitori è delle Marche. Una filiera corta, anzi, cortissima, a cui corrisponde però una grande apertura verso i mercati esteri, che non a caso sviluppano il 70 per cento del fatturato aziendale con oltre 80 Paesi raggiunti e 28 milioni di giochi venduti all'anno e tradotti in 28 lingue. La Clementoni oggi conta 600 dipendenti, 9 filiali commerciali oltre all'headquarter in Italia (Francia, Germania, Spagna, UK, Portogallo, Belgio, Olanda, Turchia e Polonia) e una filiale operativa a Hong Kong». • **Francesca Druidi**

LA SOSTENIBILITÀ È IMPORTANTE

«Perché vuol dire "prendersi cura" del futuro, e il futuro è dei più piccoli. Sono proprio loro, i bambini, il vero motore del nostro impegno quotidiano, costantemente al centro del nostro lavoro»



#ONEFORMEONEFORYOU

NOMINATION

ITALY



COMPOSABLE

CREA IL TUO BRACCIALE LINK DOPO LINK
MADE IN ITALY



Il vantaggioso mercato delle auto usate

Specialista nella ricerca e nell'intermediazione delle migliori condizioni relativamente al prodotto nuovo e usato di tutte le marche, MP-Auto, dopo una ricerca accurata e molteplici controlli, seleziona solo le migliori occasioni per proporle alla propria clientela. L'esperienza di Marco Protasoni

L'andamento del mercato delle auto usate in Italia è in continua crescita, gli ultimi dati infatti confermano un trend consolidato in ascesa. Secondo il recente rapporto di Unrae ci sono stati complessivamente 293.092 trasferimenti di proprietà, pari a una crescita del 5,5 per cento rispetto allo stesso periodo del 2022 (277.743 trasferimenti di proprietà). I trasferimenti netti aumentano del 4,0 per cento e le minivolture del 7,9 per cento.

Un aumento significativo che è durato per tutto il 2023. Gli automobilisti italiani continuano a guardare con sempre maggiore attenzione al mercato delle auto usate e, in particolare l'alimentazione preferita è ancora il diesel, per cercare di ridurre i costi di gestione.

Acquistare un'auto usata da un concessionario è una scelta responsabile e vantag-



Marco Protasoni, titolare della MP-Auto di Castellanza (Va) - www.mp-auto.it



SERVIZIO EFFICIENTE

Ci impegniamo a fornire un'ampia selezione di auto usate di qualità, che sono sottoposte a controlli rigorosi, per garantire la massima soddisfazione e sicurezza ai nostri clienti

giosa purché ci si rivolga ad aziende conosciute e trasparenti i cui potenziali clienti non possano temere frodi o pratiche commerciali scorrette. «Siamo estremamente soddisfatti di vedere una così notevole crescita nel mercato dell'usato. Questo dato conferma la nostra convinzione che le auto usate siano una scelta sempre più vantaggiosa per gli acquirenti» afferma Marco Protasoni, titolare di MP-Auto.

Come nasce la vostra azienda?

«La nostra società nasce nel 2017. Siamo partiti da una struttura molto piccola, guidata da tre persone dall'esperienza consolidata nel mondo delle auto. Da subito abbiamo capito l'importanza di trovare una

precisa collocazione sul mercato e ci siamo specializzati su veicoli aziendali o usati con pochi km e pochi anni di vita. Il nostro obiettivo è stato fin dall'inizio quello di puntare su auto di qualità e per questo proponiamo vetture ben accessoriate con un unico precedente proprietario e sempre tagliandate. Nel 2020 ci siamo trasferiti in un salone più grande di proprietà, che ci ha dato la possibilità di crescere e dedicare maggiore attenzione ai clienti. A tal fine abbiamo aggiunto allo staff un preparatore e una figura "ibrida", dedicata alla consegna e alle esigenze dei clienti dopo la vendita. Abbiamo inoltre inserito anche un venditore per avere più tempo da dedicare ai clienti. Grazie a rapporti decennali

siamo riusciti a stringere sinergie con grossi gruppi legati ai prodotti premium, questo ci permette di offrire ai nostri clienti automobili e veicoli commerciale in ottime condizioni e ben allestiti. Per essere più efficienti e trasmettere maggiore sicurezza a chi si rivolge a noi, a fine 2023, abbiamo acquistato uno spazio vicino alla nostra sede strutturando un'officina composta da 4 ponti e con le migliori attrezzature. Sono state assunte 3 nuove figure da inserire e ora possiamo affermare di avere trovato un ottimo equilibrio: disponiamo di chi esegue le manutenzioni e ripara le auto, abbiamo chi le prepara e le lucida, chi le vende e disponiamo di una persona attenta alle esigenze del cliente dopo la vendita. Inoltre abbiamo un servizio di noleggio a breve e lungo termine».

Cosa vi caratterizza maggiormente?

«Vogliamo mantenere la flessibilità e la velocità di una piccola azienda, struttura che ci permette anche di non perdere il "contatto umano" che inevitabilmente i grossi gruppi non riescono a mantenere. Le piccole dimensioni ci consentono di vendere vetture selezionate e accuratamente controllate. Crediamo che la migliore pubblicità sia la soddisfazione del cliente e il conseguente passaparola. Ci impegniamo a fornire un'ampia selezione di auto usate di qualità, che sono sottoposte a controlli rigorosi, per garantire la massima soddisfazione e sicurezza ai nostri clienti. La nostra società è in grado di offrire formule finanziarie personalizzate, c'è la possibilità di finanziare l'intero importo anche con la formula della maxi rata finale. A completare la nostra offerta siamo in grado di proporre formule assicurative attraverso società primarie del settore, molto convenienti pur mantenendo massimali elevati».

Il mercato delle auto usate sta crescendo in maniera esponenziale, quali sono le ragioni?

«Diversi sono i fattori da considerare, anche se il più ovvio e comune resta pur sempre quello economico. Se a questo si aggiunge il dettaglio che le auto nuove sono diventate in molti casi più costose del 10-20 per cento, è chiaro che una delle ragioni è sicuramente il potere d'acquisto della popolazione».

Che tipo di alimentazione cercano sul mercato?

«Dopo l'eccesso del diesel degli anni precedenti, oggi il mercato è più equilibrato: chi percorre pochi chilometri utilizza soprattutto benzina o ibrido. Il cliente che fa molti chilometri, invece, richiede diesel, euro 6, macchine pulite che permettono di consumare meno».

Quali sono i modelli più ricercati?

«Ultimamente la gente sta entrando nella logica di acquistare macchine ibride. Questi risultati evidenziano un interesse crescente da parte dei consumatori per veicoli a basso impatto ambientale e tecnologicamente avanzati, riflettendo le tendenze attuali nel settore automobilistico verso la sostenibilità e l'efficienza energetica». • **Bianca Raimondi**

Vantaggi dei clienti

L'acquisto di un'auto usata offre numerosi vantaggi sia dal punto di vista economico che pratico. Le auto usate hanno prezzi più convenienti rispetto a quelle nuove, consentendo ai clienti di ottenere modelli di alta qualità a costi ridotti. Inoltre, i tempi di attesa per l'acquisto di un veicolo usato sono significativamente ridotti rispetto a quelli necessari per un'auto nuova. Le auto usate rappresentano una soluzione ideale per chi desidera risparmiare denaro senza rinunciare alla qualità. L'ampia varietà di modelli disponibili nel mercato dell'usato consente ai clienti di scegliere rapidamente l'auto più adatta alle proprie esigenze e preferenze. I concessionari professionali offrono servizi di controllo e manutenzione accurati, garantendo che ogni veicolo sia in ottime condizioni prima di essere messo in vendita. Inoltre, i concessionari sono obbligati ad offrire garanzie sulle auto usate, fornendo una ulteriore sicurezza agli acquirenti.

Il futuro della serigrafia

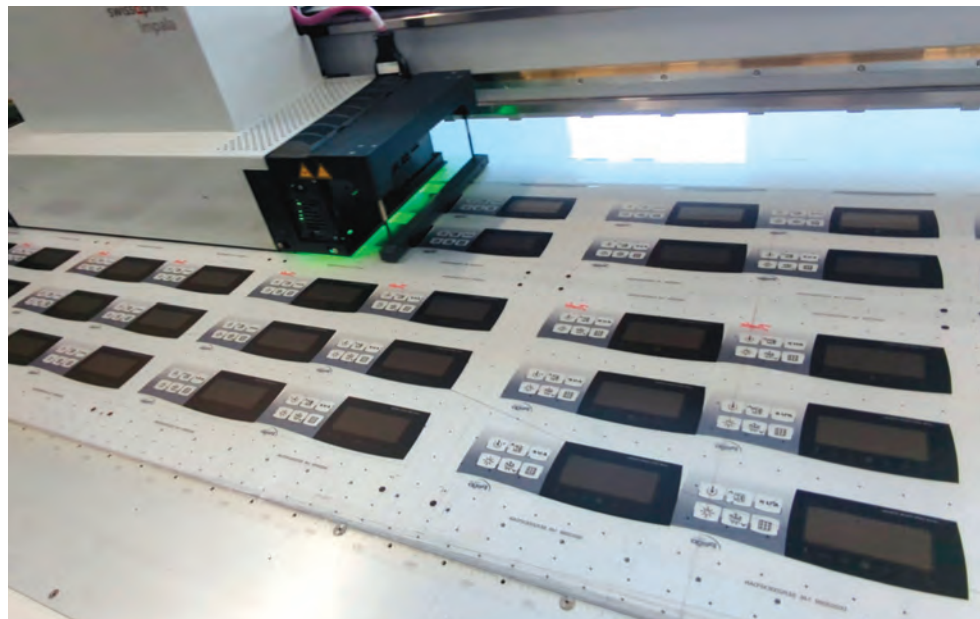
Sostenibilità, innovazione e qualità sono i pilastri su cui si fonda Seriveneta, società che dal 1994 si occupa di serigrafia. Oggi prosegue il suo cammino puntando sulla sostenibilità ambientale e sociale. Ne parliamo con i titolari Andrea e Dario Rolle

Il settore della serigrafia negli ultimi anni ha attraversato una grande evoluzione che ne ha determinato un forte cambiamento, permettendo alle aziende di adeguarsi alle notevoli innovazioni in atto. Le più virtuose di esse hanno poi cercato di conformarsi ai canoni della sostenibilità. Tra queste occupa un posto speciale Seriveneta, fondata nel 1994 da Roberta e Ermanno Rolle, coppia di imprenditori con una lunga esperienza nel settore della serigrafia, e di recente diventata società benefit a tutti gli effetti. Oggi è guidata dai figli dei fondatori, Andrea e Dario Rolle.

«L'attività è iniziata con la produzione di etichette adesive in pvc, poliestere e policarbonato e con il servizio di stampa serigrafica in conto lavorazione - afferma Andrea Rolle -. Nel corso degli anni, i nostri genitori hanno ampliato la gamma di prodotti e servizi aggiungendo i frontalini per schede elettroniche e tastiere in poliestere o policarbonato». Oggi Seriveneta produce principalmente etichette e tastiere rivolgendoci in maniera specifica al mercato b2b.

Quali cambiamenti ha determinato il vostro ingresso in azienda?

DARIO ROLLE: «Abbiamo apportato una visione più innovativa, avviando un programma di modernizzazione che ha previsto l'introduzione di un gestionale per la produzione che permette una migliore or-



MISSION

Vogliamo contribuire alla competitività dei nostri clienti fornendo un servizio di stampa serigrafica e stampa digitale di qualità, costante, affidabile e con tempi di consegna certi

ganizzazione; l'introduzione della stampa digitale e plotter da intaglio automatici; il miglioramento della gestione e il monitoraggio della sicurezza sul lavoro. Grazie al nostro programma, Seriveneta ha aumentato la produttività e la qualità dei prodotti. Nel 2020 abbiamo effettuato un aggiornamento del parco macchine con l'acquisto di una stampante digitale wide format au-

mentando la capacità produttiva, la qualità degli stampati e le varietà dei materiali su cui stampare. Ci siamo aperti così a mercati diversi (industriale, chimica, elettronica, sanitario, moda, automotive, cartellonistica e cartotecnica)».

Cosa si possono aspettare i clienti di Seriveneta?

ANDREA ROLLE: «Vogliamo contribuire alla competitività dei nostri clienti fornendo un servizio di stampa serigrafica e stampa digitale di qualità, costante, affidabile e con tempi di consegna certi. Le nostre competenze hanno permesso a Seriveneta di costruire un solido rapporto lavorativo con aziende ben strutturate nei campi dell'elettronica, elettromeccanica, trattamento aria/acqua e arredi per comunità. L'azienda ha posto il focus sull'importanza della supply chain per i clienti, curando la personalizzazione dei prodotti, l'affidabilità del processo produttivo e sviluppando soluzioni efficaci e innovative. Dallo studio del prodotto alla consegna, tutti i reparti lavorano

in un'ottica di costante miglioramento, ponendo particolare attenzione alle specifiche esigenze del cliente. Grazie a questa filosofia lavoriamo da tempo per aziende leader di mercato».

Cosa vi ha portato a diventare società benefit?

A.R.: «La consapevolezza che il lavoro è ciò che ci consente di crescere anche a livello personale, per questo lo sviluppo del nostro business deve tenere conto dell'impatto che avrà sulle persone e sull'ambiente, tanto internamente quanto esternamente all'azienda. E così, nel 2022, abbiamo deciso di trasformare Seriveneta Snc in una Srl società benefit, abbiamo introdotto un codice etico e ci siamo impegnati a seguire gli obiettivi Esg dell'Agenda 2030. È stato un passo molto importante per proteggere la missione dell'azienda e distinguersi sul mercato attraverso una forma giuridica virtuosa e innovativa. Ci prefiggiamo lo scopo di avere un impatto positivo sulla società e sulla biosfera, una solida base per l'allineamento della missione a lungo termine e la creazione di valore condiviso».

Come si concretizza il vostro impegno per la sostenibilità?

D.R.: «Seriveneta vede, nel suo cammino verso la sostenibilità, diversi punti strategici, a partire da quello riguardante la collaborazione e la sinergia con imprese e società preferibilmente benefit o che comunque abbiano scopi allineati e sinergici con quello della società. L'obiettivo di Seriveneta è quello di indirizzare i progetti imprenditoriali ispirati ai principi di sostenibilità ambientale e sociale, veicolando la promozione di modelli e strumenti di compliance nelle imprese, volti a perseguire obiettivi di sostenibilità ambientale e sociale. Per noi la sostenibilità sociale passa quindi anche dalla soddisfazione personale e professionale di chi fa parte dell'azienda. Portando avanti il rispetto delle esigenze personali, familiari e sociali, Seriveneta adotta al contempo la flessibilità e trattamenti differenziati, ove necessario, che consentono il perseguimento di una sostanziale parità di trattamento e genere. Questo, per l'azienda, si traduce in un ambiente di lavoro flessibile nel quale la condivisione del sapere e delle relazioni di qualità mirano a valorizzare la professionalità e l'autonomia di ciascuno. Il tutto con la stessa cura e attenzione che Seriveneta estende poi a clienti, fornitori e stakeholders, elementi fondamentali dello sviluppo e della crescita dell'azienda». • **Beatrice Guarnieri**

Dario e Andrea Rolle, titolari della Seriveneta di Padova - www.serivenetanet.com



Gli ultimi investimenti

Fondamentale per Seriveneta è stata l'adozione di un nuovo sistema di incisione dei telai serigrafici. Ora conta su un fornitore esterno che usa la tecnologia di incisione diretta detta computer to screen (Cts). Oltre a migliorare la qualità dell'immagine questa tecnica non usa più le pellicole e incide direttamente il telaio con un sistema Led. Inoltre è stata installata una nuova stampante digitale più sostenibile rispetto ai precedenti plotter in quanto utilizza l'inchiostro certificato Greenguard Gold UL2818, che garantisce bassi livelli di emissioni di composti organici volatili e un rispetto per la salute e l'ambiente, ed è dotata di diverse funzioni particolari che la rendono compatibile con l'Industria 4.0.

Seriveneta ha investito anche in una nuova macchina per la stampa serigrafica progettata con materiali robusti e duraturi, che garantiscono un funzionamento affidabile nel tempo, e dotata di un sistema di controllo digitale che facilita l'utilizzo e la manutenzione. Infine, ha affiancato al nuovo macchinario un forno UV per la polimerizzazione dello stampato di ultima generazione che garantisce basse emissioni ed è pienamente compatibile ai requisiti Industria 4.0.

Mutti: “È emergenza climatica”

Francesco Mutti, ad del Gruppo leader in Europa nel mercato dei derivati del pomodoro, racconta i driver di sviluppo e rammenta i pericoli per la filiera. Occorre «mitigare il cambiamento climatico e continuare il percorso di miglioramento e valorizzazione del pomodoro made in Italy»

Nonostante una campagna di lavorazione del pomodoro 2023 piuttosto complicata, Mutti è riuscita a trasformare 525mila tonnellate di materia prima 100 per cento italiana di qualità, garantendo il corretto approvvigionamento dei 100 Paesi in cui l'azienda, leader in Europa, è presente con i suoi prodotti. Ricordiamo le avverse condizioni climatiche della scorsa primavera, quando gravi eventi meteorologici hanno colpito l'Emilia Romagna e la Puglia, con un impatto significativo sulla pianificazione dell'attività produttiva. A pesare anche l'aumento del prezzo del pomodoro, che si è aggiunto agli elevati costi di produzione complessivi, in particolare delle materie prime per gli imballaggi. È Francesco Mutti, amministratore delegato di Mutti, a rinnovare la necessità di una riflessione sul futuro della filiera del pomodoro.

Ha più volte rimarcato la mancanza in Italia di una cultura della carenza di acqua, che rischia di provocare effetti drammatici. Individua altri fattori critici del settore del pomodoro?

«Al momento i fattori climatici, insieme ai fattori economici, sono i due principali elementi verso cui gli operatori del settore, ma non solo, dovrebbero direzionare i propri sforzi senza ulteriori attese. Le ultime campagne di trasformazione ci hanno dimostrato come l'emergenza climatica si stia aggravando di anno in anno in modo esponenziale. Non affrontare questo problema ora significa ridurre sistematicamente la possibilità di poter intervenire successivamente, quando la situazione potrebbe essere irreversibile».

Qual è la sua visione del futuro? Quali le principali sfide da affrontare?

«Negli ultimi anni il mercato globale del pomodoro ha subito importanti carenze produttive causate da condizioni atmosferiche estreme, allo stesso tempo ha visto un'evoluzione della “geopolitica” del pomodoro: nuovi Paesi come

Francesco Mutti, amministratore delegato di Mutti



LA “FILIERA STRETTA”

Il legame che unisce l'azienda Mutti alle famiglie conferitrici è di lunga data, incentrato su fiducia e rispetto reciproci

la Cina, ma anche l'Iran e la Turchia, stanno aumentando le loro capacità produttive, incrementando dunque l'offerta globale della materia prima. Queste saranno le principali sfide del futuro: agire con responsabilità per mitigare il cambiamento climatico e le relative conseguenze sulle colture; continuare il percorso di miglioramento e di valorizzazione del pomodoro made in Italy e della sua qualità, così che potenziali eccessi di offerta di materia prima estera non vadano a minare il valore dell'intero settore».

Mutti si avvale della collaborazione di oltre 800 famiglie di agricoltori conferitrici della materia prima tra Nord e Sud ed è impegnata da anni per garantire la trasparenza della filiera con una particolare attenzione alle questioni etiche. Come si mettono in pratica valori come sicurezza, qualità e sostenibilità, anche sociale?

«In Mutti parliamo di “filiera stretta” proprio perché il legame che unisce l'azienda alle famiglie conferitrici è di lunga data, incentrato su fiducia e rispetto reciproci. In particolare, per garantire che questi valori vengano condivisi lungo tutta la filiera, instauriamo un modello collaborativo caratterizzato dai seguenti elementi: raccolta meccanizzata in tutte gli areali di produzione, politiche di premium price sulla materia prima, volte a stimolare un circolo virtuoso nelle aziende agricole a beneficio della sempre migliore qualità del pomodoro, tracciabilità (certificazione Iso 22005), certificazione etica (i conferitori aderiscono a uno schema di valutazione sul piano etico, condotto da una parte esterna), controlli sulla materia prima in entrata e sui prodotti finiti; solo nel 2022 i nostri laboratori hanno effettuato più di 730mila analisi nel corso della campagna di trasformazione del

pomodoro».

Mutti ha registrato nel 2022 un fatturato di 563 milioni di euro, con i volumi di export che hanno superato quelli di vendita italiani. I vostri piani sul fronte dell'internazionalizzazione?

«L'internazionalizzazione è attualmente uno dei main focus del Gruppo e l'obiettivo, in particolare, è quello di realizzare a livello internazionale ciò che abbiamo costruito con successo in Italia: investire fortemente per rafforzare la presenza e l'espansione sui mercati, facendo leva sui valori chiave di qualità, gusto e tradizione italiana. Oggi il Gruppo Mutti è presente in 100 Paesi del mondo e l'export pesa più del 50 per cento a volume con una crescita a doppia cifra di anno in anno. Negli ultimi 11 anni Mutti ha aperto sei filiali commerciali per lo sviluppo del mercato locale in Francia (2013), Usa (2016), Nordics (2018), Australia (2019), Germania (2022) e Regno Unito, ultima filiale aperta solo qualche settimana fa. Al di fuori del perimetro europeo, prosegue la crescita in Australia, dove

il Gruppo ha raggiunto la leadership di mercato nel 2023, in Usa e in altri Paesi chiave come Canada e Israele».

L'innovazione è un pilastro fondamentale dell'azienda parmense. Dall'iconico tubetto di pomodoro concentrato all'InstaFactory, quali sono le principali tappe che caratterizzano la storia dell'innovazione introdotta da Mutti?

«È il 1899 quando la F.Ili Mutti inizia a dedicarsi esclusivamente al mondo del pomodoro; tuttavia, il desiderio di innovazione è un carattere già presente nel Dna della mia famiglia. Nel 1850, infatti, Giovanni Mutti inizia ad applicare la rotazione delle colture, 15 anni prima della moderna agronomia. Esattamente un secolo dopo sarà Ugo Mutti, con il suo innovativo e iconico “tubetto dal ditale”, a far entrare l'azienda di famiglia nella storia dei packaging alimentari. Il 1971 segna un'altra tappa importante nel nostro percorso innovativo: è, infatti, l'anno in cui viene brevettata la Polpa di Pomodoro, ricetta ancora oggi segreta. Arrivando al secolo nuovo, nel 2020 l'azienda presenta “Sul Campo”, la prima passata prodotta direttamente sul terreno di raccolta grazie a InstaFactory, uno stabilimento mobile- ideato e brevettato da Mutti- che per-

100

Paesi

I mercati in cui oggi è presente il Gruppo Mutti

mette di trasformare il pomodoro appena raccolto, preservandone al meglio le caratteristiche organolettiche. Negli ultimi anni, abbiamo ampliato la gamma di prodotti con Pesti di pomodoro, Zuppe Fresche e, da ultimo, nel 2022 è stato lanciato il Ragù 100 per cento vegetale. L'innovazione è dunque un elemento che ha caratterizzato e continua a caratterizzare a 360° il percorso del Gruppo». •Francesca Druidi



Ingegneria del sottosuolo

Gennaro Albanese, amministratore e socio unico dell'Albanese Perforazioni, illustra il puntuale e attento lavoro di indagini geognostiche al servizio di aziende private ed enti pubblici in ottica di una maggiore tutela ambientale

Costituita nel 1994, la società Albanese Perforazioni oggi è saldamente impiantata su una tradizione di professionalità e di estrema affidabilità ed è fortemente proiettata al futuro nel settore delle opere pubbliche e delle indagini del sottosuolo. «Questa azienda è il frutto di una tradizione di famiglia – racconta l'amministratore, Gennaro Albanese -. Mio padre ha lavorato come sondatore per molti anni, ma non era un imprenditore. Lui mi ha insegnato il mestiere, grazie al quale io e mio fratello abbiamo avviato questa attività fino a sei anni fa, quando di comune accordo ho deciso di acquisire le sue quote e rilevare l'intera azienda. Il nostro core business è tutto ciò che riguarda l'ingegneria del sottosuolo: indagini geognostiche, geotecniche, geofisiche, consolidamento dei terreni mediante pali e micropali e fori drenanti, senza dimenticare le autorizzazioni per altre categorie di lavorazioni, come ad esempio la costruzione strade. La nostra principale attività rimane comunque quella delle indagini geognostiche sia in terraferma che off-shore, ed è proprio verso queste ultime che ci siamo sempre più specializzati. Le indagini anzidette sono spesso condotte nei porti con l'obiettivo di caratterizzare i fondali, ad esempio in caso di modifica della profondità o per la costruzione di nuove banchine e scogliere, mentre al largo i sondaggi sono sicuramente più impegnativi e riguardano sempre più l'eolico off-shore. Noi siamo sempre stati al passo con i tempi e visto che molti nostri clienti sono orientati verso le energie rinnovabili, vedi la costruzione di parchi eolici e fotovoltaici, dunque abbiamo deciso di attrezzarci e specializzarci anche per le indagini in mare».

Albanese Perforazioni ha sede a Ripalimosani (Cb) - www.albaneseperforazioni.it



CORE BUSINESS

La nostra principale attività rimane quella delle indagini geognostiche sia in terraferma che off-shore, sulle quali ultimamente ci siamo sempre più specializzati

«Un bagaglio di conoscenze e competenze che permette all'azienda di collaborare con molti partner. «I nostri clienti sono principalmente società di energia a livello nazionale, società di ingegneria, ma anche enti pubblici, per i quali lavoriamo spesso collaborando con altre società per la realizzazione di infrastrutture di vario genere. Ultimamente, il nostro campo di occupazione principale, per gli enti pubblici, è quello legato alle indagini ambientali, con caratterizzazione di materiali, acque, livelli di inquinamento e analisi necessarie per poi progettare le operazioni di bonifica, come ad esempio per le discariche». Dunque, Albanese Perforazioni si occupa di tutto ciò che ha a che fare con le indagini ambientali in sito: caratterizzazione dei terreni, prelievo di campioni, analisi chimiche, misurazione del livello di emungimento dell'acqua di falda. Tutte queste rilevazioni vengono messe a disposizione di professionisti e gestori delle discariche, che desiderano intervenire per semplice monitoraggio o per risolvere un problema. «Per fare un esempio: le discariche di umido, sebbene ben coibentate, devono effettuare dei controlli periodici sui terreni limitrofi per accertare che non ci siano perdite di percolato, altamente inquinante per le falde acquifere ma anche per tutto il territorio circostante. In sintesi ci occupiamo di questi controlli, lavorando a stretto contatto con gli enti di

controllo, vedi Arpa. Le rilevazioni vanno condotte in contraddittorio, ovvero effettuando delle indagini parallele a quelle portate avanti dall'ente pubblico e poi confrontando i risultati, per una maggiore chiarezza e correttezza». Tutto ciò in un'ottica a sostegno dell'ecologia. «La tutela ambientale è il nostro principale motore. Per questo ormai da anni lavoriamo con società

che si occupano di energia rinnovabile, lavoriamo a contatto con enti di controllo ambientale, come già detto, ma abbiamo anche cambiato il nostro approccio alla sostenibilità: abbiamo acquistato dei mezzi green, che utilizzano lubrificanti per i motori e per gli impianti idraulici composti da olii non inquinanti. Nonostante già il parco macchine esistente rispettasse tutte le specifiche per la massima protezione, come ad esempio le vasche di raccolta, abbiamo deciso di percorrere la strada più "verde" possibile, acquistando di fatto due macchine di classe ambientale alta e stiamo per acquistarne una terza». In un settore importante come questo, non sono da dimenticare i rapporti con il mondo accademico, con cui Albanese Perforazioni è da anni in sinergia. «Siamo ventitré dipendenti, comprensivo di amministrativi, tecnici, autisti e operatori specializzati e ci avvaliamo di



Progetti futuri

«Come commesse importanti per il prossimo futuro – aggiunge Albanese – abbiamo quella stipulata con Roma Capitale per lo studio della vulnerabilità sismica degli edifici scolastici di grado primario, che dovrebbe partire nel corso di quest'anno. Le commesse più numerose sono certamente quelle con i parchi eolici su terra che, grazie ai nuovi incentivi, stanno rimodernando l'intera rete a livello infrastrutturale, con pale eoliche di nuova generazione, più alte e con nuove fondazioni, che cambieranno la produzione di energia da 1 a 3 Mw. Anche per l'eolico off-shore siamo pronti a partire, ma in questo caso il processo burocratico è più lungo».

cinque figure esterne tra geologi e ingegneri ambientali, che collaborano con noi. Qualora la specificità delle indagini lo richieda, troviamo ampio riscontro nel mondo accademico, collaborando con professori universitari specializzati in materia (ne è un esempio il professor Carlone docente di chimica organica del Dipartimento di scienze chimiche e fisiche dell'Università degli Studi dell'Aquila). Teniamo molto a collaborare sempre con le maggiori professionalità del nostro mondo accademico, per ricercare sempre l'eccellenza. Di contro l'Università ci vede pur sempre come un'impresa esecutrice, quindi istaura con noi rapporti per lo svolgimento di indagini sperimentali, ne è la conferma la presenza in azienda di uno stagista della facoltà di geologia dell'Università di Bologna». • EB

Il riciclo inizia dalla compattazione

Con l'amministratore unico della divisione italiana, Donatella Colecchia, focus sull'attività di Mil-tek, azienda danese specializzata in soluzioni su misura ad aria compressa e a basso impatto ambientale per la riduzione dei rifiuti commerciali e industriali

I rifiuti sono un sottoprodotto inevitabile delle attività produttive e commerciali. La loro gestione rappresenta un costo significativo per la maggior parte delle organizzazioni, che varia in funzione delle modalità in cui si gestiscono. Modalità che hanno un impatto determinante sull'impronta ambientale dell'azienda, sulla sua reputazione ma anche sulla sua gestione interna.

Abbiamo dovuto aspettare il nuovo millennio per cominciare a parlare diffusamente di riciclo ed economia circolare, qualche anno ancora per scardinare l'equazione di rifiuti come costo fisso per gli imprenditori piuttosto che come potenziale fonte di ricchezza. Oggi è universalmente accettato che i rifiuti possono diventare fonte di guadagno diretto o indiretto per l'azienda, a patto che vengano riciclati con efficienza. Carta, plastica, vetro, polistirolo e tutti gli scarti inquinanti e riciclabili vanno trasportati dal punto in cui vengono prodotti al punto dove inizierà la lavorazione per una loro nuova vita. Questo viaggio ha un costo, che può essere ridotto al minimo riducendo i volumi degli scarti da valorizzare. Installando dei compattatori proprio dove si producono i rifiuti è possibile ridurre anche i viaggi, abbattendo i costi e aumentando igiene e sicurezza dell'ambiente di lavoro, indipendentemente dal settore di riferimento.

Tra le aziende specializzate nel ciclo di trattamento dei rifiuti, con particolare riguardo alla compattazione, c'è Mil-tek, divisione italiana dell'azienda specializzata danese, operante in Italia da più di 20 anni per fornire soluzioni su misura ad aria compressa e a basso impatto

Donatella Colecchia, amministratore unico della Mil-tek Italia, che ha sede a Roma
www.miltek.it



LA SFIDA QUOTIDIANA

Convincere le aziende che il riciclo è importante, che la sicurezza sul lavoro dipende anche da come si trattano gli scarti, che le emissioni di CO2 vanno ridotte

ambientale per la riduzione dei rifiuti commerciali ad organizzazioni e industrie di ogni tipo e di tutte le dimensioni, inclusi i settori manifatturiero, Horeca, logistica, Gdo, edilizia, sanità e Rsa, automotive, nautica.

«La tecnologia delle presse pneumatiche Mil-tek è alla terza generazione – sottolinea Donatella Colecchia, della divisione italiana dell'azienda – e oggi le nuove presse Serie A hanno il ciclo di pressaggio più veloce al mondo, grazie a un pistone di ultima generazione a doppia corsa che permette al piatto di pressatura di scendere ma anche di risalire. La fase di risalita è molto più veloce grazie a un sistema di aria compressa e senza l'uso di molle. Questo sistema ha praticamente azzerato la necessità di manutenzione ordinaria, che prevedeva la sostituzione delle molle per la risalita del pistone ogni anno. Il nuovo pistone ha una durata stimata di circa 20 anni di lavoro e basterà sostituire il pistone per donare altri 20 anni alla macchina. Per questo le presse pneumatiche Mil-tek sono oggi la scelta migliore anche in termini di risparmio nel lungo periodo. Inoltre, le presse pneumatiche Mil-tek sono progettate con il 98 per cento di materiali riciclabili e dotate del sistema brevettato ECDrive low energy, che riduce il consumo di energia fino al 60 per cento».

Mil-tek dedica una parte delle proprie atti-

vità aziendali alla divulgazione dei benefici derivanti da una buona gestione dei rifiuti. I destinatari sono le imprese italiane, affiancate in un processo di informazione e formazione dedicato a come riciclare al meglio e ottenere certificazioni green e sgravi fiscali. Non solo. La divisione italiana della casa madre danese progetta linee di produzione con l'ausilio di sistemi lean compacting, per ridurre al minimo le emissioni di anidride carbonica.

«La battaglia per un ambiente più pulito – conclude Donatella Colecchia – passa anche attraverso la gestione dei rifiuti, che deve essere rinnovata nei comportamenti e negli investimenti. Convincere le aziende che il riciclo è importante, che la sicurezza sul lavoro dipende anche da come si trattano gli scarti, che le emissioni di CO2 vanno ridotte non è facile, ma è una sfida che cogliamo tutti i giorni con entusiasmo, perché fa parte della nostra filosofia aziendale da sempre. Sviluppare e consigliare la tecnologia pneumatica, soluzione più ecologica ed efficiente della vecchia tecnologia idraulica, fa parte della nostra mission e speriamo possa contribuire alla battaglia contro l'inquinamento». • Alessia Cotroneo



Dalle presse oleodinamiche a quelle ad aria compressa

Le presse per rifiuti sono state prodotte, fin dal secolo scorso, con la tecnologia oleodinamica, basata sulla forza creata dall'olio idraulico sotto pressione. Ottima soluzione, valida per officine e industria meccanica, dove le perdite di olio e le complessità di manovra e manutenzione sono facilmente gestibili. Ma questa tecnologia non si presta bene in un supermercato, un ospedale o un albergo. La rivoluzione arriva dalla Danimarca, nazione da sempre all'avanguardia nel rispetto dell'ambiente e nello sviluppo delle tecnologie associate. Nell'ultimo decennio del secolo scorso la Mil-tek Danmark A/S progettò e iniziò la produzione di una gamma di presse ad aria compressa. A differenza delle presse idrauliche, alimentate da un motore elettrico che pompa olio negli arieti per spingere in basso la piastra pressatrice, la pressa pneumatica è alimentata da aria compressa e non ha componenti elettrici. Questa specificità tecnica permette di risparmiare energia e ottenere un ambiente di lavoro più pulito e silenzioso, consentendone l'installazione anche in laboratori medici, cucine, produzioni alimentari.

La storia di Nuncas, uno dei brand più apprezzati con i suoi prodotti per la cura dei tessuti, della casa e della persona, parte da lontano. Da Nunzio Cassata che emigra dalla Sicilia a Milano, dove nel 1920 fonda la sua impresa artigianale da una grande intuizione: un prodotto, il Bianchetto White Nuncas, per pulire le scarpe bianche allora di gran moda. Oggi l'azienda ha superato i cent'anni di attività e resta un'impresa di famiglia. Dopo Salvatore, figlio di Nunzio, è la volta di Rosy Maria Luisa Cassata, amministratore e direttore creativo, affiancata dal marito Luca Manzoni, amministratore delegato. Poi c'è la quarta generazione, rappresentata da Carlotta Manzoni, direttore marketing, e Aurelio, corporate social responsibility manager. Proprio con Rosy Cassata, neo Cavaliere del Lavoro, ripercorriamo i motivi del successo di Nuncas e gli obiettivi per il futuro.

Il nome dell'azienda Nuncas deriva dal nome di suo nonno, Nunzio Cassata. Un'azienda maschile che con lei - in qualità di amministratore e direttore creativo - ha acquisito una nuova prospettiva. Come definirebbe la sua visione?

«Quando sono entrata in azienda, mio papà voleva semplificare la vita delle donne con prodotti pratici ed efficaci, e ho capito che ciò che mancava a questo mondo era un tocco che solo io potevo dare, cioè la femminilità. Infatti, quando ho iniziato a lavorare in Nuncas negli anni Ottanta il mondo della

Rosy Maria Luisa Cassata, amministratore e direttore creativo Nuncas



pulizia domestica era fatto da prodotti dal tono professionale e poco accattivanti, in poche parole: maschili. Fare le pulizie e prendersi cura della casa era quindi un dovere, un'attività senza gioia, mentre io volevo renderlo appagante e di soddisfazione, la stessa che mettevo nel prendermi cura di casa mia. Negli anni, quindi, ho messo il mio impegno nel migliorare ciò che di buono c'era e dargli quel tocco di brillantezza, fosse esso un'immagine più ricercata o una fragranza che andavo a cercare nelle più pregiate case profumiere d'Europa. Gli stessi prodotti nascono spesso da una mia esi-

La nostra chimica buona e sostenibile

Rosy Maria Luisa Cassata ha portato un valore aggiunto di benessere, cura delle persone e dell'ambiente in cui viviamo nella conduzione dell'azienda di famiglia, da sempre vocata all'innovazione e alla qualità. Parola d'ordine per il presente e futuro: sostenibilità



genza che cerco di risolvere insieme al laboratorio. Questo insieme di fattori sono diventati la chiave del nostro successo, è ciò che ci distingue sul mercato e per il quale veniamo riconosciuti e apprezzati da tutti i nostri consumatori».

In Nuncas la fase di ricerca e sviluppo è fondamentale. Quanto investe l'azienda in R&S e come nascono i prodotti che hanno saputo progressivamente conquistare la fedeltà dei consumatori?

«Tutti i prodotti che abbiamo realizzato fino ad oggi sono nati da una nostra necessità in primis come consumatori. Solitamente, individuato un bisogno parte un iter che coinvolge il reparto marketing e ricerca e sviluppo dove capiamo quali opportunità tecnologiche offre la chimica e se ci sia uno spazio di mercato. Siamo soliti anche lavorare sui prodotti già a catalogo per capire se le formule possono essere migliorate e se possiamo usufruire di avanguardie formulistiche. Ogni anno, infatti, investiamo circa il 5 per cento in ricerca e sviluppo perché vogliamo essere sempre alla frontiera dell'innovazione. Alcuni prodotti, invece, compiono il percorso inverso, quindi cercando un ambito di applicazione per nuove scoperte formulistiche, come è stato nel caso del prodotto Cooking Sgrassante: abbiamo individuato nuove materie prime adatte al contatto alimentare e abbiamo quindi realizzato un prodotto perfetto per pulire la cucina e i piani di lavoro».

Una data spartiacque è il 2008 con l'inaugurazione dello stabilimento di Settimo Milanese, il primo in Italia energeti-

camente autonomo e interamente ecosostenibile. Come si declina in Nuncas il concetto di sostenibilità a 360 gradi, penso anche a livello sociale e di benessere dei lavoratori?

«L'impegno verso una chimica buona e sostenibile è radicato nel Dna di Nuncas dagli albori, quando mio nonno Nunzio invitava suo figlio, mio papà, a "far ogni cosa al meglio". Questo motto è dunque quello che ci ha sempre guidati in tutto quello che abbiamo fatto e che oggi è stato teorizzato con le tre P della sostenibilità: profit, people, planet. Abbiamo sempre offerto il prodotto migliore, secondo le tecnologie chimiche più avanzate disponibili in quel momento sia per riguardo verso i consumatori che verso le persone che li producono. Collaboriamo costantemente con laboratori di ricerca per l'individuazione di nuove materie prime, anche da fonti rinnovabili, al fine di concretizzare la realizzazione di una "chimica buona". Infine, abbiamo sempre messo molta cura nella relazione con tutti i nostri stakeholder, siano essi consumatori - quindi attraverso prodotti eccellenti e un servizio consumatori di primo livello - o lavoratori per i quali ci siamo sempre spesi con politiche di welfare e di bilanciamento tra vita personale e lavorativa».

Ha dichiarato come sia importante guardare sempre avanti. Come vede Nuncas tra dieci anni? Quali obiettivi vi siete posti?

«Il nostro obiettivo nei prossimi 10 anni è consolidare la nostra posizione in Italia e crescere in Europa, dove siamo sicuri ci sia una grande opportunità per un'azienda con

le nostre caratteristiche. Questo percorso lo immaginiamo non solo organico alla nostra realtà, ma coadiuvato dalla nostra indole innovativa, quindi con progetti come Washpass, la lavatrice basata sulla chimica dissagregata realizzata in collaborazione con



5%

R&S

Investimenti effettuati ogni anno in ricerca e sviluppo

Haier e altre attività che abbiamo in cantiere e che vedranno la luce nei prossimi anni».

È stata nominata Cavaliere del Lavoro nel 2023 insieme ad altre 5 donne su un totale di 25 nuovi Cavalieri. Quanto è ancora dura l'affermazione femminile nel mondo del lavoro? Vede margini di miglioramento?

«Sono orgogliosa di questo importantissimo riconoscimento e ricorderò sempre con grande emozione il giorno del ricevimento al Quirinale con il presidente Mattarella e gli altri colleghi Cavalieri. Ho pensato a mio nonno e a mio papà e mi sono commossa. Per me rappresenta un nuovo inizio. Rispondo alla sua domanda: il miglioramento è in cammino, ma i progressi sono ancora lenti. Ritengo che non debba esserci una competizione tra i due sessi sia nella vita privata, sia nel lavoro. Le caratteristiche, i ruoli e le qualità devono essere più integrate, mettendo alla base un profondo rispetto. Il ruolo femminile è insostituibile e le diversità sono una grande ricchezza per l'umanità».

• **Francesca Druidi**

Una branding strategy inattaccabile

Webeing.net, partendo dall'analisi dei dati, è in grado di sviluppare un progetto che definisce l'identità del marchio rendendolo riconoscibile su mercato. L'obiettivo è garantire alle imprese una solida presenza sul mercato, come spiega il ceo, Enrico Corinti

Non solo crescere ma anche rimanere solide sul mercato. È una delle sfide più complesse per le aziende nel mercato odierno, in cui la competizione è altissima e i cambiamenti sono imprevedibili. Costruire una strategia di branding di successo è l'arma vincente che Webeing.net ha studiato per aiutare le imprese a raggiungere l'obiettivo. «Partiamo dall'analisi dei dati per sviluppare un progetto di branding strategy che definisce l'identità del marchio e lo rende solido e riconoscibile su mercato - afferma Enrico Corinti, ceo dell'azienda marchigiana -. La creatività è l'ingrediente che aggiungiamo per poter utilizzare i dati in modo innovativo, garantendo così originalità e distinzione». Da oltre dieci anni, come marketing agency, Webeing.net affianca imprenditori e manager nel raggiungere risultati in termini di profitto e posizionamento sul mercato. L'obiettivo è aiutarli a sviluppare idee creative, strumenti, piani e strategie di sales & marketing per supportarli in scelte "data-informed" con analisi mirate. Webeing.net lavora nel contesto nazionale, con qualche escursione all'estero, attraverso un approccio glocal: l'attenzione relazionale dell'impresa di provincia, unita a mindset, metodologie e tecniche utilizzate dalle big companies.

Come può riuscire oggi un'azienda a conquistare il mercato?

«Bisogna essere riconoscibili, possedere una forte identità e chiari valori da comunicare al pubblico di riferimento. Per questo è fondamentale costruire una brand identity che permetta poi di creare una strategia di marca e progettare un piano di marketing digitale mirato. In parole più semplici, bisognerebbe sapere con precisione chi siamo, quali sono i nostri valori, i bisogni dei nostri clienti e le strategie dei nostri avversari. È fondamentale individuare il pubblico di riferimento, conoscere i suoi valori, ma anche le sue abitudini e paure, per riuscire poi a creare un legame solido e duraturo».

Come si possono ottimizzare le risorse di un'azienda in termini di tempo e di costi?

«Ho sviluppato un metodo specifico, Marketing Sprint, che consente di progettare una strategia di marketing in modo rapido e completo, per permettere ai brand di avere chiara la visione di business ancora prima di fare i loro investimenti.

Attraverso Marketing Sprint riusciamo a sviluppare in breve tempo la strategia di marketing adatta ad ogni cliente, sfruttando le migliori tecniche di design thinking e visual thinking, per definire e pianificare in maniera agile e veloce obiet-



IL VALORE DELL'ASCOLTO

Purtroppo le imprese sono troppo autoreferenziali e si focalizzano sul prodotto, non ascoltando quello che la rete ha loro da dire

tivi precisi e concreti. Questa strategia permette alle aziende di fare i loro investimenti senza rischi.

In sole 4 sessioni la nostra azienda-cliente riuscirà a progettare una nuova visione strategica per il proprio brand; conoscere nel dettaglio non solo i bisogni dei suoi clienti ma anche i comportamenti degli avversari; costruire un brand forte e riconoscibile, in grado di incontrare i valori e le attese dei clienti di riferimento; definire obiettivi e pianificare i risultati in modo veloce e snello e infine progettare gli strumenti più efficaci per raggiungere e superare i suoi traguardi.

Il nostro è un approccio multichannel, questa multicanalità è unita da una visione unica che abbraccia la totalità delle azioni. Utilizziamo in particolare una tecnica, affiancata alle classiche road map, legata al mondo degli Okr che serve per definire i risultati chiave che misureranno l'avvicina-

mento agli obiettivi preposti e permetteranno di tenere sotto controllo numerico il progredire verso il successo di un'iniziativa».

Tra le vostre strategie utilizzate, il design thinking cosa permette di ottenere?

«Rapidità, collaborazione ed efficacia sono le caratteristiche di questo metodo, che punta sull'innovazione per affrontare le sfide aziendali quotidiane, senza sprechi di risorse economiche e di tempo. Permette di sbloccare il potenziale creativo di un'impresa. Consente inoltre di organizzare in sistema le informazioni di partenza e analizzare i problemi, far emergere in modo creativo idee e soluzioni, integrare i bisogni innovativi degli utenti, convergere verso soluzioni chiare, prototipare, sviluppare e lavorare più sicuri con una mappa da seguire, abbattendo costi e rischi. Il design thinking consente di ottimizzare le ri-

sorse e di prevedere i tempi e i costi necessari per arrivare alla soluzione finale più sostenibile».

Il vostro metodo è efficace anche per le Pmi?

«Il nostro metodo è perfetto per le medie e piccole imprese, permetterà loro, in un tempo decisamente breve e con costi limitati, di portare i loro brand verso il successo. Consiglio di conoscere meglio il proprio pubblico, studiarne modalità e aspettative, approfondire i trend. Purtroppo le imprese sono troppo autoreferenziali e si focalizzano sul prodotto, non ascoltando quello che la rete ha loro da dire. Le imprese che hanno più successo sono quelle che si sono messe in ascolto e hanno scoperto delle iniziative nascoste».

Quali sono le vostre principali partnership?

«Hubspot, Semrush, Alibaba, Meta, Google, Kpi6. La partnership con Semrush e Kpi6 è molto utile perché ci aiuta ad avere accesso a molte informazioni che sarebbe difficile ottenere. Google e Facebook ci permettono di avere le certificazioni per le campagne pubblicitarie; con Hubspot siamo a fianco dei clienti anche nell'aspetto commerciale; Alibaba ci permette di fare un'internazionalizzazione B2B online, senza avere uffici all'estero, mettendo in vista i nostri clienti su molti mercati esteri». • **Cristiana Golfarelli**

Enrico Corinti, ceo della Webeing di Ascoli Piceno - www.webeing.net



Cosa contraddistingue Webeing.net

La business agility, per un lavoro senza frizione, fluido e che si basa su team esperti e cross-funzionali, insieme all'apporto fondamentale del design thinking, per proposte e tattiche che mescolano creatività e dati in maniera strategica. Soprattutto, l'impegno di Webeing.net è quello di aiutare gli imprenditori e i marketing manager a capire il mercato e le potenzialità per evitare le frustrazioni legate al non vedere il frutto degli investimenti: è per questo che la pianificazione e il rendimento delle azioni sono tra i focus dell'attività. Webeing.net esplora e condivide soluzioni ottimizzate, anche in termini di budget, per rendere la sfida oltre che ambiziosa, sostenibile.

I vantaggi delle nuove coperture metalliche

L'ormai obbligata bonifica delle coperture in eternit si rivela un'occasione per un rifacimento delle coperture industriali e civili che rispetti la salute e l'ambiente, in alcuni casi anche con l'installazione di impianti fotovoltaici. Facciamo un punto con l'ingegnere Lorenzo Ricchiuti, sulle soluzioni offerte da Technocover

Le condizioni climatiche cambiate negli ultimi anni si ripercuotono anche sulla tenuta e sull'impermeabilità delle coperture che, già di per sé fragili essendo realizzate in lastre di amianto/cemento, sono messe a dura prova da eventi eccezionali quali grandinate e dalle così dette "bombe d'acqua". Per fronteggiare al meglio questi problemi, Technocover realizza coperture in metallo, resistenti e sicure per far fronte a tali inconvenienti. Il core business dell'azienda è rappresentato dalla realizzazione di coperture metalliche industriali per tutte le tipologie di strutture (piane, inclinate o con bassa pendenza e curve nelle svariate tipologie di materiali) e dalla realizzazione di coperture civili e residenziali. «L'utilizzo di elementi metallici, prevalentemente in acciaio preverniciato e in alluminio è una delle soluzioni maggiormente consolidate nell'edilizia industriale e civile per la realizzazione di coperture, pareti e solai; pannelli e lamiere vengono installati su ogni tipo di strutture portanti: carpenteria metallica, cemento armato, legno – spiega il titolare ingegnere Lorenzo Ricchiuti -. In termini generali possiamo distinguere gli elementi di grandi dimensioni per copertura in metallo in tre grandi famiglie: pannelli coibentati o sandwich; lamiere grecate; lastre metalliche a lunghezza di falda per coperture piane».

Technocover, che a marzo festeggia i 10 anni di attività, realizza coperture e pareti traslucide con l'utilizzo di lastre in policarbonato alveolare, sfruttando l'impiego dell'illuminazione naturale e riducendo le fonti di luce artificiale. «Attraverso la protezione Uv rinforzata delle lastre si aumenta la resistenza agli effetti atmosferici nel tempo, garantendo quindi una lunga durata del prodotto e un'elevata resistenza alle variazioni cromatiche. Questi sistemi di copertura consentono un risparmio energetico e sostenibilità grazie alla riduzione dei costi di climatizzazione e di riscaldamento».

Le coperture realizzate da Technocover sono complete di tutti gli accessori, complementi e finiture per dare l'opera realizzata a regola d'arte. L'azienda realizza anche sistemi di copertura metallica a falda unica che permettono di non forare il manto sia per l'installazione delle lastre che per l'installazione di sistemi tecnologici/fotovoltaici, grazie all'uso delle apposite staffe. Il modulo di base è costituito da una lastra



GARANZIA DI QUALITÀ

La competenza ed esperienza di Technocover consente di offrire il miglior rapporto qualità prezzo per realizzare l'intervento garantito nel tempo, senza per questo rinunciare alla qualità e sicurezza

sagomata il cui profilo è studiato per un'installazione rapida e precisa tra i diversi elementi, grazie al sistema di sormonto ad incastro a pressione. Queste lastre sono progettate per coperture con pendenze a partire da 0,5 per cento e per rivestimenti verticali di facciata e rappresentano la soluzione ideale per il rifacimento di coperture e impermeabilizzazioni di nuove realizzazioni e in caso di interventi di ristrutturazione.

«Negli ultimi 10 anni grazie all'esperienza acquisita sul campo, affiancata da società partner specializzate con le quali abbiamo sviluppato rapporti commerciali e tecnici, abbiamo proposto impianti fotovoltaici installati sulle coperture, puntando sempre sull'affidabilità e la professionalità che ci



La bonifica dell'eternit

Technocover realizza interventi definitivi neutralizzando gli effetti nefasti dell'eternit sostituendolo con una nuova copertura resistente, definitiva, sicura ed economica, in sintonia con l'uomo e l'ambiente. «L'esperienza, la professionalità, la totale sicurezza e l'ausilio di personale specializzato e abilitato, ci permette di realizzare interventi di bonifica di coperture in eternit, in conformità alle normative vigenti in materia essendo iscritti all'albo Nazionale Gestori Ambientali – Cat 8 e 10. Technocover si occupa e gestisce tutte le diverse fasi di bonifica, attuate nel completo rispetto delle disposizioni legislative. La bonifica dell'eternit può diventare un'occasione per installare sul tetto soluzioni ecocompatibili, durature e leggere. Il nuovo tetto può essere dotato di materiali isolanti ad alto risparmio energetico e in questo caso l'intervento beneficia della detrazione fiscale del 65 per cento».

contraddistinguono. Proponiamo servizi e interventi basati sull'integrazione del sistema ambiente -edificio-impianti con una particolare attenzione agli aspetti della sostenibilità edilizia. Ciò significa affiancare ai tradizionali metodi di analisi e progettazione i più moderni concetti di efficienza energetica attraverso il ricorso alle tecnologie più avanzate e alle fonti di energia rinnovabili».

La continua ricerca ha portato all'utilizzo, oltre che dei ben noti sistemi sandwich e delle lastre grecate singole, anche di sistemi brevettati per le coperture a bassa pendenza. Tutte le soluzioni possono garantire un ottimo isolamento termico e consentire di ottenere il benefit fiscale del risparmio energetico, prestando al contempo attenzione alle norme antincendio prescritte dalle autorità competenti. «Tra i nostri servizi offriamo anche la possibilità di seguire e sviluppare per conto del cliente le pratiche edilizie e di detrazione fiscale, potendo così supportare il cliente sotto l'aspetto legislativo, edilizio e fiscale».

La competenza ed esperienza di Technocover consente di offrire il miglior rapporto qualità prezzo per realizzare l'intervento garantito nel tempo, senza per questo rinunciare alla qualità e sicurezza. Technocover si occupa della gestione e programmazione di tutti i lavori, dalle attività di rimozione alle installazioni dei nuovi materiali, senza lasciare l'edificio esposto alle intemperie in caso di maltempo, in modo da poter eseguire i lavori in ogni stagione dell'anno. • **CG**

*Technocover ha sede a Settimo Milanese (Mi)
www.technocover.it*

Shipping, la sfida per la competitività

«Sui temi della sostenibilità e della responsabilità sociale si giocherà il futuro dell'azienda e dell'intero settore», spiega Mariella Amoretti, vice presidente Confitarma e ceo Amoretti Armatori Group, fiore all'occhiello dello shipping italiano a guida femminile

Fondato nel 1949 da Odoardo Amoretti, l'Amoretti Armatori Group è oggi leader nel mercato del trasporto marittimo per i prodotti petroliferi con 4 milioni di tonnellate movimentate ogni anno. Un business familiare che è anche un emblematico esempio di leadership femminile nel settore armatoriale italiano. «L'esempio mio, di mia sorella e delle mie figlie può essere un riferimento per molte ragazze italiane. Rina (presidente Amoretti Armatori Group, ndr), è stata la prima donna eletta in Europa nel comitato che gestisce il fondo di solidarietà degli armatori sul fronte dei rischi ambientali e io la prima vicepresidente e poi presidente donna di Confitarma», racconta Mariella Amoretti, ceo del Gruppo e neo Cavaliere del Lavoro. Il suo impegno, a livello aziendale e di associazione di categoria, si concentra sui grandi temi che lo shipping deve affrontare, dall'inclusione del trasporto marittimo nel sistema Ets all'estensione del Registro Internazionale, dalla decarbonizzazione alla sicurezza come dimostra l'attuale crisi nel Mar Rosso.

Il 2023 ha portato la nomina a Cavaliere del Lavoro ed è stata inserita da Forbes Italia nelle 100 donne di successo dell'anno. Le ha fatto piacere ricevere questi riconoscimenti?

«Il riconoscimento di Cavaliere del Lavoro mi ha resa profondamente orgogliosa perché premia non solo il mio percorso, ma quello della mia famiglia e di tutti coloro che hanno lavorato e lavorano nella nostra azienda. Ho condiviso questa nomina con tutti quelli che, camminando al mio fianco, hanno portato avanti i nostri valori di responsabilità e senso del dovere. Essere tra le 100 donne di successo del 2023 di Forbes è un riconoscimento che testimonia l'impegno e la passione con i quali affrontiamo le sfide del complesso mercato del trasporto dei prodotti energetici in tutto il mondo. Ho sempre agito - in accordo con mia sorella Rina - con consapevolezza e con determinazione per far crescere un'impresa sana, giusta e competitiva. Questi sono i valori che ci ha trasmesso nostro padre e che a nostra volta abbiamo voluto trasmettere».

La Amoretti Armatori Group è un'azienda al femminile in un settore che sembra tradizionalmente ancora maschile come quello dello shipping. Se e quali criticità ha incontrato nella sua carriera professionale? Il mondo armatoriale è oggi più aperto all'occupazione femminile o resistono alcuni stereotipi/barriere all'ingresso?

«Sul lavoro mi sono sempre dedicata con impegno a portare avanti l'eccellenza della mia azienda, che ci è sempre stata riconosciuta, indipendentemente dal fatto che fossi donna. Nel mondo del business non ho mai avuto problemi né trattamenti diversificati rispetto

ai miei colleghi uomini. Certamente, lo shipping è ancora un settore prevalentemente maschile. Secondo i dati dell'Ics, le donne rappresentano oggi, nel settore marittimo, a livello globale, l'1,2 per cento della forza lavoro. Un trend però in costante crescita, con un +45,8 per cento rispetto al 2015, che fa ben sperare. Il dato è ancora più alto in Europa, con il 2,4 per cento per comandanti e ufficiali e il 3,71 per cento per i sottoufficiali. Mi auguro che anche l'Italia possa fare di più e meglio in questa direzione. La strada è ancora lunga, ma un percorso organico e di lungo termine è stato strutturato e avviato. Grazie al nostro lavoro, e a quello della nuova generazione, l'azienda continua a competere brillantemente nei mercati globali».

È stata confermata alla vice presidenza di Confitarma, dove ha ricoperto anche il ruolo di presidente pro tempore. È un momento di grandi cambiamenti per il trasporto marittimo. Quali sono le priorità e cosa chiedete al Governo per sostenerne la competitività?

«Il mio incarico di vice presidente di Confitarma prosegue il percorso intrapreso come presidente pro tempore, durante il quale ho avuto l'opportunità di vivere una delle fasi cruciali della storia dell'industria dei trasporti marittimi nazionale, caratterizzata dall'estensione dei benefici del Registro Internazionale. È necessario che questa fase sia accompagnata dalla modernizzazione e digitalizzazione burocratica nonché procedurale della bandiera italiana. Sul tema al Senato è in discussione il "Ddl Malan" che contiene parte delle semplificazioni da noi richieste che auspichiamo venga approvato al più presto. Completamento del processo di estensione e semplificazione dell'ordinamento di settore sono uno dei pilastri d'azione indicati dalla nuova presidenza confederale. Tra que-

Mariella Amoretti, ceo Amoretti Armatori Group e vice presidente Confitarma



sti, la green transition che si declina nel sistema Ets (Emissions Trading System), nella Direttiva Fuel Eu, nella politica di incentivi al rinnovo refitting della flotta, nella tassonomia europea, che rischiano di affossare il settore se non saremo in grado, come Paese, di tutelare la capacità della nostra industria di stare sul mercato. Inoltre, la sicu-

rezza della navigazione è una priorità strategica del Paese che le recenti crisi internazionali - dalla pandemia alla guerra russo-ucraina, alla crisi del Mar Rosso - hanno evidenziato con chiarezza. Queste aree d'azione che ci vedranno impegnati nel breve e medio termine in tutti i principali consessi nazionali e internazionali possono essere riassunte in un unico concetto: la competitività dell'industria nazionale del trasporto marittimo, della bandiera italiana e con esse del Paese intero. Chiediamo, pertanto, al Governo e alle istituzioni di settore di sostenerci nello sforzo che stiamo compiendo per mantenere un'industria competitiva e strategica radicata in Italia ascoltando le nostre istanze sui diversi temi».

Oggi anche le sue figlie lavorano in azienda. Cosa si auspica per Amoretti Armatori Group e come la sua azienda sta affrontando per sfide che abbiamo già citato?

«Il trasporto marittimo sta vivendo una fase cruciale, ricca di importanti cambiamenti di diversa natura, pensiamo solo alla decarbonizzazione, alla digitalizzazione, all'innovazione tecnologica e alla sicurezza. Con le mie figlie siamo concentrate sui temi della sostenibilità e della responsabilità sociale, su cui si giocherà il futuro dell'azienda e dell'intero settore. Insieme lavoriamo cercando di integrare tradizione e innovazione in un'armonia di rapporti, avendo chiari e condivisi gli obiettivi da raggiungere: è questa la nostra sfida». • **Francesca Druidi**

IL TRASPORTO MARITTIMO

Sta vivendo una fase cruciale, ricca di importanti cambiamenti di diversa natura, pensiamo solo alla decarbonizzazione, alla digitalizzazione, all'innovazione tecnologica e alla sicurezza



Un sogno diventato realtà

Dall'Uruguay all'Italia per inseguire un sogno. Camilo Maraboto descrive la sua esperienza alla guida di ReinaGreen Italia. La società distribuisce frutta fresca in tutta Europa e negli anni ha vissuto una crescita costante

Un sogno diventato realtà» è così che Camilo Maraboto ama definire la sua azienda. ReinaGreen Italia è stata fondata nel 2016, orientata alla distribuzione di prodotti ortofrutticoli freschi da Spagna, Sudamerica e Nord d'Africa verso i vari mercati all'ingrosso del nord e del centro d'Italia con l'idea di creare un dipartimento commerciale per l'esportazione dei prodotti ortofrutticoli freschi italiani verso l'Est d'Europa e i paesi Baltici. Camilo Maraboto, giovane uruguayano di origini italiane arrivato in Italia 23 anni fa all'età di 21 anni per competere in un mondiale di karate a Bologna, è riuscito a formare un team di commerciali giovani e dinamici che, mescolata all'esperienza di tutto il resto della squadra aziendale, è riuscita a porsi degli obiettivi e raggiungerli senza mettersi limiti.

Com'è riuscito a realizzare questo sogno?

«Ho praticamente lavorato in tutta la catena del settore maturando esperienze in campagna, in bassa Italia e iniziando a lavorare al dettaglio. È in questo modo e dal basso che sono riuscito ad acquisire una grande conoscenza. Quindi, diversamente da coloro i quali svolgono questa attività dall'ufficio, io invece i prodotti ortofrutticoli li ho toccati davvero con mano, sono tante le cassette che ho visto passare davanti ai miei occhi. Conosco perfettamente tutto ciò che sta dietro la filiera, quando si parla di stagionalità e conosco le aree di produzione. Tutto ciò mi ha consentito di costruire questa base all'azienda e di sapere dove orientare le attività. Posso dire oggi che siamo una bella azienda, composta da un gruppo abbastanza giovane che un vasto bagaglio di conoscenze sia amministrativo che gestionale. Credo che sia questa giusta miscela a fare da carburante e a consentirci

ReinaGreen Italia ha sede a Verona
www.reinagreenitalia.it



LA NUOVA SFIDA

Sviluppare l'esportazione di cibo e bevande (food & beverage) verso l'Europa e poi, gradualmente, verso mete più lontane

oggi di raggiungere gli obiettivi. È questo lo spirito aziendale che cerco di trasmettere tutti i giorni ai miei collaboratori».

Come si sono evolute le attività nel corso degli anni?

«Le attività sono iniziate nel 2016, ma già nel 2018 abbiamo avviato le esportazioni verso la Slovacchia, la Repubblica Ceca, la Polonia, la Lituania e la Lettonia. Nel 2020 ci siamo introdotti nel mercato tedesco ma la nostra vera espansione è esplosa quando sono diventato socio unico e ho deciso insieme ai miei commerciali di coprire tutta l'Europa e da lì in poi abbiamo aggiunto le seguenti destinazioni: Austria, Estonia, Finlandia, Svezia, Norvegia, Danimarca, Paesi Bassi, Francia, Regno Unito e Spagna».

Quali sono state le leve che vi hanno consentito questa espansione?

«Siamo riusciti a sfruttare la posizione strategica, Verona dove attualmente si trova la nostra azienda, ma soprattutto abbiamo messo in campo un lavoro molto curato nella ricerca dei produttori, selezionando quelli che riescono a stare dietro al nostro progetto di crescita di servizio qualitativo che è poi ciò che l'esportazione richiede. In breve tempo siamo riusciti a strutturare l'azienda in modo di raggiungere gli obiettivi desiderati. Siamo passati da un piccolo ufficio commerciale a essere concessionari di uno stand ad uso logistico dentro al Centro Agroalimentare di Verona, uno dei più importanti a livello nazionale ed europeo, posizione strategica per le sue vie di comunicazione tra nord e sud e tra est e ovest. Poi

importante del settore ortofrutticolo a livello mondiale, con la partecipazione di aziende dei cinque continenti e di tutti i compratori a livello mondiale».

Quali sono le caratteristiche che vi contraddistinguono sul mercato rispetto ai competitor?

«Il nostro è un settore molto complesso nel quale è necessaria la giusta rapidità nel cercare e trovare la merce al prezzo e alla quantità richiesta dal cliente. Insomma, si devono dare risposte veloci: se, ad esempio, il cliente deve organizzare un carico – si parla sempre di merce deperibile – o fa un'ordinazione, noi siamo in grado di fornirlo direttamente dalla produzione».

Quali sono le prospettive per il futuro e i progetti cui state lavorando?

«La nuova sfida è quella di sviluppare l'esportazione di cibo e bevande (food & beverage) verso l'Europa e poi, gradualmente, verso mete più lontane. Si tratta per la verità di un progetto già in essere che contempla la creazione di un dipartimento commerciale esclusivo per esportare vini, formaggi, salumi, olii di oliva, farine, pasta, riso, salse di pomodori, caffè. In questa fase stiamo cercando di capire le esigenze del mercato estero approfittando di una piccola percentuale di clienti che non operano solo col prodotto ortofrutticolo fresco ma anche con i prodotti alimentari della ristorazione».

• Luana Costa



I riconoscimenti

ReinaGreen Italia è stata premiata per ben tre volte da Il Sole 24 Ore e da Affari & Finanza (La Repubblica) per il tasso di crescita aziendale e una volta dal Financial Times per essere una tra le 1.000 aziende con il tasso di crescita più importante. «Abbiamo appena concluso il 2023 con un +70 per cento di crescita rispetto al 2022 - spiega con orgoglio il titolare Camilo Maraboto -. Attualmente lavoriamo in 18 paesi europei. I principali mercati in cui esportiamo sono Polonia, Germania, Austria e Slovacchia».

Esportazioni più facili e veloci

SOA, azienda di consulenza e di servizi per il settore delle esportazioni, punta a essere il partner di riferimento per le realtà che guardano all'internazionalizzazione. Ne parliamo con il direttore generale, Filippo Sarcinelli

Oggi le aziende che esportano prodotti e materie prime oltre i confini nazionali ed europei, non possono fare a meno di una consulenza a 360 gradi che spazi dagli aspetti doganali alle legalizzazioni consolari fino alla richiesta dei certificati di origine. Ma soprattutto, che sia gestita da professionisti specializzati, in grado di valutare tutti i documenti necessari.

SOA, da oltre 40 anni, fa esattamente questo: aiuta le imprese a muoversi nel sempre più complesso mondo delle legalizzazioni, dei certificati di origine, dei visti di lavoro e delle traduzioni giurate. «I benefici del nostro lavoro sono chiari: meno imprevisti, tempi ridotti, transazioni portate a termine. Tutto questo dovuto anche dalla trasformazione tecnologica, sì perché oggi i certificati di origine sono rilasciati in forma telematica, così come i visti d'ingresso per alcuni paesi» afferma il direttore generale dell'azienda Filippo Sarcinelli.

Qual è il core business della vostra azienda?

«Il nostro core business si concentra sulla consulenza a 360 gradi per le aziende che esportano i propri prodotti, offrendo servizi come la gestione dei certificati di origine, dichiarazioni di origine, consulenza doganale, legalizzazioni consolari, visti di lavoro e traduzioni giurate».

Cos'è cambiato nel vostro settore rispetto al passato?

«Oggi anche una piccola realtà locale può aspirare al commercio internazionale. Così come le grandi aziende hanno la possibilità di moltiplicare gli interlocutori e i clienti, aggiungendo alla propria agenda nuovi partner commerciali in ogni angolo del globo. Tutto questo era impossibile da immaginare

Filippo Sarcinelli, direttore generale della SOA di Milano - www.soa.it



I BENEFICI

Riduzione degli imprevisti, tempi più brevi nelle transazioni e la possibilità di esternalizzare attività complesse come la gestione dei certificati di origine

fino a qualche anno fa. Ma ci sono delle condizioni da rispettare. Gli scenari geopolitici che vanno oltre l'Unione europea sono complessi e lo stesso si può dire della burocrazia che ruota intorno alle dogane, alle camere di commercio e alle ambasciate estere. Ecco perché SOA è il partner fondamentale per le aziende che guardano verso l'internazionalizzazione e decidono di esportare in modo semplice. Il nostro team si occupa di consulenza doganale per la gestione dei processi e dei passaggi burocratici. Siamo in grado di aiutare le imprese nella gestione dei certificati di origine e a ottenere, se possibile, lo status di esportatore autorizzato per velocizzare diversi passaggi. Chi lavora in questo settore in continua evoluzione sa che i tempi sono fondamentali per far quadrare gli equilibri. E noi aiutiamo le aziende proprio in questa fase così delicata».

Che cosa vi differenzia dai vostri competitor?

«Ci distinguiamo per la nostra esperienza pluriennale nel settore, la capacità di adattarci alla trasformazione tecnologica, e la fornitura di soluzioni integrate che vanno dalla consulenza alla distribuzione di soft-

ware per aziende che esportano. La nostra attenzione alla tecnologia e la personalizzazione dei servizi ci permettono di essere un vero partner per i nostri clienti».

Quali vantaggi hanno i vostri clienti?

«I nostri clienti beneficiano di una riduzione degli imprevisti, tempi più brevi nelle transazioni e la possibilità di esternalizzare attività complesse come la gestione dei certificati di origine. Offriamo costi certi, efficienza operativa e supporto costante».

Quali servizi offrite?

«Offriamo una gamma completa di servizi, tra cui consulenza doganale, gestione dei certificati di origine, legalizzazioni consolari, visti di lavoro e traduzioni giurate. Inoltre, distribuiamo software come SpeedyCO, IBSign e Sprint, componenti della piattaforma Webco, prodotti dalla SIM sas di Domenico Simonetti, nostro partner storico».

Quanto è importante per voi la parte tecnologica e di quali strumenti vi avvalgete?

«La parte tecnologica è fondamentale per noi. Oggi tutte le aziende devono essere attrezzate e conoscere gli strumenti offerti dalla Pubblica amministrazione per dialogare con le Camere di Commercio e con le dogane. Noi mettiamo a disposizione dei nostri clienti, software avanzati come SpeedyCO, IBSign e Sprint, componenti della piattaforma Webco per semplificare e accelerare i processi di esportazione. Oggi è necessario avere una competenza di base sui nuovi strumenti adottati, quali la firma digitale lo spid, la cie ed è per questo che SOA è al passo coi tempi e utilizza tali strumenti quotidianamente».

Come aiutete le imprese che si rivolgono all'estero?

«Forniamo consulenza doganale, gestione dei certificati di origine, legalizzazioni consolari e altri servizi per semplificare le procedure di esportazione. Inoltre, offriamo soluzioni tecnologiche per migliorare l'efficienza operativa delle imprese».

Quali sono i documenti necessari per le esportazioni extra Unione europea?

«I documenti necessari possono variare, ma generalmente includono la fattura commerciale, il certificato di origine, la dichiarazione di origine preferenziale e non, e la bolla doganale. La consulenza doganale è essenziale per garantire la corretta preparazione dei documenti richiesti».

Quali sono i paesi più pericolosi per l'export?

«La valutazione della pericolosità può variare, ma i paesi con instabilità politica o problemi di sicurezza possono presentare rischi maggiori. La consulenza di esperti è cruciale per navigare in tali scenari».

Quali sono gli obiettivi per il futuro della vostra azienda?

«Gli obiettivi per il futuro includono il continuo sviluppo e l'adozione di nuove tecnologie, l'espansione delle partnership strategiche, e l'offerta di soluzioni sempre più personalizzate per supportare le imprese che mirano all'internazionalizzazione». •Cristiana Golfarelli

I principali software distribuiti

Oltre alle consulenze specifiche, ad esempio per le dichiarazioni di prodotti dual use che hanno un utilizzo sia militare che civile e le legalizzazioni consolari/apostille per rendere ufficiali i documenti in un determinato paese, per conto di SIM sas di Domenico Simonetti, SOA distribuisce il software SpeedyCO, per la gestione e la richiesta dei certificati di origine, accompagnato da un programma di firma digitale IBSign che semplifica i passaggi per la firma digitale, fino alla realizzazione di un software personalizzato Sprint per le aziende che vogliono gestire la certificazione di origine aggiungendo percorsi automatizzati che permettono di evitare errori ma anche di risparmiare tempo.

Ogni costruzione ha un valore da restituire

Con l'aiuto del dottore ingegner Salvatore Sesto, affrontiamo il tema delicato dell'ottimizzazione degli investimenti nel settore immobiliare. «Miglioriamo le performance dal punto di vista tecnico e, quindi, economico»

Contenere l'investimento mantenendo inalterata la qualità dell'opera finale. Siamo nel settore del real estate e questo è l'obiettivo che si pone il dottore ingegner Salvatore Sesto, fondatore della Sci Value Srl, azienda catanese nata come spin-off di Sci Srl. Si tratta di un'impresa specializzata in congruità dei prezzi nel campo del mercato immobiliare. Ma in che modo è possibile operare per abbassare i costi di costruzione e conseguente investimento finanziario? L'ingegner Sesto risponde facendo leva sulla propria esperienza imprenditoriale. «L'obiettivo attuale di Sci Value è quello di affiancare fondi immobiliari, Sgr, fondazioni bancarie e sviluppatori immobiliari – dice il titolare dell'azienda siciliana – nel migliorare le performance dell'investimento dal punto di vista tecnico e conseguentemente economico. In particolare, le nostre attività si concentrano nel value engineering con un metodo proprietario, elaborato, ideato e registrato da Sci Value».

In cosa consiste questo metodo?

«Si chiama Rve® (Reverse Value Engineering®) ed è una metodologia che consente di ricercare all'interno del progetto tutti gli

Fondo Verona Property ex Magazzini Generali, edificio "La Rotonda" - Fabbrica del Ghiaccio



elementi valoriali. Materiali e sistemi costruttivi alternativi, metodologie di posa in opera e costi di trasporto sono gli elementi che, se analizzati singolarmente, possono restituire maggiore valore sul costruito e di riflesso sulla spesa. Si tratta di un processo bottom up che procede "al contrario", ossia partendo dal progetto esecutivo redatto dai progettisti incaricati



I RISULTATI DI RVE®
Negli ultimi tre anni, su 260 milioni si sono risparmiati 58 milioni. I risparmi medi conseguiti oscillano tra il 20 e il 35 per cento

dal cliente. Le attività di Rve® vengono prodotte da personale altamente specializzato suddiviso per specifiche competenze. Edile e strutture, impianti tecnologici elettrici e speciali, impianti meccanici: tutte le discipline delle costruzioni sono analizzate al fine di restituire al

cliente uno studio estremamente dettagliato in ogni singola componente di costo».

Quali sono gli esiti attesi?

«Il risultato è rappresentato all'interno di un quadro sinottico di raffronto tra il materiale e il sistema costruttivo identificato dal progettista è quanto prodotto in alternativa con Rve®, mantenendo inalterato e sicuramente migliorato il progetto, con una riduzione sensibile dei costi/capex "Ante Gare di Appalto". Negli ultimi tre anni, su un valore di progetti di 260 milioni di euro, si sono risparmiati 58 milioni. I risparmi medi conseguiti, a seguito delle attività di Rve®, oscillano tra il 20 e il 35 per cento».

Entriamo nel dettaglio della metodologia.

Tra creatività ed esperienza

«Sci Value è uno spin-off di Sci Srl – ricorda il dottore ingegner Salvatore Sesto, fondatore dell'azienda catanese –. Quest'ultima, nata a Catania nel 1994, si è fatta conoscere come fornitrice di servizi tecnici innovativi a favore dei settori chimico, petrolchimico, energetico, delle telecomunicazioni e delle opere pubbliche per conto di aziende di prestigio quali Eni Group. Negli anni a seguire, le conferme di mercato ci hanno reso punto di riferimento all'interno dei processi legati alla realizzazione dei budget tecnici/economici di settore, con la creazione di un nuovo settore di business, la preventivistica e il Reverse Value Engineering RVE®. La creatività e lo spirito d'innovazione, le risorse umane coinvolte, il software applicativo e un database ricco di 500mila fornitori e 35 milioni di prezzi, hanno consentito a Sci di costituire un'assoluta novità a livello globale nei servizi del settore e negli approvvigionamenti conto terzi».

«All'interno di un processo così articolato, negli anni sono stati fatti significativi investimenti, rivolti a migliorare ed efficientare un software interno copioso di un database suddiviso per aree geografiche omogenee, quantità di prodotto e conseguente dimensione del fornitore. Il database consente di identificare, rispetto a un set predisposto di informazioni preliminari, il possibile paniere di prodotti e sistemi costruttivi, alternativi. Il resto è gestito dalla competenza e specializzazione del personale a seguito della procedura e pianificazione stringente appositamente redatta su ogni commessa di lavoro».

E per quanto riguarda le tempistiche?

«I tempi per le esecuzioni del Rve® sono determinati da alcuni fattori chiave, quali il numero delle voci di Cme (Computo Metrico Estimativo) e dalle discipline tecniche coinvolte. Mediamente una corretta attività di Rve® viene inserita, elaborata e prodotta in 30 giorni lavorativi. Per assicurare al cliente che quanto prodotto venga poi integralmente recepito, in prima istanza il lavoro viene vagliato e approvato dal project manager indicato dal cliente o da suoi delegati. Non appena approvato viene riversato all'interno del progetto e dei computi, in modo da essere pronti ad appaltare con il "nuovo prezzo a base d'asta, le opere».

Qual è la filosofia aziendale da cui muovete?

Il dottore ingegner Salvatore Sesto, fondatore della Sci Value Srl, con sede a Contrada Torrazze (Ct) e sede commerciale Italia a Verona www.scivalue.it



«Il percorso di ogni progetto in Sci Value prende forma grazie a una cultura aziendale che crede nell'eccellenza. Condividiamo il lavoro di chi ogni giorno cambia, migliora e valorizza il volto del paese. Alla base della nostra attività ci sono valori condivisi imprescindibili: le nostre origini e la nostra storia sono baluardi di trasparenza, onestà e voglia di fare. A questi si aggiungono resilienza, abnegazione e visione, che sono stati e continuano a essere gli elementi ispiratori. Gli altri aspetti che ci distinguono sono passione, competenza e metodo, frutto di anni di esperienza nella valorizzazione e studio di importanti processi di costruzioni». • **Elena Ricci**

Tramandare il valore della qualità

Maria Grazia Casseti, nominata Cavaliere del Lavoro nel 2023, ha scritto con pagine importanti nella crescita del marchio Casseti. Dall'argento ai gioielli fino agli orologi, la storia di una famiglia di imprenditori del mondo dell'artigianato e del lusso

Maria Grazia Casseti, dal 1980 amministratore di Casseti Gioielli, ha ricevuto il 18 ottobre scorso la prestigiosa onorificenza di Cavaliere del Lavoro conferitale dal presidente della Repubblica Mattarella. «Già nel 2007 avevo avuto la fortuna di ricevere dall'onorevole Enrico Ferri la nomina di ufficiale dall'Associazione Nazionale Insigniti Onorificenze Cavalleresche per aver portato un contributo di conoscenza e di fantasia, un'impronta di modernità all'alto artigianato dell'argento. È stata davvero un'emozione inaspettata e sono fiera di essere stata insignita di questa prestigiosa onorificenza che dedico a me stessa per i risultati ottenuti grazie al duro lavoro». Per l'imprenditrice servono passione e determinazione per riuscire a imporsi. «Non si smette mai di pensare a soluzioni nuove. Occorre poi aggiornarsi per stare al passo coi tempi». Cosa consiglierebbe a una donna che vuole avviare un'attività? «Ho dedicato impegno e costanza a costruire la solidità della mia azienda, la mia vita infatti si è incentrata sul lavoro, sacrificando moltissimo il lato personale. Il mio consiglio per riuscire bene è dedicare con passione tutta sé stessa al lavoro, e sicuramente ci saranno dei buoni risultati». Per dare un futuro dell'artigianato, Maria Grazia Casseti invoca più finanziamenti per il settore e maggiore impegno sul versante della formazione per avvicinare i giovani a queste professioni.

UNA STORIA FAMILIARE DI SUCCESSO
Non poteva che partire da Firenze, culla dell'alto artigianato artistico, la storia del marchio Casseti, nato nel 1926 dall'iniziativa e

*Maria Grazia Casseti,
dal 1980 amministratore di Casseti Gioielli*



LA CASSETTI OGGI

È un gruppo imprenditoriale dinamico che si divide tra la tenuta agrituristica Le Filigare, la divisione argenteria, gioielleria e boutique ed è divenuta in pochi anni una delle realtà più importanti d'Italia nella distribuzione di orologi

dalla creatività di Renzo Casseti, erede della tradizione dei maestri incisori orafi e argentieri fiorentini che faceva capo a Benvenuto Cellini. Renzo Casseti era il classico artista che firmava esclusivamente pezzi unici, alcuni divenuti storici come quelli che fanno parte degli arredi del Vaticano. Nella sua bottega nei dintorni del Ponte Vecchio, sfilavano personaggi famosi desiderosi di acquistarne uno, modellato dalla sua arte della lavorazione dell'argento. Negli anni Cinquanta, neanche ventenne, nonostante la contrarietà paterna e le molte difficoltà per una divergenza di mentalità, la figlia di Renzo, Maria Grazia, entra in azienda dimostrando fin dagli esordi un talento creativo particolare che si esprime in idee innovative. Punta tutto sull'attenzione al cliente e la soddisfazione delle sue esigenze; realizza importanti creazioni in argento e cristalli e in argento e porcellana, collaborando con importanti fabbriche fiorentine. Si legge nel libro che ripercorre la storia della famiglia e dell'azienda: «Sua fu l'idea di fare i primi lumi in argento e in porcellana e argento che ebbero un successo incredibile, idea che è stata successivamente imitata da molte fabbriche d'argenteria».

L'INNOVAZIONE SI INNESTA SULLA TRADIZIONE

Il piccolo laboratorio artigianale ormai non basta più. L'espansione dell'azienda richiede una sede più grande, nella zona del



San Gaggio subito fuori le mura della città storica, alle pendici del "Viale dei Colli", dove agli articoli tradizionali viene affiancata una collezione di gioielleria in argento smaltato che ha subito un grande successo. Nel 1967 Andrea, fratello di Maria Grazia, assume il ruolo di designer e responsabile dello sviluppo imprenditoriale. È sotto la guida di Andrea e Maria Grazia che avviene la consacrazione industriale, pur nel rispetto della cura del dettaglio e della manualità degli artigiani fiorentini. Gli anni Settanta segnano l'inaugurazione del primo

negozio Casseti sul Ponte Vecchio e il trasferimento in una nuova e più ampia sede produttiva a Scandicci. Anche gli anni Ottanta imprimono una nuova svolta. «Sotto la mia guida nasce la collezione di gioielli da donna "Maria Grazia Casseti", caratterizzata da accuratezza delle finiture unita a ricercatezza e design contemporaneo e viene consolidata la presenza dell'azienda nell'oreficeria di alta gamma attraverso l'apertura dei punti vendita a Firenze, a Forte dei Marmi e successivamente a Prato». Tra gli anni 90 e il 2000 entra anche la terza generazione prima con Filippo, figlio di Maria Grazia, e successivamente nel 2010 con Lorenzo, figlio di Andrea, che danno un contributo manageriale importante alla crescita dell'azienda. Di questi anni si ricorda la collaborazione con Prada, con la sua Luna Rossa, per la realizzazione dei trofei per le regate del Costa Smeralda Yachting Club. Per la Louis Vuitton Cup venne realizzata su committenza una magnifica coppa in argento art déco. L'avvento dell'euro e la crisi dell'argento portano a una profonda ristrutturazione aziendale.

LA PROIEZIONE AL FUTURO

Oggi la "Casseti" è un gruppo imprenditoriale dinamico che si divide tra la tenuta agrituristica Le Filigare, la divisione argenteria, gioielleria e boutique (7, tra Firenze, Forte dei Marmi e Prato), dove si trattano i migliori marchi di orologeria, gioielleria, argenteria e articoli per la casa di alto livello. L'azienda è, inoltre, divenuta in pochi anni una delle realtà più importanti d'Italia nella distribuzione di orologi, concentrando su Ponte Vecchio i più grandi brand mondiali. «Siamo tanto orgogliosi del nostro laboratorio di riparazione orologi dove lavorano maestri che hanno studiato alla scuola di Ginevra», aggiunge Maria Grazia Casseti. Si tratta di uno spazio unico ai piedi di Ponte Vecchio, davanti al Corridoio Vasariano, che ospita al suo interno un innovativo progetto ecosostenibile, "La Fabbrica dell'aria" (realizzato in con la collaborazione dell'Università di Firenze): un sistema di filtrazione botanica che utilizza le piante per la depurazione dell'aria dagli inquinanti con un sistema di piante che filtrano e depurano l'ambiente per garantire una qualità eccellente dell'aria. La seconda e soprattutto la terza generazione rappresentano il futuro dell'azienda. La tradizione artigianale del fondatore e l'impiego delle nuove tecnologie è la filosofia applicata a tutte le attività del Gruppo, dalla produzione del vino alla produzione di articoli per la casa in argento e lega argentata, alla realizzazione con i metalli più nobili di prodotti disegnati in esclusiva, fino ad arrivare alla competenza nel campo dell'orologeria. • **FD**

L'importanza della formazione in ambito medico

Abbiamo incontrato Giorgio Maggiani, ceo di Dynamicom Education, un'azienda leader nell'aggiornamento medico-scientifico nel campo delle patologie osteoarticolari e cardiovascolari

La formazione è un elemento fondamentale per ogni professione e, a maggior ragione, per i medici di qualsiasi specializzazione. La portata e la rapidità del progresso della ricerca e della tecnologia impongono oggi al medico uno sforzo notevole per mantenersi costantemente aggiornato. Dynamicom Education Srl è una società milanese fondata nel 2001, specializzata nella formazione in ambito medico-scientifico e ha sempre svolto un ruolo cruciale nel settore educativo della medicina, fornendo corsi di formazione e congressi rivolti agli operatori sanitari. «Nata nel 2001 – l'anno in cui fu approvata la legge sull'Educazione continua in medicina (Ecm) – Dynamicom Education è diventata di fatto operativa solo nel 2004, una volta che ho lasciato a malincuore la Società Prodotti Antibiotici, per dedicarmi completamente a questo nuovo progetto imprenditoriale – racconta il ceo Giorgio Maggiani -. Grazie alla nostra visione strategica innovativa, la società è riuscita ad affermarsi come punto di riferimento nel settore della formazione medico-scientifica e a crescere sia in termini di fatturato che di corsi organizzati, che oggi sono circa 800 l'anno».

Quali sono le tappe principali del vostro percorso?

«Abbiamo iniziato a operare nel mondo dei congressi e dei corsi Ecm soprattutto



ESPERIENZA CONSOLIDATA

Da oltre 20 anni siamo uno degli interlocutori più esperti del mondo medico scientifico, grazie alla capacità di saper offrire un servizio altamente professionale e qualificato e alla nostra forte vocazione all'innovazione tecnologica

business entrando in Pneumologia e attualmente è segreteria organizzativa di Chest Capitolo Italiano. Dal 2019, con l'ingresso di un nuovo socio Gianluca Soldà Dynamicom Education ha la gestione organizzativa della Società italiana cardiologia ospedalità accreditata (Sicoa). È provider accreditato secondo il programma di Educazione Continua in Medicina (Ecm), accreditamento standard n° 181, per gli ambiti Fad (formazione a di-

stanza), Res (formazione residenziale) e Fsc (formazione sul campo) e per tutte le professioni previste nel programma Ecm (medici chirurghi, farmacisti, infermieri, tecnici sanitari, e in generale tutte le figure del settore sanitario). Per la realizzazione di tutti i progetti formativi, Dynamicom Education Srl si avvale della collaborazione di un comitato scientifico multidisciplinare e di consulenti di fama internazionale per tutti gli ambiti medico-scientifici di interesse. Nel

2020 l'azienda ha partecipato alla fondazione dell'associazione di categoria dei provider "Ecm Quality Network". Nel corso del 2023 Dynamicom Education ha organizzato 819 eventi formativi Ecm erogando un numero elevatissimo crediti formativi».

Che cosa vi contraddistingue maggiormente?

«Sono da sempre sostenitore dell'importanza dell'educazione continua per gli operatori sanitari. La creazione di Dynamicom Education Srl è stata una naturale evoluzione del mio percorso. Una delle caratteristiche principali dell'azienda è aver sviluppato un approccio mirato agli specialisti dell'apparato muscolo scheletrico, tra cui reumatologi, ortopedici, fisioterapisti e medici dello sport, dove, grazie al nostro know how nello specifico settore, potevamo veramente fare la differenza. Abbiamo scelto di rivolgerci al settore verso il quale siamo veramente competenti. Da oltre 20 anni siamo uno degli interlocutori più esperti del mondo medico-scientifico, grazie alla capacità di saper offrire un servizio altamente professionale e qualificato (per il quale ci avvaliamo della preziosa collaborazione di un Comitato scientifico interno e di consulenti di fama internazionale per tutti gli ambiti medico-scientifici di interesse), e alla nostra forte vocazione all'innovazione tecnologica».

Che tipo di rapporto instaurate con i vostri clienti?

«Ci sentiamo il "Brunello Cucinelli" della formazione, proprio per la sartorialità con cui ci avviciniamo ai clienti. Competenza e professionalità ci hanno permesso di creare una rete clientelare fedele e affiatata, basata su una stretta collaborazione, oltre che un rapporto di fiducia con gli specialisti del settore».

Che cosa è cambiato per voi dopo il Covid? Usate ancora i collegamenti da remoto?

«Dynamicom Education è stata una delle prime realtà di settore ad abbracciare la svolta digitale, grazie anche a un nostro collaboratore esperto delle piattaforme. Convertendoci al remoto, ci siamo fatti conoscere ovunque. Adesso siamo tornati a privilegiare gli eventi in presenza. Un corso e soprattutto un congresso, sono un'occasione di incontro per i partecipanti e questo valore non è facilmente sostituibile. La tecnologia ci può aiutare a evitare alcuni sprechi. Si pensi al vantaggio di un collegamento da remoto quando c'è da ospitare un relatore che si trova lontanissimo. Ma non credo si possano sostituire totalmente gli eventi in presenza». • Bianca Raimondi



Giorgio Maggiani, ceo di Dynamicom Education che ha sede a Milano
www.dynamicom-education.it

in ambito muscolo-scheletrico organizzando i congressi della Società italiana di artroscopia, del Collegio dei reumatologi italiani (CRel) e della Società Italiana dell'Osteoporosi e del Metabolismo Minerale e delle Malattie dello Scheletro (Siomms). Negli anni a seguire, Dynamicom Education ha consolidato il proprio

Il format You Talent

Dynamicom Education Srl ha lanciato un nuovo format You Talent, con l'obiettivo di favorire il ricambio generazionale e l'inserimento dei giovani talenti nell'azienda. In collaborazione con l'Associazione delle piccole e medie industrie italiane, Dynamicom Education Srl avvierà un concorso per giovani laureandi e/o laureati in scienze della comunicazione, farmacia e biologia il cui obiettivo è identificare i giovani talenti e prepararli per una carriera di successo. I migliori candidati avranno l'opportunità di lavorare con i tutor dell'azienda e, se selezionati, di entrare a far parte del team commerciale a tempo determinato prima e indeterminato poi. «I giovani rappresentano il futuro, e crediamo fortemente nel loro potenziale e nelle loro capacità di contribuire al successo dell'azienda – sottolinea Giorgio Maggiani -. Con You Talent vogliamo creare una squadra di giovani talenti per assicurare un futuro prospero e per continuare a essere un punto di riferimento nell'aggiornamento medico-scientifico».

La ricerca dietro il buon dormire

Studio, design e sostenibilità. Nelle parole di Stefania Rinaldi si abbracciano i temi dell'innovazione e della responsabilità sociale, fino alla sostenibilità ambientale. Il tutto espresso nella realizzazione di materassi d'eccellenza

La qualità del dormire è centrale per il nostro benessere. Non è una notizia, certamente, ma tendiamo a dimenticarlo e, a volte, presi dalla frenesia della società moderna, addirittura sottovalutiamo l'importanza che invece ha il sonno. È altrettanto evidente che sul tema un ruolo determinante è svolto dal materasso che scegliamo. Ne abbiamo parlato con Stefania Rinaldi, ceo dell'azienda salernitana Rinaldi Group. «La nostra – premette l'imprenditrice – è una storia di circa sessant'anni di innovazioni, frutto dell'incessante impegno della nostra famiglia, rivolto a soddisfare un unico obiettivo: diffondere la cultura del buon dormire quale mezzo per migliorare il benessere psico-fisico e la qualità del riposo. La nostra società realizza materassi innovativi dagli elevati standard qualitativi, disegnati, progettati e realizzati in Italia, si propone sul mercato nazionale e internazionale con un portafoglio marchi differenziato con il quale presidia i diversi canali,

RIPOSARE BENE

Il dormire, oltre a essere un bisogno primario, assolve a una funzione sociale insita nel concetto stesso di benessere psicofisico

dalla distribuzione di alta gamma specializzata ai negozi di arredo, fino al settore dell'hospitality».

Uno degli aspetti più importanti che la contintolare dell'impresa sottolinea è l'innovazione, con cui non intende solo la ricerca tecnologica.

La famiglia Rinaldi con il fondatore Giuseppe Rinaldi e i tre figli Stefania, Piero e Dino. Rinaldi Group Spa ha sede a Giffoni Valle Piana (Sa) - www.rinaldigroup.com



«Negli ultimi anni abbiamo vissuto un percorso di grande cambiamento – dice Rinaldi – resosi possibile grazie all'incessante impegno nella costruzione e valorizzazione del team, nella sua crescita personale e professionale, consapevoli del ruolo determinante che le risorse umane assolvono quale fattore di successo che impatta sull'efficacia e sull'efficienza. Dal 1965 a oggi, la Rinaldi Group ha approntato un modello di business che si è evoluto grazie a un processo di innovazione e di crescita continua che l'ha portato nel 2022 a diventare società per azioni e società benefit. Una family business giunta alla sua terza generazione, che oggi può definirsi Pmi innovativa e wellness tech company, che opera con l'intento di contribuire allo sviluppo di un nuovo paradigma economico equo, inclusivo, sostenibile e di un asset valoriale che si basa sui tre pilastri del benessere (nutrizione, attività sportiva e dormire), nella consapevolezza che il dormire, oltre a essere un bisogno primario, assolve a una funzione sociale insita nel concetto stesso di benessere psicofisico quotidiano delle persone».

Come dicevamo, il materasso è un elemento fondamentale per il benessere «perché è il prodotto su cui trascorriamo circa 25 anni della nostra vita – spiega Rinaldi –, consente al nostro

organismo, con adeguati supporti, di rigenerarsi e raggiungere un elevato livello di benessere e salute. Occorre valorizzare sempre più la cultura del dormire bene, rivalutando il sonno quale insostituibile processo fisiologico dell'uomo, che porti a considerarlo come un'esperienza fondamentale per la salute. Per farlo occorre orientare la scelta verso materassi di qualità. Partendo da queste considerazioni, ci proponiamo come consulenti del riposo e cerchiamo, a seconda dei diversi canali distributivi, di declinare le soluzioni di ri-

poso che meglio di altre soddisfano le esigenze dei clienti e, in taluni casi, le anticipano».

A questo punto, è necessario entrare nel merito del progresso produttivo. «L'azienda è oggi in grado di offrire al mercato collezioni scientificamente testate – continua Rinaldi –, orientate dai principi di ergonomia e comfort del sonno, frutto del decennale programma di ricerca sviluppato in collaborazione con l'Università di Salerno, confluito nel deposito di due brevetti riguardanti un materasso realizzato con l'innovativa metodologia di progettazione Comfort-Driven Design e la partecipazione, grazie al professor Naddeo, a partire dal 2017 come case study all'International Comfort Congress (confermata anche per l'edizione 2023 che si è tenuta ad Amberg il 6 e 7 settembre). In questa sede, è stata presentata la ricerca scientifica contenuta nel terzo brevetto sull'usura del prodotto. Grazie a questo brevetto si riuscirà a segnalare al consumatore quando inizia la fase di discomfort del materasso».

Infine, uno sguardo al prossimo futuro. «L'obiettivo principale è contribuire a rendere più vivibile il pianeta. Per questo abbiamo deciso di arricchire le collezioni di prodotti eco-sostenibili, proponendo al mercato un prodotto espressione di cambiamento e di nuova sensibilità verso l'economia circolare. Una parte della collezione sarà esposta al Salone del Mobile di Milano Pad.1 Stand C08 dal 16 al 21 aprile 2024». • **Remo Monreale**



L'importanza del diversity management

Stefania Rinaldi, ceo dell'azienda salernitana Rinaldi Group, entra nel dettaglio degli effetti che la trasformazione in società benefit ha portato sulla propria impresa. «Diventare società benefit – afferma Rinaldi – ha significato anche continuare un percorso a cui il gruppo ha sempre dato primaria importanza, ovvero lavorare affinché il diversity management diventasse parte della cultura aziendale ed elemento chiave su cui puntare per rinnovare il clima aziendale. In tale ottica è stato avviato un piano gender equality che è valso l'ottenimento della certificazione sulla parità di genere Uni Pdr 125:2022 con lo scopo di dare concreta attuazione ai valori e ai principi di parità, valorizzando le differenze di genere e creando le premesse per un asset maggiormente strategico e fonte di vantaggio competitivo».

Concorsi, una selezione più accurata

Il lavoro di Selexi mira a offrire alla Pubblica amministrazione candidati realmente preparati per ricoprire l'incarico per cui si propongono. Un approccio orientato più sulla qualità che sulla quantità delle selezioni, con particolare attenzione all'innovazione tecnologica

Aumentano i concorsi nella Pubblica amministrazione, diminuiscono i partecipanti ma si fa sempre più pressante l'esigenza di un innalzamento della qualità delle selezioni. Selexi è leader in Italia nella gestione delle procedure concorsuali e da anni ha ormai adottato un approccio qualitativo più che quantitativo. «Abbiamo sempre cercato di innovare il nostro settore, tant'è che abbiamo aperto una sede informatizzata nel 2015. È recente invece l'ultimo decreto della funzione pubblica che prevede lo svolgimento di prove soltanto in modalità informatizzata con la fornitura di device ai candidati, modalità di cui i nostri clienti hanno potuto sperimentare i benefici, con circa otto anni di anticipo. Tuttavia, vi sono oggi ulteriori sfide da affrontare e per le quali ci stiamo preparando». In particolare, sono due gli aspetti su cui Selexi sta focalizzando l'attenzione: la valutazione delle competenze trasversali, le cosiddette soft skill e le competenze manageriali. «Queste in genere vengono valutate attraverso i servizi di assessment - spiega Tommasiello -. In ragione di ciò, abbiamo introdotto un gruppo di psicologi del lavoro in grado di supportare la Commissione o essere nominati come membri aggiuntivi per aiutare nella valutazione dei candidati. Prevediamo in questo caso prove specifiche che consentono di valutare la presenza di quelle competenze necessarie e utili per ricoprire l'incarico di lavoro. Oggi questo è diventato un aspetto prioritario perché



PROVE IN MODALITÀ VIRTUALE

Si pone il candidato dinnanzi a scenari diversificati affinché la commissione possa valutare come si comporta e capire se possiede le abilità richieste

anche nella Pubblica amministrazione c'è l'esigenza di assumere persone che siano poi in grado di portare valore aggiunto». All'introduzione di strumenti innovativi Selexi sta affiancando altre forme di valutazioni che con-

templano l'uso della realtà virtuale, aumentata. «Stiamo predisponendo strumenti che consentiranno di verificare il comportamento dei candidati in situazioni determinate attraverso una modalità virtuale. Si pone, quindi, il candidato dinnanzi a scenari diversificati affinché la Commissione possa valutarne il comportamento e capire se è in possesso delle abilità richieste. In questo momento, ad esempio, stiamo sviluppando uno scenario dedicato all'ambito infermieristico, in cui si richiede al candidato di posizionare il paziente per l'esecuzione di un elettrocardiogramma, quindi come disporre gli elettrodi affinché l'elettrocardiogramma possa svolgersi in maniera efficace. L'idea è appunto quella di innovare le modalità con cui si svolgono le

prove per fornire una selezione di maggiore qualità». Non a caso, la società vanta i committenti più prestigiosi sia nella Pubblica amministrazione sia in ambito universitario pubblico e privato. La governance e il management, da sempre sensibili alla soddisfazione delle parti coinvolte - committente e candidato - si impegnano costantemente nella personalizzazione di ogni fase del processo di selezione: dalla realizzazione dei contenuti, all'organizzazione e gestione della procedura, fino all'elaborazione dei dati. «La riduzione del numero dei candidati è una difficoltà avvertibile in particolare in alcuni ambiti, nella fattispecie quello sanitario. Diventa difficile trovare figure quali infermieri, operatori socio sanitari o, ancora, tecnici della prevenzione. Qualche anno fa - racconta - organizzavamo procedure per centinaia di migliaia di candidati, mentre ad oggi siamo a qualche decina. Da qui nasce, quindi, la necessità da parte delle Pubbliche Amministrazioni di assumere persone che siano dotate delle caratteristiche richieste. Il paradigma del nostro lavoro si sta dunque orientando sempre più verso la qualità nel processo di selezione rispetto alla quantità». La società vanta una lunga esperienza ed è in possesso della certificazione Iso 9001:2015, nel rispetto dei principi di etica assunti. Nell'ultimo biennio ha conseguito le certificazioni ambientale Iso 14001 e sulla parità di genere PdR125:2022. «Con il tempo ci siamo dovuti strutturare dotandoci di un organico che oggi è arrivato a 50 unità. Ciò ci consente di rispondere a tutte le richieste e di gestire in maniera efficace ogni procedura. Il nostro punto di forza è la disponibilità di una sede a Milano, attrezzata con 700 postazioni tutte informatizzate e tutte fruibili contemporaneamente, che è diventata un hub in cui si svolgono tutti i giorni procedure concorsuali, soprattutto, per gli enti del territorio».

• **Luana Costa**

Selexi ha sede a Milano - www.selexi.it



Flessibilità operativa

Selexi svolge selezioni accurate per qualsiasi profilo professionale, organizzate in più sessioni o in sessioni singole. «Un elemento che ci contraddistingue è la flessibilità operativa - sottolinea Davide Tommasiello -. Abbiamo sviluppato soluzioni che ci permettono di superare il tradizionale approccio che utilizzava prove cartacee e lavoriamo con il Pc nella nostra sede ma anche eventualmente con allestimenti esterni. Lavoriamo con i tablet - con o senza la tastiera - per le prove sul territorio del committente ma anche con soluzioni da remoto».



L'hub globale delle scienze della vita

È il ruolo che assume ogni anno il Dubai World Trade Center in occasione di Arab Health, la piattaforma dell'innovazione sanitaria più rinomata dell'area Mena. Per connettere le menti della community clinica e terapeutica internazionale



Robot chirurgici che stanno rivoluzionando le procedure in campo ortopedico, i progressi della ricerca genomica e dello screening del diabete, ambulanze elettriche e le nuove traiettorie dello smart hospital. "Cartoline" tecnologiche e d'avanguardia terapeutica di apprezzate dagli oltre 110 mila visitatori professionali accorsi ad Arab Health 2024. 3450 aziende espositrici, 3600 delegati ingaggiati per le conferenze e 180 Paesi rappresentati tra il pubblico che hanno accreditato il più grande raduno di aziende sanitarie, tecnologie e prodotti dell'area Mena come "place to be" internazionale per la community della salute. Rafforzando la posizione di Dubai, che da 49 anni lo ospita nella lussuosa cornice del World Trade Center, quale hub glo-

bale delle scienze della vita e incubatore per l'innovazione sanitaria.

NELLA GALASSIA DELLA REALTÀ AUMENTATA E DEL METAVERSO

E di spunti e approcci innovativi ce ne sono a perdita d'occhio alla 49esima edizione dello show emiratino che, sotto l'insegna "Connecting Minds, Transforming Healthcare", ha offre una panoramica completa delle apparecchiature sanitarie e delle funzionalità di ultima generazione. Solo a titolo di esempio, a catturare la curiosità del pubblico uno scanner super intelligente per svolgere l'ecografia al seno senza operatore, un dispositivo 3d per l'imaging cardiaco fetale e, ancora, il lancio di un laboratorio di realtà immersiva per curare

persone che soffrono di diverse fobie e ansie, presentato dall'Emirates Health Services di emanazione governativa. Altrettanto coinvolgente l'incursione nella galassia del metaverso compiuta attraverso la seconda edizione del Future Health Summit, evento esclusivo rivolto ad alti funzionari governativi, ceo e top manager del settore sanitario C-suite che ha acceso i fari su intelligenza artificiale, realtà aumentata e realtà virtuale applicate all'assistenza ai pazienti. «Arab Health- spiega Ross Williams, direttore della mostra presso Informa Markets- riveste un ruolo fondamentale nel riunire i driver politici regionali e internazionali, i leader di pensiero e gli operatori sanitari attraverso il commercio e l'innovazione. Inoltre mette in mostra le iniziative intraprese dal governo

10 conferenze di Ecm circoscritte alle aree di radiologia totale, chirurgia, medicina d'urgenza e terapia intensiva, diabete, ostetricia e ginecologia, ortopedia, gestione della qualità, sanità pubblica, controllo delle infezioni e Dipartimento centrale forniture sterili (Ccss).

UNA ROAD MAP PER IL PROGRESSO SANITARIO SOSTENIBILE

Un posto d'onore nel palinsesto della rassegna di Dubai, in grado l'anno scorso di generare accordi tra operatori sanitari per un valore di 1,81 miliardi di dollari (6,65 miliardi di Aed), è stato riservato al tema della sostenibilità. In primo piano all'interno della Smart Hospital and Interoperability Zone dell'Arab Health, che ha riunito leader



ed esperti del settore in una tavola rotonda di alto livello per esplorare le strategie per integrare la sostenibilità nei sistemi sanitari della regione. Sulla scorta di quanto disposto l'anno scorso dal Dipartimento della Salute di Abu Dhabi, che entro il 2030 si è prefissato di ridurre le emissioni di carbonio del 20 per cento e di raggiungere le zero emissioni nette entro il 2050. L'iniziativa mira a stabilire una chiara tabella di marcia per il progresso sanitario sostenibile, favorendo l'allineamento di tutto l'ecosistema. Inclusi i talenti emergenti del firmamento medico-scientifico a cui l'edizione di quest'anno ha rivolto il concorso Cre8, evento al debutto di un giorno che ha incaricato gli studenti partecipanti degli Eau di immaginare, innovare e creare una soluzione a un nodo sanitario reale utilizzando un budget immaginario di 100.000 Aed, in modo da incoraggiarne lo spirito imprenditoriale e la capacità di problem solving. In questo scenario multiforme, il denominatore comune alle passate edizioni è stata la profondità di gamma e la piena aderenza alle esigenze cliniche e terapeutiche dei nuovi fabbisogni sanitari. Apprezzata all'interno delle nove categorie di prodotto in cui era divisa l'esposizione, che ha tolto il velo tra l'altro ai progetti innovativi di telemedicina targati MoHAP, il Ministero della salute e della prevenzione del Paese ospitante. Pronto a rilanciare l'invito per celebrare le nozze d'oro di Arab Health, in calendario dal 27 al 30 gennaio 2025.

• **Giacomo Govoni**



3450

Aziende

Espositori presenti ad Arab Health 2024

negli Emirati Arabi Uniti per supportare l'intero ecosistema sanitario, ad esempio fornendo una piattaforma per l'adozione di tecnologie innovative e la creazione di partnership con i principali ospedali e aziende di tecnologia medica». In chiave convegnistica invece, Arab Health richiama l'interesse dei professionisti medici attraverso

Il design che fa bene alla salute

ines, società specializzata in ingegneria clinica, impiantistica sanitaria e servizi alle imprese, punta sulla personalizzazione dei progetti, creati sulla base delle esigenze del cliente e con l'obiettivo di rendere migliore l'esperienza del paziente. Ne parliamo con il ceo Pierpaolo Venturi

La dimensione del mercato globale dell'imaging a risonanza magnetica (Mri) è stata pari a 25.29 miliardi di dollari nel 2022 e si prevede che raggiungerà i 43.74 miliardi di dollari nel 2029, con un tasso di crescita annuale composto (Cagr) del 6,55 per cento.

«Negli ultimi due anni anche in Italia, con l'avvento del 4.0, c'è stato un grande sviluppo di questo mercato per i privati. Basti pensare che al Sud un centro medico di diagnostica ha potuto comprare risonanze con l'80 per cento di imposta. A questi dati si è affiancato il Pnrr che è ancora in sviluppo, permettendo anche al pubblico di installare nuove risonanze» afferma Pierpaolo Venturi, amministratore e direttore tecnico dell'azienda ines, specializzata nella schermatura elettromagnetica per apparecchiature di imaging a risonanza magnetica e nelle costruzioni in alluminio a fini medici.

In seguito allo sviluppo favorevole del mercato RM e quindi del settore della schermatura magnetica e della radiofrequenza, ines ha concentrato sempre di più i propri sforzi su tali tecnologie e oggi, nel settore, detiene la quota di mercato più ampia tra le regioni del Sud Italia. ines si è distinta per le spiccate capacità di personalizzazione dei progetti, creati sulla base delle esigenze del cliente e con l'obiettivo di rendere più rilassante l'esame diagnostico per il paziente.

Quali sono i vostri punti di forza?

«ines, partner perfetto per progetti innovativi e sostenibili, si pone come un unico interlocutore, grazie alle competenze tecniche e

alle professionalità manageriali acquisite. Siamo in grado di organizzare, realizzare e gestire le più svariate proposte progettuali grazie a una struttura operativa costituita da squadre omogenee di operai altamente specializzati diretti da tecnici competenti e professionali. ines è nata per la realizzazione e la manutenzione di gabbie di Faraday e dei blocchi operatori, negli anni si è specializzata anche nella realizzazione di impianti tecnologici ospedalieri, sale Tac, sale angiografiche e camere anecoiche. Innovazione e design sono i tratti che ci caratterizzano, non a caso il nostro payoff è "il design che fa bene alla salute"».

Su quali progetti siete impegnati attualmente?

«Stiamo concretizzando un progetto su cui abbiamo lavorato per diversi anni insieme all'Università degli Studi di Salerno, finalizzato al miglioramento dell'aspetto emotivo dei pazienti, in particolare per mitigare la claustrofobia che molti avvertono quando si trovano all'interno della risonanza. Vogliamo abbattere l'effetto claustrofobico mediante il design e la creazione di un particolare scenario all'interno della sala che ospita la macchina. Cerchiamo di "distrarre" i pazienti dal macchinario facendo vedere loro una spiaggia, un paesaggio, un'immagine che evochi sensazioni positive, per creare un approccio più tranquillo all'esame. L'obiettivo è dare la sensazione di non trovarsi in un ambiente ospedaliero ed evitare che molti pazienti, appena varcata la soglia e vista la macchina, se ne vadano. La prima parte del progetto,



INES ha sede a Pellezzano (Sa)
www.ines.srl

cui seguirà un brevetto, riguarda la realizzazione di un casco fatto di specchi che permetta, attraverso l'utilizzo di sistemi video posti fuori dal macchinario, di portare il paziente in una realtà virtuale, in maniera tale che, anche trovandosi dentro al "tunnel", abbia la sensazione di trovarsi altrove. La seconda parte del progetto riguarda i sistemi antincendio dato che in Italia non esiste ancora un sistema di spegnimento delle fiamme all'interno delle sale. Il nostro brevetto porterà a una soluzione compatibile con la risonanza, realizzato con materiali amagnetici.

Il terzo aspetto del nostro progetto riguarda la sanificazione. Dopo il Covid i protocolli all'interno degli ospedali sono cambiati. Quello della risonanza è un ambiente "borderline", complicato, perché non si possono inserire tecnologie che vadano in contrasto,

gli operatori delle pulizie devono essere formati, devono avere strumenti appositi. Noi stiamo mettendo in piedi il primo sistema che permetta la sanificazione delle sale di risonanza».

Che caratteristiche hanno le vostre gabbie di Faraday?

«Noi saremo la prima azienda italiana a produrre direttamente delle gabbie di Faraday per la risonanza magnetica in rame. Siamo stati tra i primi in Italia a realizzare la camera di espansione del tubo di Quench. Abbiamo inventato questo particolare design che permette di poter installare risonanze magnetiche d'alto campo laddove per problemi di sicurezza non sempre è possibile. La nostra camera d'espansione permette, infatti, di mettere il tubo della risonanza anche all'interno di condomini o in posti altrettanto complicati, consentendo, così, ai nostri clienti di installare risonanze magnetiche d'alto campo dove prima non era fattibile».

• **Cristiana Golfarelli**



ABBATTERE L'EFFETTO CLAUSTROFOBICO

Cerchiamo di distrarre i pazienti dal macchinario facendo vedere loro una spiaggia, un paesaggio, un'immagine che evochi sensazioni positive, per creare un approccio più tranquillo all'esame



L'umanizzazione della cura

Il particolare design creato dall'azienda ines, unito alla realtà virtuale che viene creata all'interno delle sale della risonanza magnetica, affronta un tema, quello dell'umanizzazione della cura, che è molto sentito a livello nazionale e che Pierpaolo Venturi è stato tra i primi a portare nel settore della risonanza. Oggi sta trasferendo questa particolare attenzione anche a siti di radioterapia e terapia intensiva.

Di recente ines ha allestito tutto il reparto di Pediatria dell'ospedale Cervello di Palermo, con stanze a tema (pirati, dinosauri...) per alleggerire la degenza dei bambini. Infine con il Progetto "ines, la magia in Pediatria" ogni Natale l'azienda dona l'umanizzazione della ludoteca ad un reparto di Pediatria italiano.

Disegna una traiettoria di graduale ripresa l'industria italiana dei dispositivi medici, che grazie alle incoraggianti performance del 2022 è risalita a un fatturato di 17,3 miliardi di euro tra export e mercato domestico. Riassorbendo una buona fetta del 30 per cento di valore perso tra il 2020 e il 2021 per via del crollo delle forniture non Covid-related, senza però riagganciare i livelli pre-pandemia. «Il settore resta pertanto in parziale sofferenza-evidenza Massimiliano Boggetti, presidente di Confindustria dispositivi medici- e non può certo permettersi una stangata di 1,1 miliardi di euro di pregresso 2015-2018 causata dal payback».

Quale sarebbe la soluzione con meno ricadute sulle imprese fornitrici di Dm e anche sui pazienti?

«L'unica soluzione al payback è cancellarlo. Se vogliamo restare un mercato competitivo per le imprese di Dm, dobbiamo mettere mano a questa stortura normativa che porterà al fallimento di molte imprese o al disinvestimento di molte altre che vi operano in Italia. Ci auguriamo che il Governo intervenga già nella prossima Manovra per eliminare il payback e trovare soluzioni che non penalizzino le imprese, i professionisti sanitari e soprattutto i cittadini».

Dal canto vostro, siete al lavoro con un gruppo di esperti scientifici e accademici per studiare una nuova governance dei dispositivi medici. Che linee guida vi siete dati?

«Il gruppo, costituito da Gutenberg, promotore del Forum Risk Management in Sanità, intende creare delle proposte che siano in equilibrio tra le esigenze di innovazione per offrire cure più efficaci e il controllo della spesa».

L'industria dei Dm muove passi spediti verso la medicina digitale. Sul fronte terapeutico, a che punto siete arrivati?

«La digitalizzazione dei processi sta ridefinendo il settore della salute e i Dm giocano un ruolo fondamentale in questo contesto. Si pensi alla telemedicina, all'AI

Massimiliano Boggetti, presidente di Confindustria dispositivi medici

«Stop al payback da prossima Manovra»

È l'appello che si leva dal mondo produttivo dei dispositivi medici, che chiede un segnale politico che invogli le aziende a investire e innovare. Creando anche «una cornice regolatoria certa per le terapie digitali» aggiunge Massimiliano Boggetti



applicata alla salute, alla cybersecurity. E non ultime le terapie digitali, ovvero quei software o app per la salute destinati a trattare o alleviare una malattia, un disturbo o una lesione generando e fornendo un trattamento medico che abbia un impatto terapeutico positivo dimostrabile sulla salute del paziente».

Per quali patologie vengono utilizzate principalmente oggi?

«Per il diabete, le malattie cardiovascolari, le broncopneumopatie, malattie neurologiche e neuropsichiatriche e la riabilitazione. Trattandosi di terapie di ultima generazione, in Italia non sono stati ancora definiti alcuni aspetti che ne garantiscano una fluida adozione, ma di recente

è nato un Intergruppo parlamentare sulla sanità digitale e le terapie digitali che fa ben sperare. Al riguardo, Confindustria dispositivi medici ha formulato una serie di proposte che mirano a creare una cornice regolatoria certa per le terapie digitali. In modo che le imprese possano programmare i propri investimenti, mettendo a disposizione dei cittadini opportunità terapeutiche spesso meno costose di quelle tradizionali».

Per i Dm sono in atto diverse evoluzioni nel panorama normativo europeo. Quali stanno impattando di più sull'operatività delle nostre imprese?

«Entro il 2028 tutti i dispositivi medici presenti sul mercato andranno ricertificati ai sensi dei nuovi regolamenti Mdr e Ivdr. Si tratta di un'importante evoluzione nel panorama normativo europeo volta a garantire maggior sicurezza ed efficacia dei prodotti e che sta richiedendo uno sforzo economico alle imprese. Le principali difficoltà riguardano i tempi e costi di certificazione, oltre alla quantità e alla presenza di organismi notificati non ancora adeguati al numero di prodotti da certificare ai sensi della nuova normativa. Ma prima di tutto occorre capire se un Paese che ha scelto di adottare il payback, confermare i tetti di spesa alle Regioni e di bandire gare al ribasso che ostacolano l'innovazione, sia davvero disposto a favorire l'adozione e l'accesso a Dminnovativi».

Quello sul payback è solo uno dei dossier caldi sul tavolo del ministro Orazio Schillaci. In che scala di priorità dispor-

107,5 euro

Spesa in Dm

Somma pro-capite destinata ai dispositivi medici in Italia, a fronte di una media europea di 284 euro

reste gli altri di vostro interesse?

«Credo che la priorità numero uno su cui il ministro si sta già spendendo, sia mettere mano al sottofinanziamento della nostra spesa sanitaria, inferiore alla media europea. In dispositivi medici, in particolare, spendiamo 107,5 euro pro capite a fronte di una media europea di 284. Se poi consideriamo che nel 2050 la popolazione italiana over 65 supererà il 50 per cento, non dobbiamo scandalizzarci che la spesa sanitaria cresca, trovando piuttosto le risorse per sostenerla».

Trovate le risorse, servono ricette valide a cui destinarle. Ad esempio?

«Si potrebbe pensare a soluzioni che rafforzino la produzione di Dm sul territorio con politiche di reshoring che ci rendano nuovamente attrattivi e invogliano le aziende a produrre, innovare e fare ricerca in Italia. Investendo su un settore capace non solo di tutelare il Paese di fronte ad altre eventuali emergenze sanitarie, ma anche di far crescere il tessuto industriale, generare Pil e dare slancio all'occupazione». • GG



L'avanguardia della terapia fisica strumentale

«La teoria cibernetica dell'informazione biologica messa al servizio della medicina rigenerativa e della terapia del dolore». Marco Mantarro spiega i vantaggi e l'innovazione del sistema brevettato dalla Mfi

Un dispositivo medico futuristico al servizio della rigenerazione tessutale e della terapia del dolore. Si chiama Complex Magnetic Field (Cmf) che oggi si è completamente rinnovato nella nuova versione Cmf Next. Un sistema di apparecchiature, brevettato, progettato e realizzato dalla Mfi Srl, azienda romana impegnata nel settore della terapia fisica strumentale, in particolare nell'applicazione dei concetti innovativi della biofisica informazionale all'ambiente medico e clinico. Marco Mantarro entra nel dettaglio dell'innovazione e dei vantaggi che il sistema Cmf rappresenta. «Si può dire che alla base del progetto c'è la teoria cibernetica dell'informazione biologica, messa al servizio della medicina rigenerativa e della terapia del dolore – afferma Mantarro –. Attraverso l'utilizzo di

particolari segnali fisici, opportunamente modulati e trasferiti alle strutture biologiche, sfruttando le caratteristiche positive dell'induzione magnetica, è possibile ridurre sensibilmente i tempi di rigenerazione di quasi tutti i tessuti biologici e agire molto velocemente su molte patologie dolorose. I tempi di trattamento sono ridotti, circa un'ora al giorno, e la varietà degli emettitori riesce a trattare con efficacia un notevole numero di patologie, anche sistemiche».

Come nasce il Cmf?

«Trent'anni di studi di biologia molecolare e biofisica applicata costituiscono le fondamenta del sistema, che risulta tanto efficace da rappresentare un unicum nell'ambito della terapia del dolore e nella medicina rigenerativa fisica, in sinergia e a supporto della farmacologia. Nessun effetto collaterale è stato riscontrato in quasi vent'anni di lavoro. Alla base dei diversi programmi terapeutici del sistema Cmf c'è una nuova branca della medicina che ha la finalità di studiare i sistemi di comunicazione cellulare e la loro capacità riparativa in relazione a particolari sollecitazioni fisiche. Studi avanzati di fisiologia hanno permesso di individuare alcuni dei codici di comunicazione cellulare, trovando una nuova via per l'attivazione dei sistemi di riparazione endogena propri del corpo umano».

Cos'ha in comune questo con la teoria cibernetica dell'informazione biologica?

«Come per un sistema cibernetico, i codici prodotti dalle apparecchiature Cmf, oggi completamente rinnovati e potenziati, agi-

scono favorendo il continuo adattamento alla ricerca dell'equilibrio del sistema biologico. I programmi macchina sono stati studiati con lo scopo di agire in sinergia con il progetto biologico da sviluppare, sia esso rigenerativo sia relativo alla terapia del dolore. Nella medicina rigenerativa potremmo definire le apparecchiature del sistema Cmf come induttori di riparazione endogena. In pratica Cmf tratta la patologia una volta presente, ma risulta estremamente utile nell'aiutare l'organismo a mantenere il suo naturale equilibrio, creando un vero proprio sistema di prevenzione dal punto di vista biofisico».

Quali sono le applicazioni principali?

«Le applicazioni terapeutiche del sistema riguardano buona parte delle specialità cliniche, in particolar modo la terapia del dolore cronico benigno e la rigenerazione tessutale. Attualmente le apparecchiature che compongono il sistema sono certificate per le applicazioni in odontoiatria, ortopedia, terapia del dolore, dermatologia, medicina rigenerativa, medicina dello sport e oftalmologia. Ogni apparecchiatura presenta programmi dedicati che sono Funzione Specifica e Tessuto Specifico. La rigenerazione dei tessuti che si ottiene risulta di altissima qualità e consente una sostanziale accelerazione dei tempi di riparazione. Nell'ambito della medicina rigenerativa si possono ottenere risultati particolarmente interessanti nel trattamento del piede diabetico e delle ferite difficili. Tutti possono usufruire delle applicazioni dei dispositivi Cmf, anche attraverso un sistema di noleggio domiciliare su prescrizione medica».

E per quanto riguarda gli sviluppi futuri?

«La continua ricerca nel miglioramento delle procedure terapeutiche sta portando allo svi-



Marco Mantarro, amministratore di Mfi che ha sede a Roma - www.mfisrl.com

luppo di un nuovo sistema che consentirà il trattamento di un maggior numero di patologie in modo sempre più efficace e più comodo sia per gli operatori sia per i pazienti. Per concludere, lo sviluppo scientifico e tecnologico ci ha permesso di diventare molto efficaci anche nella medicina preventiva con la possibilità di drenare dai tessuti i metalli pesanti e gli xenobiotici che, secondo molti studi, potrebbero causare diverse patologie, tra cui alcune malattie degenerative del sistema nervoso centrale. Dal punto di vista dello sviluppo tecnologico, stiamo progettando un sistema che consentirà a tutti di potersi curare con estrema comodità avendo i dispositivi sempre disponibili, subito, in ogni luogo e in ogni situazione della vita quotidiana, risparmiando così molto del bene prezioso di cui ognuno di noi dispone in parti uguali: il tempo». • Remo Monreale



IL SISTEMA CMF

Nella medicina rigenerativa potremmo definire queste apparecchiature come induttori di riparazione endogena



Per una cultura della medicina fisica

Marco Mantarro, amministratore della Mfi Srl, si sofferma sui principi che muovono l'azienda romana. «La nostra mission – dice Mantarro – è di mettere a disposizione le tecnologie e le conoscenze acquisite per contribuire alla diffusione della cultura della medicina biofisica e agevolare lo sviluppo di una medicina etica al servizio di tutti. Possiamo vantare una trentennale esperienza nel settore biomedicale presso importanti multinazionali nel campo della diagnostica per immagini (Tac e Rmn) e della diagnostica di laboratorio: un'esperienza sviluppata in diversi ambiti aziendali, dal customer service al settore commerciale, dall'assicurazione qualità al management. Siamo sempre impegnati in una continua attività informativa e formativa, per diffondere un uso corretto della medicina biofisica attraverso la collaborazione con società scientifiche, istituti universitari, ospedali e medici delle diverse branche specialistiche. Al momento stiamo collaborando con tre istituti universitari (Ferrara, Chieti e Belgrado) e con ognuno di loro seguiamo diversi percorsi di ricerca applicata. Un progetto in particolare riguarda la possibilità di contrastare dal punto di vista fisico quello che sta diventando un grande problema mondiale: l'antibiotico resistenza».

Medical device customizzati

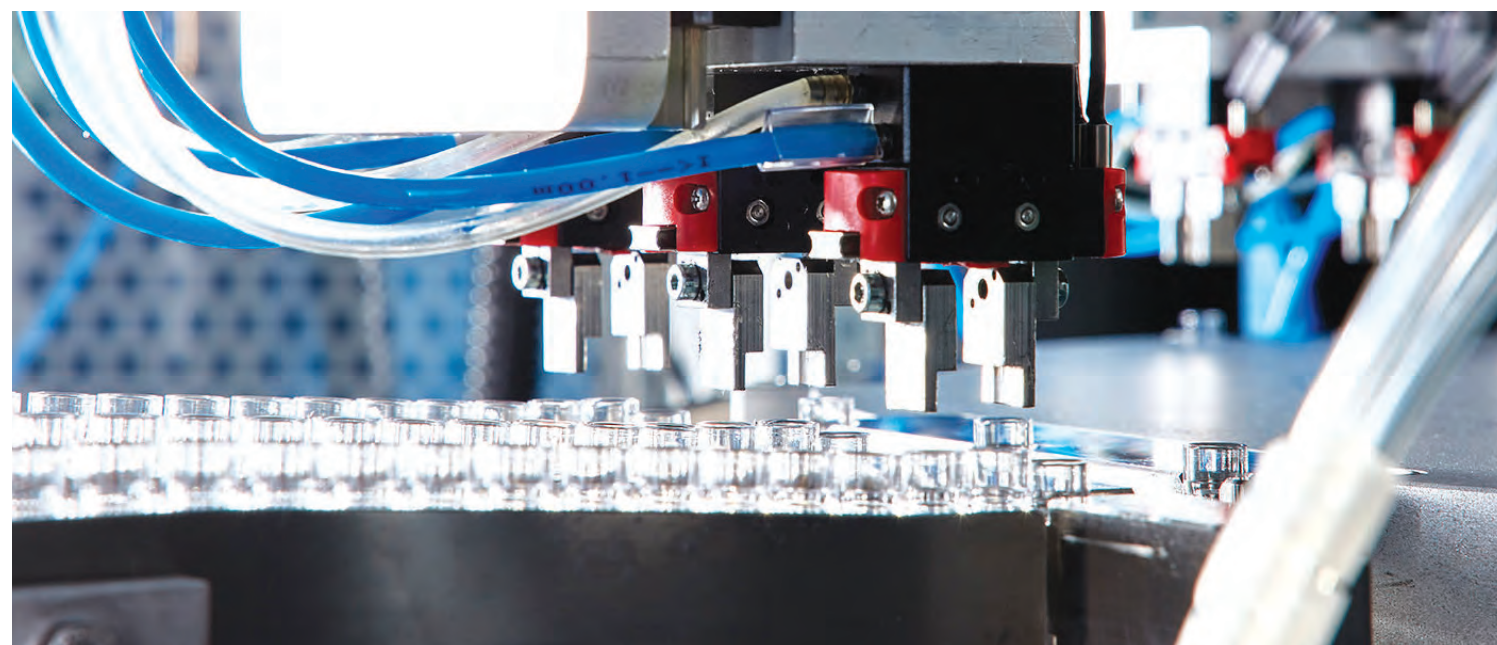
Althena Medical si pone come eccellenza nella produzione di siringhe preriempite made in Italy. Versatilità e personalizzazione rendono i prodotti ideali per soddisfare molti requisiti di conformità e possono essere inoltre perfettamente integrati nelle linee di riempimento e finitura esistenti. Ne parliamo con il ceo Alfredo Ricci

Il comparto delle Life Science è uno dei principali settori dell'economia italiana per il suo apporto in termini di valore, capacità produttiva e contributo all'innovazione. In particolare, il mondo dei medical device sta subendo un'importante rivoluzione dal punto di vista della qualità. Gli standard richiesti per una sperimentazione, infatti, dovranno essere paragonabili (se non sovrapponibili) a quelli richiesti nelle sperimentazioni con i farmaci per garantire sempre di più qualità e sicurezza. Canoni che Althena Medical, azienda prima in Italia nello sviluppo e produzione di siringhe monouso, siringhe pre-riempibili e dosatori liquidi orali customizzati, conosce molto bene. L'expertise rappresenta il grande vantaggio che aziende come Althena Medical offrono ai propri clienti. Le competenze di Althena Medical producono dispositivi che forniscono un reale beneficio a clienti e utilizzatori, di qualità superiore agli attuali standard. Dal 2016, l'azienda produce all'interno della struttura un dropper oftalmico brevettato per la Dompè. «Non esisteva nulla del genere in commercio - afferma il ceo Alfredo Ricci -. Noi siamo riusciti in breve tempo a ideare, sviluppare, brevettare e produrre un dropper, con annessa documentazione a corredo, e a realizzare il kit necessario per la posologia del farmaco. Oggi questo device è distribuito world wide insieme al kit».

Dotati di camera bianca Iso 7, di certificato Iso 13485, Althena rappresenta una valida scelta per quelle industrie farmaceutiche

SYCARE

La linea di siringhe pre-riempibili in Cop e complete di tappino filettato, rivolta al settore della medicina rigenerativa, ortopedico, della riabilitazione e a quello oftalmico



che hanno bisogno di realizzare in tempi brevi un drug delivery, packaging farmaceutico o siringa personalizzata.

«Siamo in grado di realizzare un prodotto innovativo e customizzato rispettando tempistiche molto brevi e seguendo le esigenze dei nostri clienti - continua il ceo -. La nostra solida esperienza ci permette di capire quello che cerca il cliente ancora prima che ce lo manifesti esplicitamente. Siamo strutturati per soddisfare quei clienti che non sono riusciti a trovare sul mercato ciò che stavano cercando, oppure coloro che tramite i nostri prodotti cercano di distinguersi di prodotti che la concorrenza mette sul mercato». La struttura snella e flessibile, gli

strumenti e sistemi automatici all'avanguardia, compresi robot e cobot, consentono ad Althena Medical di sviluppare e produrre internamente e in breve tempo il device che più soddisfa le richieste del cliente.

«Abbiamo investito in macchine e sistemi automatici flessibili e facilmente riattrezzabili che consentono di produrre velocemente siringhe, drug deliveries, ecc. personalizzati e su specifiche del cliente, a prescindere dalle volumetrie e dal tipo di device. Inoltre, i nostri prodotti vengono sottoposti a test specifici i cui report sono disponibili a chi ne facesse richiesta sul nostro sito. Ogni device prodotto, viene visionato e controllato attentamente».

I prodotti immessi sul mercato sono molto specifici. Ad esempio, la linea di siringhe

Althena Medical ha sede a Città Sant'Angelo (Pe) www.althenamedical.it

pre-riempibili in Cop e complete di tappino filettato denominata "Sycare", rivolta al settore della medicina rigenerativa, ortopedico, della riabilitazione e a quello oftalmico: Althena Medical è l'unica azienda in Italia, ad oggi, a produrre questo tipo di siringa. «Realizzata con materiali alternativi al vetro, consta di 2 modelli, 7 formati e 20 combinazioni diverse, con volumetrie che vanno dai 0,5 ml ai 6,5 ml. Il sistema di chiusura è l'unico con uno screw cap interamente in COP, che garantisce una chiusura ermetica certificata anche dopo tre anni dal riempimento. In via opzionale, Sycare è dotata anche di due diversi sistemi antimanomissione».

L'azienda realizza anche una linea di dosatori per liquidi orali denominata "Dosecare", con volumi di 5 ml e 10 ml. In soli tre step il device memorizza la dose da somministrare, evitando errori di dosaggio. Tutti i modelli sono personalizzabili e sottoposti a test di invecchiamento, ermeticità, oltre che a quelli prescritti dalla normativa. Il sistema di chiusura è protetto da due brevetti interna-

zionali ed è l'unico con uno screw cap in plastica trasparente.

«Dedichiamo massima attenzione alla ricerca di soluzioni tecniche inedite che diano una risposta a problemi mai risolti prima - sottolinea Ricci -. E questo per noi ha un particolare significato: vuole dire innovare. Qualità e innovazione sono per noi sinonimo di realizzazione di prodotti performanti, inediti e affidabili. Sottolineo però che i risultati raggiunti fino ad oggi, in termini di ricerca e sviluppo, produttività e cura del cliente, non sarebbero stati possibili senza l'aiuto del nostro team. Infatti senza un team altamente specializzato e in grado di garantire una completa applicazione del sistema di qualità aziendale, non sarebbe possibile raggiungere la massima soddisfazione del cliente».

Per venire incontro anche al settore veterinario Althena Medical sta sviluppando anche una siringa dosatrice pre-riempibile dedicata, molto innovativa, dal design riconoscibile e originale, di elevata qualità e personalizzabile al 100 per cento. «Il device si differenzia dalla concorrenza in quanto consente di memorizzare in un unico gesto la dose da somministrare». • Bianca Raimondi

Il reparto confezionamento

Althena Medical non produce solo dispositivi per il delivery dei farmaci, ma provvede anche al confezionamento secondario e terziario. Ha sviluppato un reparto interamente dedicato al confezionamento, in risposta alla crescita della richiesta di un packaging primario altamente personalizzato. «Ogni azienda ha la sua peculiarità che cerca di esprimere anche attraverso il drug delivery. Molti chiedono di valorizzare il loro prodotto con un packaging esclusivo. Althena risponde a questi bisogni in modo da essere un riferimento per chi si vuole distinguere dalla concorrenza o per chi non ha trovato il device adatto, offrendo risposte certe concrete e veloci con elevata competenza».

TIBALDI —

più gioiello che penna...

N60

TIBALDI.COM

*Dal 1919,
Passione Italiana,
Tratto Distintivo.*



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

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

DAL 1919 FACCIAMO LE COSE ALLO STESSO MODO, CON LA STESSA IMMUTATA PASSIONE. OGGETTI SENZA TEMPO, BELLI E CONCRETI, COME SOLO NOI ITALIANI SAPPIAMO CREARE.

DA OLTRE 100 ANNI, NON SCENDIAMO MAI A COMPROMESSI, SULLA QUALITÀ DEI MATERIALI E SULLE TECNICHE DI LAVORAZIONE. ORGOGLIOSI DI CONTINUARE A SCRIVERE, CON IL MEDESIMO CARATTERE AUTENTICO E APPASSIONATO, LA STORIA DELLO STILE ITALIANO.

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



aurorapenofficial



aurorapenofficial

www.aurorapen.it



aurorapen



AuroraPen