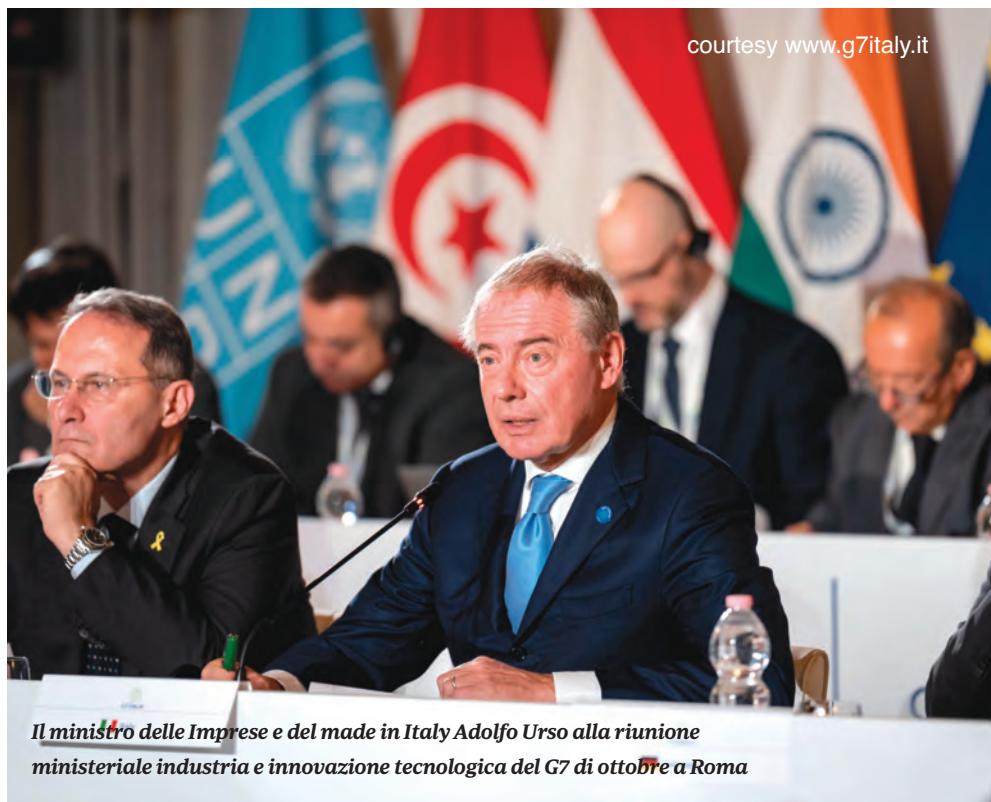


Attestato di eccellenza made in Italy

Genio. Merito. Vision.

Un anno decisivo per il rilancio



Il ministro delle Imprese e del made in Italy Adolfo Urso alla riunione ministeriale industria e innovazione tecnologica del G7 di ottobre a Roma

a battaglia per la sostenibilità industriale si vince o si perde in Europa. Per questo siamo in campo sull'intero fronte della revisione e della attuazione dei regolamenti europei, insieme al Mase. La gran parte di questi dossier, infatti, è stata affrontata finora solo nell'ottica, spesso ideologica, della transizione ambientale, trascurando gli impatti sociali e industriali, come è successo per i settori del tessile e dell'auto», ha dichiarato il ministro delle Imprese e del made in Italy Adolfo Urso durante il Tavolo Moda del 24 gennaio. L'impegno del Mimit in Europa è diretto all'adozione del Regolamento Ecodesign e alla revisione del Regolamento che riguarda l'Etichettatura dei prodotti tessili, con l'obiettivo di adattarla alle esigenze delle imprese italiane. In discussione anche la Responsabilità estesa del produttore per la filiera sul quale il Mase, di concerto con il Mimit, ha redatto uno schema di Decreto che ha introdotto importanti novità.

L'ESITO DEL TAVOLO MODA:
250 MILIONI DI EURO AL SETTORE

Lo ricordiamo, il Mimit aveva convocato il Tavolo permanente della Moda per affrontare le sfide del settore e supportare le imprese nella doppia transizione green e digitale. «Il governo destina 250 milioni di euro nel settore della moda per il 2025, una scelta strategica per sostenerne un comparto che rappresenta l'eccellenza del made in Italy e un pilastro della nostra economia», ha evidenziato il ministro Urso. «Una cifra significativa messa a disposizione attraverso strumenti concreti per dare alle aziende della moda la stabilità e la fiducia di cui hanno bisogno per tornare a crescere». I 250 milioni di euro sono così suddivisi: 100 milioni per Contratti di sviluppo, 100 milioni per Mini contratti di sviluppo, 15 milioni per la transizione ecologica e digitale, 30,5 milioni per la sostenibilità. Determinante, in tal senso, è il Ddl sulle Pmi promosso dal Mimit e recentemente approvato dal Cdm, che stanzia 100 milioni per i contratti di sviluppo per la moda, oltre a prevedere misure innovative, come la staffetta generazionale nelle

>> Segue pag. 6

IL CENTRO SERVIZI FEDERITALY

Un acceleratore di crescita per le micro e piccole imprese che guardano al futuro con ambizione e determinazione



Una nuova coscienza femminile nel mondo della cultura

Per gli uomini con la bacchetta l'estetica gradevole è un plus, mentre se a salire sul podio è una donna disturba. A questo e altri pregiudizi, Beatrice Venezi risponde con il talento, l'autenticità e lo studio "matto e disperatissimo"

di GG

Quando di mezzo ci sono pregiudizi di genere, maldicenze e difesa dello "status quo", qualunque ostacolo può diventare una montagna. Anche se è alto una spanna come il podio del direttore d'orchestra, sul quale Beatrice Venezi è salita per la prima volta a 22 anni, scuotendo un mondo della musica classica per nulla abituato a vedere una donna guidare un coro di strumentisti con la bacchetta in mano. «Soprattutto una donna che non nasconde la sua femminilità» aggiunge Beatrice Venezi - e che non si pieghi al cliché del dover «mostrare i muscoli» per stare in un posto di comando. E soprattutto nel nostro Paese, che è dove ho riscontrato maggiormente questa difficoltà».



Foto credit: Matteo Chinellato
Beatrice Venezi,
direttore d'orchestra

Lo si comprende bene dal clamore che la sua carriera genera e che talvolta esula dalle qualità artistiche. Quali barriere, anche oggi, trova più difficili da valicare?

«La difficoltà ad accettare una donna in una posizione di leader, come è quella del direttore d'orchestra. La cativeria - spesso gratuita - nei confronti delle donne è sempre più pungente, sconfina puntualmente nel personale, cerca di minare l'autostima, di ribadire "non sei abbastanza" o "non puoi fare a modo tuo, ti devi allineare", nel tentativo di mettere a tacere tutte quelle che provano a cantare fuori dal coro. Non puoi serenamente svolgere il tuo lavoro con onestà intellettuale e al massimo delle tue possibilità, devi sempre dimostrare di essere all'altezza. Un giudizio costante a cui gli uomini non sono sottoposti. Penso che molte donne in ogni ambiente si ritroveranno in

>> Segue pag. 3

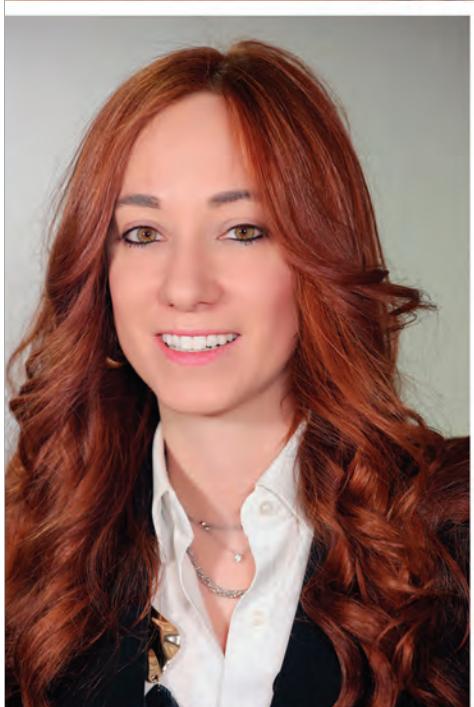
ASSOCAMERESTERO Grandi cambiamenti da cogliere

Qualità ed efficienza
Con una vasta gamma di servizi e tecnologie dedicate, Fasulo è l'azienda partner che garantisce una gestione logistica e dei trasporti sicura, veloce e precisa



Competenza e affidabilità
Dynamic Education svolge un ruolo cruciale nell'aggiornamento medico-scientifico, fornendo corsi di formazione e congressi rivolti agli operatori sanitari

L'Africa legata allo sviluppo del Piano Mattei, il Messico e i big partner dell'America Latina, la Corea del Sud e tutte le altre "tigri asiatiche", tornate nuovamente a ruggire. Sono alcune delle rotte più promettenti per il made in Italy tracciate da Assocamerestero sul Calendario 2025, una roadmap presentata prima di Natale che identifica le destinazioni e i settori a più alto potenziale per sviluppare affari nei prossimi mesi. «Mai come ora» osserva Mario Pozza, presidente delle Ccie italiane che operano >> Segue pag. 3



TBA

Tax-Legal &
Business Advisory



Foto-credit - Alessandro Ravezzani



GOLFARELLI EDITORE
INTERNATIONAL GROUP

>>> continua dalla prima pagina

Una nuova coscienza femminile nel mondo della cultura

Per gli uomini con la bacchetta l'estetica gradevole è un plus, mentre se a salire sul podio è una donna disturba. A questo e altri pregiudizi, Beatrice Venezi risponde con il talento, l'autenticità e lo studio "matto e disperatissimo"

Colophon

Direttore onorario

Raffaele Costa



Direttore responsabile

Marco Zanzi

direzione@golfarellieditore.it

Vice Direttore

Renata Gualtieri

renata@golfarellieditore.it

Redazione

Cristiana Golfarelli, Tiziana Achino,
Lucrezia Antinori,
Tiziana Bongiovanni,
Eugenio Campo di Costa,
Guia 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

Osservatorio sul Merito - Registrazione Tribunale
di Bologna n.8644 del 29/01/2025

Quando di mezzo ci sono pregiudizi di genere, maledicenze e difesa dello "status quo", qualunque ostacolo può diventare una montagna. Anche se è alto una spanna come il podio del direttore d'orchestra, sul quale Beatrice Venezi è salita per la prima volta a 22 anni, scuotendo un mondo della musica classica per nulla abituato a vedere una donna guidare un coro di strumentisti con la bacchetta in mano. «Soprattutto una donna che non nasconde la sua femminilità» aggiunge Beatrice Venezi e che non si pieghi al cliché del dover «mostrare i muscoli» per stare in un posto di comando. E soprattutto nel nostro Paese, che è dove ho riscontrato maggiormente questa difficoltà».

Lo si comprende bene dal clamore che la sua carriera genera e che talvolta esula dalle qualità artistiche. Quali barriere, anche oggi, trova più difficili da valicare?

«La difficoltà ad accettare una donna in una posizione di leader, come è quella del direttore d'orchestra. La cattiveria - spesso gratuita - nei confronti delle donne è sempre più pungente, sconfina puntualmente nel personale, cerca di minare l'autostima, di ribadire "non sei abbastanza" o "non puoi fare a modo tuo, ti devi allineare", nel tentativo di mettere a tacere tutte quelle che provano a cantare fuori dal coro. Non puoi serenamente svolgere il tuo lavoro con onestà intellettuale e al massimo delle tue possibilità, devi sempre dimostrare di essere all'altezza. Un giudizio costante a cui gli uomini non sono sottoposti. Penso che molte donne in ogni ambiente si ritroveranno in queste parole».

In pochissime invece, si sono ritrovate così precocemente nel posto più ambito nel mondo della musica sinfonica. Quali scelte e "talenti" le hanno permesso di raggiungerlo e che emozioni conserva della prima volta?

«Di sicuro l'abnegazione totale e incondizionata verso questa passione, diventata anche il mio lavoro; lo studio "matto e disperatissimo" per la miglior preparazione possibile, la costante ricerca della perfezione (pur consapevole dell'imperfezione e perfettibilità delle nostre azioni), la capacità di pensiero laterale e quella nelle relazioni umane, l'autenticità e un forte senso della giustizia (che spesso mi hanno creato più problemi che favori, ma alla lunga vengono riconosciuti). Ricordo con

un sorriso la paura e l'adrenalina del primo concerto, le gambe che tremano in camerino e poi come tutto si placa una volta salita sul podio, che da allora ho capito essere il luogo dell'estrema lucidità, della potenza creativa, del respiro collettivo».

Ha più volte confessato che all'inizio è stata dura, senza "role model" donne a cui ispirarsi per la musica classica. Che lavoro ha fatto per sviluppare un'identità da direttore?

«Si è trattato di un lavoro, in un certo senso, di scoperta. È indubbio che ci siano differenze fisiche tra il corpo di un uomo e quello di una donna, come ad esempio la proporzione degli arti o la disposizione interna di alcuni organi e dunque anche il baricentro. Ma al di là della tecnica standard che si apprende in conservatorio, dirigere è qualcosa non riducibile alle sole categorie maschile e femminile, poiché attiene alla modalità di espressione del singolo. È un po' come il gesticolare mentre si parla; ognuno di noi ha una forma molto personale di farlo. Al limite una differenza di genere si può riscontrare nella sensibilità di lettura e interpretazione di alcuni temi e personaggi, come ad esempio il tema della maternità in opere come Madama Butterfly o Suor Angelica».

Tornando al binomio bellezza dell'arte/bellezza estetica femminile, è riuscita a spiegarsi questa "bassa digeribilità" che ancora persiste?

«Una donna di cultura, impegnata, che usa il sapere e i propri mezzi intellettuali invece del proprio corpo per conquistare una posizione, ma che al tempo stesso non rinuncia alla cura del proprio aspetto e alla propria femminilità: direi che questo è il connubio che garantisce un mix letale di

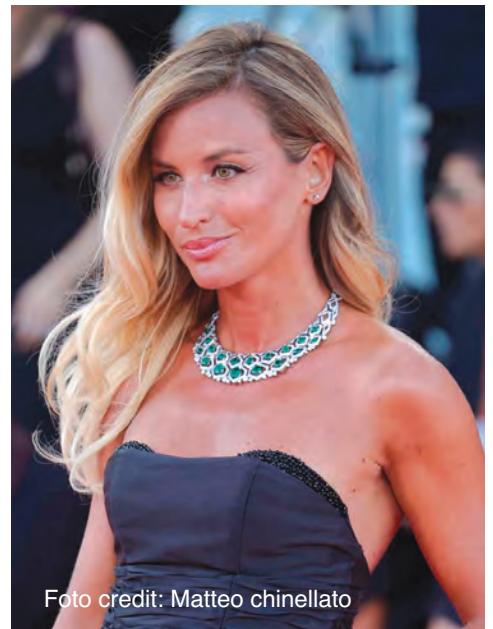


Foto credit: Matteo Chinellato

Beatrice Venezi, direttrice d'orchestra

maschilismo (anche delle altre donne) e invidia. È come dire "ma non sarà troppo?". Nel mio settore, ad esempio, se da una parte prevale ancora l'idea romantica dell'artistaide o della persona "engagé" trasandata poiché troppo impegnata nelle proprie elucubrazioni da potersi occupare di questioni mondane, dall'altra è pur vero che ai giovani direttori d'orchestra uomini la bellezza- curata ed esaltata- certamente non viene criticata, anzi viene considerata un plus».

Dalle pagine del suo Le Sorelle di Mozart si leva l'esortazione a coltivare una nuova coscienza femminile nel mondo della cultura. Quali sono i gap più penalizzanti da colmare per sintonizzarlo sul merito e a favore di nuove "Beatrice Venezi"?

«Secondo me bisogna intanto costruire una coscienza collettiva rispetto al valore che le donne hanno espresso nella storia in qualsiasi ambito. Il libro mira proprio a far conoscere queste donne, straordinarie e in alcuni casi determinanti per la storia della musica, ma omesse dai manuali o sminuite al rango di "sorelle di" o "mogli di". Credo che si possano scrivere volumi simili per ogni ambito, dalle arti figurative alle scienze. Queste donne vanno raccontate e studiate, inserite nei libri di testo; solo così le giovani generazioni non percepiranno più l'eccellenza femminile come un'eccezione e ci si potrà concentrare esclusivamente sul merito e sui risultati raggiunti, senza preconcetti discriminanti». • **Gaetano Gemiti**



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 Abbadia di Stura, 200 - 10156 Torino



aurorapenofficial



aurorapenofficial

www.aurorapen.it



aurorapen



AuroraPen

Il Centro Servizi Federitaly

Un ecosistema innovativo, acceleratore di crescita, che offre un'ampia gamma di servizi alle micro e piccole imprese italiane che desiderano guardare al futuro con ambizione e determinazione

I Centro Servizi Federitaly rappresenta una risposta concreta e strategica per le micro e piccole imprese italiane che desiderano crescere, consolidarsi e affrontare le sfide di un mercato sempre più competitivo. Nato con l'obiettivo di essere un punto di riferimento per le aziende associate alla Federazione, questo moderno e innovativo ecosistema mette a disposizione un'ampia gamma di servizi personalizzati e accessibili a condizioni vantaggiose, riservate esclusivamente agli associati.

UN HUB AL SERVIZIO DELLE MPMI
Le micro e piccole imprese costituiscono la spina dorsale dell'economia italiana, ma spesso si trovano ad affrontare ostacoli che limitano il loro potenziale di crescita, come difficoltà di accesso al credito, mancanza di competenze manageriali e limitate opportunità di espansione sui mercati internazionali. Il Centro Servizi Federitaly nasce proprio per colmare queste lacune, fornendo supporto concreto e professionale per accompagnare le imprese in ogni fase del loro percorso.

UNA GAMMA COMPLETA DI SERVIZI

Grazie alla collaborazione con le migliori professionalità del mercato, il Centro Servizi Federitaly offre soluzioni su misura che coprono diverse aree strategiche per le imprese. Fornisce consulenza specialistica per l'accesso al credito, sia ordinario che agevolato, supportando le imprese nella preparazione della documentazione necessaria e nell'interazione con gli istituti



SOLUZIONI SU MISURA

Coprono diverse aree strategiche per le imprese. Il Centro Servizi Federitaly fornisce consulenza specialistica per l'accesso al credito, consulenza manageriale di alto profilo e supporto per l'export

finanziari; questo servizio è fondamentale per garantire liquidità e sostenere i piani di investimento delle aziende. Propone consulenza manageriale di alto profilo: grazie a partnership qualificate con realtà come YOURgroup (fractional manager) e Temporary Management & Capital Advisors, le imprese possono beneficiare di competenze manageriali avanzate. Questi

partner mettono a disposizione figure esperte in grado di affrontare con successo le sfide aziendali, migliorando la competitività e l'efficienza operativa. Il Centro Servizi Federitaly inoltre garantisce supporto per l'export. Per le imprese che vogliono espandersi sui mercati esteri, infatti offre un supporto completo attraverso le sedi internazionali

di Federitaly. Export manager e professionisti qualificati accompagnano le aziende nell'identificazione delle opportunità, nella creazione di strategie di ingresso e nella gestione delle relazioni con partner stranieri. Questo approccio è essenziale per posizionarsi in un mercato globale sempre più competitivo.

UN APPROCCIO PERSONALIZZATO E VANTAGGI ESCLUSIVI

Il grande valore aggiunto del Centro Servizi Federitaly risiede nella capacità di offrire soluzioni personalizzate, modellate sulle esigenze specifiche di ciascuna impresa. L'ecosistema è stato progettato per rispondere con efficacia e tempestività alle richieste delle aziende, avvalendosi di un network di professionisti altamente qualificati. Inoltre, le condizioni economiche riservate agli associati rendono questi servizi ancora più accessibili, permettendo alle imprese di investire nel proprio futuro con serenità.

ESG DESK: SUPPORTO ALLA SOSTENIBILITÀ NELLE MPMI

Il Centro Servizi Federitaly include anche l'innovativo ESG DESK, uno sportello dedicato all'assistenza per la redazione dei bilanci di sostenibilità nelle micro e piccole imprese. Questo servizio è pensato per aiutare le aziende ad adeguarsi alle normative in materia di sostenibilità e a comunicare efficacemente il proprio impegno in ambito ambientale, sociale e di governance. Grazie a consulenti esperti, le imprese possono non solo rispettare gli standard Esg, ma anche valorizzare la propria immagine sul mercato.

UN SOSTEGNO CONCRETO PER UN MERCATO IN EVOLUZIONE

In un contesto economico in continua evoluzione, caratterizzato da sfide come la digitalizzazione, la sostenibilità e la globalizzazione, le micro e piccole imprese italiane hanno bisogno di strumenti adeguati per restare competitive. Il Centro Servizi Federitaly si pone come un alleato strategico, capace di fornire supporto mirato e di creare opportunità di crescita per le imprese di ogni settore. Grazie a questa iniziativa, Federitaly conferma il proprio impegno nella tutela e promozione del made in Italy, sostenendo le imprese che rappresentano il cuore pulsante dell'economia nazionale. Il Centro Servizi Federitaly non è solo un punto di riferimento, ma un vero e proprio acceleratore di crescita per tutte le micro e piccole imprese italiane che desiderano guardare al futuro con ambizione e determinazione.

• RG



Un anno decisivo per il rilancio

Il Mimit destina alla moda 250 milioni di euro per affrontare la doppia transizione e la crisi attuale. I primi mesi del 2025 saranno fondamentali per ridare competitività all'industria italiana ed europea, spiega il ministro Urso

La battaglia per la sostenibilità industriale si vince o si perde in Europa. Per questo siamo in campo sull'intero fronte della revisione e della attuazione dei regolamenti europei, insieme al Mase. La gran parte di questi dossier, infatti, è stata affrontata finora solo nell'ottica, spesso ideologica, della transizione ambientale, trascurando gli impatti sociali e industriali, come è successo per i settori del tessile e dell'auto», ha dichiarato il ministro delle Imprese e del made in Italy Adolfo Urso durante il Tavolo Moda del 24 gennaio. L'impegno del Mimit in Europa è diretto all'adozione del Regolamento Ecodesign e alla revisione del Regolamento che riguarda l'Etichettatura dei prodotti tessili, con l'obiettivo di adattarla alle esigenze delle imprese italiane. In discussione anche la Responsabilità estesa del produttore per la filiera sul quale il Mase, di concerto con il Mimit, ha redatto uno schema di Decreto che ha introdotto importanti novità.

L'ESITO DEL TAVOLO MODA:

250 MILIONI DI EURO AL SETTORE

Lo ricordiamo, il Mimit aveva convocato il Tavolo permanente della Moda per affrontare le sfide del settore e supportare le imprese nella doppia transizione green e digitale. «Il governo destina 250 milioni di euro nel settore della moda per il 2025, una scelta strategica per sostenere un comparto che rappresenta l'eccellenza del made in Italy e un pilastro della nostra economia», ha evidenziato il ministro Urso. «Una cifra significativa messa a disposizione attraverso strumenti concreti per dare alle aziende della moda la stabilità e la fiducia di cui hanno bisogno per tornare a

*Il ministro delle Imprese e del made in Italy
Adolfo Urso*



IL DDL SULLE PMI PROMOSSO DAL MIMIT

Recentemente approvato dal Cdm, stanzia 100 milioni per i contratti di sviluppo per la moda, oltre a prevedere misure innovative, come la staffetta generazionale nelle imprese, l'incentivazione alle aggregazioni e l'attesa riforma dello strumento dei Confidi

crescere». I 250 milioni di euro sono così suddivisi: 100 milioni per Contratti di sviluppo, 100 milioni per Mini contratti di sviluppo, 15 milioni per la transizione ecologica e digitale, 30,5 milioni per la sostenibilità. Determinante, in tal senso, è il Ddl sulle Pmi promosso dal Mimit e recentemente approvato dal Cdm, che stanzia 100 milioni per i contratti di sviluppo per la moda, oltre a prevedere misure innovative, come la staffetta generazionale nelle imprese, l'incentivazione alle aggregazioni e l'attesa riforma dello strumento dei Con-

fidi. In merito al tema del credito d'imposta Ricerca e Sviluppo, Urso ha annunciato la presentazione di un emendamento al Di Mil-leproroghe per migliorare la misura già predisposta in Legge di Bilancio «per dare una soluzione, per quanto sostenibile, a quanto accaduto nel passato, che pesa come un macigno anche sulle imprese della moda». Dal monitoraggio dell'Inps, emerge poi un limitato uso della cassa integrazione straordinaria nel settore moda da parte delle imprese. Per il 2024-2025, il governo ha stanziato 110 milioni di euro, ma solo una minima parte è stata erogata. A fronte di tale scenario, Mimit e ministero del Lavoro avvieranno al più presto un confronto con le Regioni affinché, nel prorogare la misura sulla cassa integrazione, si possa anche riperimetrare il raggio di azione, in modo che lo strumento possa essere pienamente utilizzato.

UN PIANO DI RILANCIO

Nel corso del 2025, ha aggiunto Urso, saranno destinate alle imprese di tutti i settori produttivi risorse per oltre 22 miliardi di euro. «Questo sarà l'anno decisivo, massimo sforzo per il rilancio industriale nella sfida alla duplice transizione green e digitale», ha ribadito il ministro, illustrando le misure messe in campo dal governo, che annoverano circa 9 miliardi per le misure

fiscali Piano Transizione 4.0 e 5.0 e Ires premiale; 2,2 miliardi per il credito d'imposta nella Zes unica; oltre 7,5 miliardi tra contratti e mini contratti di sviluppo; 1,7 miliardi della Nuova Sabatini. «Un impegno importante a fronte delle ristrettezze del Bilancio, a cui possono usufruire anche le imprese del comparto moda, di cui 3 miliardi dedicati esclusivamente alle Pmi e 4 miliardi destinati esclusivamente alle imprese del Mezzogiorno».

LA SVOLTA NELL'UE

Nelle prossime settimane in Europa si discuterà dei dossier fondamentali per l'industria del Vecchio continente, con particolare attenzione ad automotive, siderurgia e industrie energivore. Il segnale positivo è l'allargarsi in Europa del sostegno alle posizioni italiane; da segnalare l'adesione della Grecia al non-paper sulla revisione del Cbam (il meccanismo di adeguamento del carbonio alle frontiere) e le industrie energivore, e la forte convergenza del ministro francese Marc Ferracci verso una politica industriale più assertiva, tesa a proteggere alcuni settori chiave europei, in primis l'automotive. «Noi chiediamo una revisione complessiva del green deal per rendere competitiva l'industria europea e tutelare l'occupazione, tanto più a fronte della sfida lanciata dall'amministrazione Trump in risposta all'egemonia cinese sulle tecnologie green», afferma in un'intervista al quotidiano *La Repubblica* Adolfo Urso. Per il ministro il clima è cambiato a Bruxelles, sia nella Commissione che nel Parlamento Ue, «anche nei consigli Ue, dove l'Italia è spesso in prima linea. Cruciali saranno le prossime elezioni tedesche, per accelerare la spinta al cambiamento».

• Francesca Drudi



courtesy www.mimit.gov.it

Un player di riferimento del settore educational

Il ceo Giordano Sanchioni presenta l'innovativa piattaforma Unifare realizzata da Edustar, leader nella fornitura di infrastrutture digitali e di servizi evoluti destinati a università, accademie, scuole di alta formazione ed enti pubblici

La rivoluzione tecnologica a cui oggi assistiamo svolge un ruolo di primaria importanza anche nei processi di digitalizzazione e digitale innovation nello sviluppo di strategie, erogazione di consulenze, servizi personalizzati di affiancamento, service design dei processi innovativi e fornitura di piattaforme software evolute. Aspetti questi di cui la società Edustar Srl, guidata da Giordano Sanchioni, ha fatto il proprio cavallo di battaglia specializzandosi nei processi di digitalizzazione studiati e coprogettati con università, scuole ed enti pubblici e privati italiani per migliorare e semplificare la gestione delle informazioni, sviluppare azioni, atteggiamenti e processi di cooperazione proattiva, al fine di creare un valore aggiunto a tutti gli utenti dei sistemi.

Come nasce la società Edustar?

«L'azienda nasce nel 2019 da una storia già consolidata di esperienze importantissime nella fornitura di servizi ad alto valore aggiunto nel comparto digital italiano, pubblico e privato: socio fondatore dell'azienda e hub tecnologico di tutto il gruppo è infatti l'azienda Citynet Srl, specialista nello sviluppo di piattaforme digitali, nelle analisi e nelle strategie di marketing, con oltre 20 anni di esperienza maturata sul mercato italiano. Citynet si occupa di sviluppare piattaforme software e servizi di analisi di marketing, soprattutto per il settore industriale. Le nostre competenze ci hanno permesso di fare evoluti sistemi di analisi e gestione di piattaforme digitali per l'impresa industriale e manifatturiera. L'intuizione che c'è stata dietro la Edustar è stata quella di portare delle logiche di analisi e gestione di dati e di approccio al mercato, tipiche del mondo industriale, nel settore educational. Applicare queste logiche di analisi dei dati a questo settore ha aperto degli sce-



CONTRO L'ABBANDONO SCOLASTICO

Il nostro sistema porta a un incremento del benessere del ragazzo, a un miglioramento delle sue performance e a migliori risultati valutabili per l'ateneo

nari inediti perché ha permesso di trasformare, ad esempio, quel singolo ufficio di orientamento all'ingresso dell'università in un tassello di una visione molto più ampia che ha come obiettivo quello di far performare maggiormente l'ateneo».

Qual è il core business di Edustar?

«Edustar ricopre un ruolo di grandissima importanza nel settore della fornitura di infrastrutture digitali e di servizi evoluti ad università, scuole ed enti pubblici e privati italiani, vantando già tra i suoi clienti alcuni dei nomi più rappresentativi del panorama "educational" nazionale, tra cui l'Università degli Studi di Roma Tor Vergata, l'Università degli Studi di Milano La



Statale, l'Università degli Studi di Milano Bicocca, l'Università Iuav di Venezia, solo per citarne alcuni. I filoni di attività più approfonditi con gli atenei e i centri di ricerca sono afferenti proprio all'area orientamento, tutoring, analytics, placement e matching domanda/offerta nei mercati del lavoro, grazie ai servizi erogati attraverso la nostra piattaforma digitale Unifare».

Quali sono gli aspetti più innovativi della piattaforma Unifare?

«Innanzitutto, è il primo e unico sistema che mette insieme tutti gli elementi di contatto tra studente e università, tra studente e impresa (aspetto quest'ultimo che potenzia la possibilità dei ragazzi di essere

occupati dopo la laurea), tra università e scuola (considerando aspetti prioritari come l'orientamento in ingresso, la capacità di spiegare che cosa può essere il futuro di un ragazzo nel momento in cui si iscrive ad un ateneo piuttosto che ad un altro). Tutti questi aspetti vengono gestiti in maniera sincronica. La forza della nostra piattaforma è che permette di profilare, mappare, mettere in relazione tutti gli aspetti di queste informazioni con una visione integrale».

Già il fatto stesso che esista questo strumento che passo passo è cresciuto, rappresenta una grande innovazione, assoluta in questo settore.



Giordano Sanchioni, ceo di Edustar Srl con sede ad Ancona - www.edustar.it

«Ad oggi siamo gli unici in questo mercato italiano ad avere un prodotto di questo tipo, che gestisce l'intera filiera dei rapporti. In secondo luogo, è importante sottolineare la capacità che un tale sistema ha di poter cambiare le carte in tavola del comparto educational. Fino ad ora, infatti, siamo stati abituati a una università fatta di tanti componenti disgiunti tra di loro, (ufficio che gestisce i rapporti con le scuole, ufficio che organizza fiere del lavoro, percorsi di orientamento ecc.) che lavorano da soli. Noi invece, con il nostro sistema integrato e aggiungendo elementi come le attività di tutoraggio, che permettono di seguire lo studente durante lo studio, cogliere le sue difficoltà, sapere intervenire al momento giusto, capire i suoi interessi, aiutiamo l'ateneo a poter avere un quadro preciso, in tempo reale, dello studente e delle skills che può immettere sul mercato dopo la laurea. Terzo aspetto, è il fatto che stiamo cominciando a implementare i sistemi di machine learning: sistemi di intelligenza artificiale sui dati gestiti che ci permetteranno di individuare dei cluster omogenei di utenti. Questa mappatura ci consentirà di essere predittivi, aiutare i ragazzi che incontrano difficoltà nel loro percorso universitario e intervenire al momento opportuno. Questo porta a un incremento del benessere del ragazzo e a un miglioramento delle sue performance e anche a migliori risultati per l'ateneo. Contrastiamo così l'abbandono scolastico che è uno dei temi più importanti per le università». • **Cristiana Galfarelli**

Le partnership in progetti internazionali

Sempre nell'ambito di programmi di career education, Edustar Srl è partner tecnologico, tecnico e strategico in innovativi progetti europei e a caratura nazionale, tra cui "Guiding School" (volto a fornire strumenti che aiutano le scuole secondarie a migliorare la propria offerta di servizi di apprendimento e orientamento, con primo esercizio di mappatura della qualità registrata nei servizi di orientamento scolastici europei), "Careers Management Skills" (dedicato a mappare la matrice delle competenze degli studenti) ed "E-tutoring" (innovativa app di tutoraggio in ateneo).

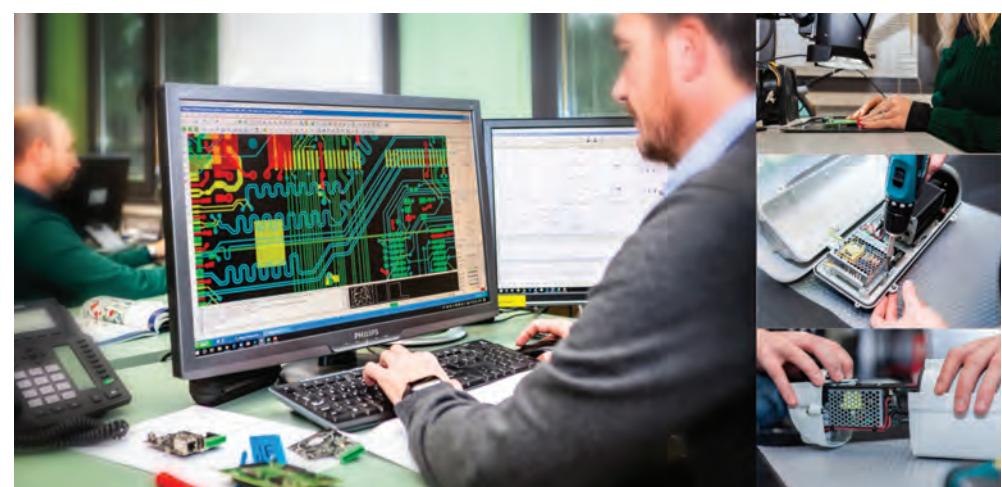
Il made in Italy al servizio della sicurezza pubblica

Selea è un'azienda specializzata nella progettazione e produzione di telecamere di lettura targhe, sia per il settore della sicurezza stradale e pubblica sia per il settore del controllo accessi (parking) con prodotti certificati ISDP10003 (Privacy by Design) e altresì conformi alla NDAA (Cyber Security)

Come ben sappiamo l'elettronica viene prodotta in gran parte in Cina. Non fanno eccezione le telecamere di lettura targhe offerte sul mercato italiano, spesso made in China re-brandizzate poi come made in Italy: prodotti assolutamente non conformi alla NDAA e tantomeno certificati ISDP10003 ovvero progettati secondo il principio del Privacy by Design e by Default. La conformità NDAA (National Defense Authorization Act), nel mercato della videosorveglianza rappresenta un requisito sempre più rilevante per aziende e istituzioni che desiderano

barda, specializzata nella progettazione e produzione di telecamere di lettura targhe sia per il settore della sicurezza pubblica sia per il settore del controllo accesso veicoli. «La nostra azienda, che opera in un settore altamente competitivo come quello dell'elettronica, con società asiatiche come concorrenti, deve innovare ogni giorno e non fermarsi mai. La produzione totalmente italiana promette non solo agilità e resilienza di fronte alle turbolenze del mercato ma anche una qualità senza compromessi, fedele alleata della nostra sicurezza». Selea è una delle poche aziende italiane che ha avuto il coraggio di progettare e produrre completamente in Italia telecamere con intelligenza artificiale. «Siamo gli unici che utilizzando

Selea ha sede a Viadana (Mn)
www.selea.com



TECNOLOGIE AVANZATE

Ciò che contraddistingue i prodotti Selea è proprio l'affidabilità e la precisione degli algoritmi in grado di riconoscere targhe sgualcite, semicoperte, deteriorate, molto sporche, sia di notte che di giorno, senza compromessi



adottare soluzioni tecnologiche sicure e affidabili. «In un settore in cui la protezione dei dati e la sicurezza sono fondamentali, è essenziale poter contare su prodotti certificati. Sempre più clienti, infatti, richiedono dispositivi che rispettino queste severe normative. Selea attraverso questa certificazione, dimostra il suo impegno nella realizzazione di prodotti che rispettano gli standard più elevati di sicurezza e integrità». A parlare è Franco Valentini, ceo dell'azienda lom-

ponenti conformi alla NDAA e che ha certificato le proprie telecamere Privacy by Design e Privacy by Default». Nonostante la vasta concorrenza cinese e la differenza di prezzo, Selea fino ad oggi ha continuato a crescere a conferma che la qualità dei propri prodotti viene riconosciuta come il top di gamma sia in Italia che all'estero.

«Siamo stati i primi del nostro settore a fornire al mercato non solo la telecamera di lettura tar-

ghe ma anche il software di gestione dei dati provenienti dalle telecamere. Ed è stato proprio grazie a questo "pacchetto chiavi in mano" che Selea è diventata l'azienda che ha inventato e dato corso al sistema di intercettazione dei veicoli non assicurati che circolavano per strada, oltre ovviamente alla segnalazione dei veicoli rubati, sotto indagine od oggetto di segnalazione. Una soluzione che nel 2014 stupì Ania e il Ministero dei Trasporti che a quei tempi si stava ancora chiedendo se i 3 milioni di veicoli immatricolati, che risultavano però non assicurati, fossero fermi in garage oppure circolassero per strada. Attraverso la nostra soluzione software e telecamere abbiamo dimostrato ad Ania che la maggior parte di questi veicoli non assicurati circolavano. È nata così la collaborazione col Ministero all'interno della quale Selea era parte attiva nel collaudo di quello che poi sarebbe diventato l'attuale sistema messo a disposizione

oggi per le polizie locali ai fini di sicurezza stradale e cittadina. Da qui si è aperto il mercato della lettura delle targhe di cui oggi siamo considerati leader del settore».

La qualità Selea non viene riconosciuta solo nel

settore della sicurezza pubblica, ma anche nel settore del parking, tanto che Selea è diventata fornitrice ufficiale di multinazionali come FAAC, HUB Parking, Siemens, Came e diversi altri noti brand esteri.

«Sappiamo quanto l'intelligenza artificiale sia entrata a pieno titolo nelle telecamere di videosorveglianza. Avere falsi allarmi oppure fare indagini post evento su dati errati o mancanti è il più grande problema di cui si lamentano

tutti gli addetti alla sicurezza pubblica. Ciò che contraddistingue i prodotti Selea è proprio l'affidabilità e la precisione degli algoritmi in grado di riconoscere targhe sgualcite, semicoperte, deteriorate, molto sporche, sia di notte che di giorno, senza compromessi. La nostra precisione deriva dalla qualità degli algoritmi di videoanalisi integrati nella telecamera. Unitamente a questo i prodotti Selea offrono certificazioni, conformità al Gdpr e alla cybersecurity. La qualità degli algoritmi di intelligenza artificiale integrati nella telecamera permette di riconoscere marca e modello del veicolo, il colore, la nazionalità, la velocità istantanea, la presenza di chi va in moto con o senza casco, veicolo fermo, fumo e incendio, inversione di marcia, tipologia di veicolo (come auto, moto, pedone, camion etc.) tutto all'interno di un solo prodotto.

Ma avere tanti algoritmi non significa nulla se non si indica la precisione con la quale la telecamera riconosce queste feature. Noi siamo gli unici che indiciamo sui nostri datasheet la precisione di riconoscimento, a garanzia di chi acquista e sa che prestazioni aspettarsi dalla telecamera. Nessun altro prodotto della concorrenza ha il coraggio di indicare con quale precisione riconosce questi elementi. I nostri ingegneri riescono a sviluppare algoritmi di Ai in house molto precisi, estremamente affidabili ma soprattutto "leggeri", ovvero che richiedono bassa capacità computazionale che ci permette di ridurre consumi e costi». • **Cristiana Golfarelli**

L'attenzione all'ambiente

Selea fornisce anche un ottimo servizio tecnico che risponde a tutti clienti anche su problematiche che non riguardano i propri prodotti. Offre soluzioni aperte in grado di integrarsi con soluzioni esistenti di terze parti evitando ulteriori investimenti per il cliente. Alcuni prodotti vengono anche personalizzati per soddisfare le esigenze della clientela. Selea è anche un'azienda molto attenta all'ambiente. A tal fine ha installato un impianto fotovoltaico da 50 Kw come fonte di energia; ha eliminato gli imballi in plastica e polistirolo, utilizzando la carta; ha eliminato tutte le bottiglie di acqua in plastica, installando per tutti i dipendenti un depuratore dell'acqua potabile.

PORSCHE DESIGN



brics.it/porsche-design

Il piano di volo di Federmanager

«Intendo offrire risposte concrete ai manager industriali, sia a chi è in servizio sia a chi è in pensione, rivolgendo particolare attenzione a donne e giovani». A dichiararlo è il presidente Valter Quercioli che presenta il suo programma di mandato

Valter Quercioli ha paragonato il suo programma a un “piano di volo”, dove la meta è chiara e la rotta ben definita. Al centro del suo programma di presidenza ha posto una visione chiara: Federmanager deve essere iscritto-centrica, deve cioè operare nell’interesse esclusivo, e a beneficio, delle iscritte e degli iscritti. «La nostra Federazione rappresenta il punto di riferimento del management industriale, è un presidio costante sui territori, capace di erogare servizi adeguati ai bisogni emergenti. Per fare qualche esempio, le consulenze legali e previdenziali, le attività di formazione continua e certificata, la tutela piena dei diritti di chi è in pensione e di chi ci si approssima, l’assistenza sanitaria integrativa e il supporto alla carriera».

Quali sono i valori guida del management?

«Ci sono valori che considero fondamentali per definire una buona managerialità. Certamente etica, carattere, empatia, apertura al dialogo, inclusione, creatività e visione di squadra. Empatia è un termine spesso abusato, ma per me significa ascoltare attivamente le persone, con rispetto e attenzione, così da aiutarle a esprimere al meglio talenti e diversità. Perchè l’efficacia di un manager si valuta nel rapporto tra due vettori: qualità, intesa come competenze di merito rispetto al ruolo, e attitudini, vale a dire tutte quelle soft skill di natura personale che, se mancano, rischiano di vanifi-



care persino la qualità».

Che tipo di competenze servono ai manager oggi?

«La società in cui viviamo sta attraversando cambiamenti profondi: si pensi all’impatto che l’intelligenza artificiale sta determinando nei modelli produttivi e organizzativi. O anche all’importanza di temi strategici come quello della sostenibilità e ai mutamenti di carattere demografico. In un mondo che cambia così velocemente e attraversa anche processi di deglobalizzazione, ai manager si impone di stare al passo coi tempi, soprattutto attraverso il continuous learning e l’aggiornamento. Difatti, se 30 anni fa si chiedeva, anzitutto, di disporre delle competenze tecniche in materia, oggi il quadro è molto più composito e sono richieste conoscenze in ambito finanziario, di people leadership, di compliance e attenzione ai criteri Esg, solo per citarne alcune».

Cosa chiedono le aziende?

«Oggi lo scenario è complesso: le aziende devono conciliare le crescenti esigenze di produttività e competitività operando su scenari mutevoli. Per questo richiedono sempre più manager che sappiano adattarsi ai cambiamenti, dimostrando resilienza e capacità di fare squadra. Saper fare squadra vuol dire, ad esempio, gestire in azienda cinque generazioni differenti, come attualmente accade, cercando di trarre da ogni ri-

sorsa il meglio».

A suo avviso qual è lo stato dell’industria italiana?

«Sta meglio di quanto viene raccontato, soprattutto da parte di alcuni osservatori. Sì, perché guardando al contesto europeo, sta meglio di quella francese o tedesca e ha superato persino quella giapponese in termini di export. Oggi siamo la quarta potenza esportatrice al mondo, a dimostrazione della qualità delle aziende nazionali. Quindi, se è vero che la produzione industriale è in diminuzione da 22 mesi, è altresì vero che ci sono indicatori confortanti. Come Federmanager, vogliamo incidere sull’evoluzione dei diversi settori industriali, dato che li conosciamo. E cercare di anticipare la trasformazione delle dinamiche produttive e del lavoro, decodificando al meglio gli effetti che le innovazioni comporteranno, anche in termini di ricadute occupazionali».

Quale strategia di politica industriale è necessaria per il rilancio del Paese?

«Servono politiche industriali orizzontali, che significa passare da incentivi a pioggia

calati dall’alto a strutturare fattori abilitanti per le imprese, puntando sulla loro capacità di innovare e sulla formazione di un management di qualità. Il nostro tessuto industriale è infatti caratterizzato da milioni di Pmi che devono fare i conti con una forza lavoro in calo nei prossimi anni e dimensioni spesso troppo piccole per competere. Quindi, bisogna aggregare dove possibile, lavorare per filiere produttive o per reti di imprese, unire gli investimenti in ricerca e sviluppo per aggredire la concorrenza internazionale. Ciò senza dimenticare, naturalmente, il sostegno da garantire alle grandi imprese, che comunque in Italia ci sono e rappresentano parte essenziale del patrimonio industriale, da difendere anche per il lustro che danno al Paese».

Nuovo Ccnl dirigenti industria appena rinnovato: quali sono i contenuti e gli strumenti di welfare?

«Il rinnovo del contratto ha rappresentato un momento significativo che rafforza la già solida bilateralità con Confindustria. Il nuovo testo amplia la definizione di dirigente, ricomprensivo anche le figure professionali di più elevata qualificazione e di esperienza tecnico-professionale che realizzano in piena autonomia gli obiettivi dell’impresa. Sono stati aumentati i livelli retributivi minimi ed è stata resa obbligatoria per tutti l’adozione di sistemi di retribuzione variabile collegati a indici o risultati, il cosiddetto Mbo. Ne esce molto rinforzato anche il sistema di welfare bilaterale. Ad esempio, in tema di previdenza complementare, abbiamo rimodulato il mix di contribuzione con il 6 per cento a carico dell’azienda e solo il 2 per cento a carico del dirigente. In tal modo il costo personale per iscriversi alla previdenza complementare si riduce di molto e si incentivano i giovani ad aderirvi. Grande attenzione, poi, alla parità di genere: è la prima volta che un contratto di questo tipo parla di equità retributiva e un apposito articolo è riservato alla genitorialità condivisa».

• CG



I VALORI GUIDA DEL MANAGEMENT

Sono fondamentali per definire una buona managerialità l’etica, il carattere, l’empatia, l’apertura al dialogo, l’inclusione, la creatività e la visione di squadra



L'outsourcing per un nuovo modello di business

Viviana Cattaneo, ceo di Saturn Over, realtà d'eccellenza nell'outsourcing per i settori assicurativi e bancari, fa il punto su mercato, opportunità e benefici derivanti dall'esternalizzare interi processi aziendali

I mutamenti strutturali del mercato assicurativo e bancario, caratterizzato da crescenti aggregazioni e normative sempre più stringenti a livello europeo e nazionale, insieme alla necessità di formare costantemente le risorse interne, sta spingendo molte aziende ad affidare a realtà specializzate numerosi processi aziendali, prima gestiti internamente. Questo scenario evidenzia come un numero crescente di imprese italiane stia adottando un nuovo modello di business per adattarsi a un contesto in continua evoluzione. In passato, l'outsourcing era utilizzato per attività ripetitive e standardizzabili di basso valore.

Viviana Cattaneo, ceo di Saturn Over
www.saturnover.it



strategico. Oggi, invece, è una concreta opportunità per ampliare il team senza aumentare i costi di struttura e svolgere al meglio alcune specifiche attività. Le aziende sono sempre più propense a esternalizzare interi processi che richiedono competenze ad alto valore aggiunto, soprattutto in un mercato del lavoro in cui le figure con competenze tecniche risultano scarse e i costi per la formazione sono sempre più elevati.

D'altro canto, alle aziende di outsourcing specializzato viene richiesto un crescente impegno in termini di flessibilità, resilienza e formazione continua, per assicurare processi fluidi ed efficienti nelle attività svolte per conto dei clienti.

Tutte attività che Saturn Over, realtà consolidata nell'outsourcing di attività specifiche per i settori bancario, finanziario e assicurativo, gestisce dal 1999.

Saturn Over, nata grazie all'intuizione del fondatore Giordano Garavaglia Schiera e oggi sotto la guida della ceo Viviana Cattaneo, si distingue per fornire professionalità di alto profilo, soluzioni tecniche e organizzative flessibili



EFFICIENZA, COMPETENZA, RESILIENZA E FLESSIBILITÀ

Sono gli elementi cardine di un paradigma che consentono a Saturn Over di essere uno dei principali top player del settore, nonché supporter dei successi dei propri clienti, con i quali condivide obiettivi e sfide

e strutture tecnologiche all'avanguardia.

Quali aspetti hanno determinato il vostro grande successo sul mercato?

«La nostra filosofia è costruire relazioni di fiducia con i clienti, diventando partner strategici per le aziende con cui collaboriamo. Offriamo soluzioni innovative, in linea con le esigenze e gli scenari di mercato, consentendo a realtà come banche e assicurazioni di concentrarsi sullo sviluppo del loro business, migliorando l'efficienza dei processi interni. Portiamo innovazione e crescita, grazie alle nostre risorse interne, il vero patrimonio aziendale. Il nostro team, composto in prevalenza da donne, condivide gli obiettivi aziendali, raggiunti grazie a una gestione flessibile e attenta all'equilibrio tra vita professionale e privata. I collaboratori, costantemente formati e aggiornati, partecipano ai progetti con una visione d'insieme, affiancando i clienti con efficacia e alimentando la fiducia. Questo è reso possibile dalla valORIZZAZIONE delle skills individuali e dalla flessibilità della struttura organizzativa, pronta a rispondere alle sempre più mutevoli dinamiche del mercato».

Che cosa vi differenzia maggiormente dai vostri competitori?

«La consapevolezza che non esistono risposte predefinite e standardizzate: ogni soluzione deve essere calibrata sulle esigenze specifiche di ciascun cliente. E poi, la passione che mettiamo in ogni progetto, facendolo nostro,

mossi dal desiderio di aiutare i clienti a raggiungere i loro obiettivi, crescendo al loro fianco. L'attenzione che dedichiamo loro riflette i valori che coltiviamo nel team: come puntiamo alla crescita di ogni collaboratore valorizzandone le capacità, così supportiamo i clienti nelle sfide che il mercato riserva loro ogni giorno. Efficienza, competenza, resilienza e flessibilità sono i pilastri che fanno di Saturn Over un top player del settore».

Come si gestisce la complessità del settore in uno scenario mutevole?

«Lo scenario di mercato attuale, in costante

evoluzione, richiede alle aziende competenze sempre più trasversali e specifiche. Per questo è fondamentale creare partnership e sinergie con altre realtà. Così come offriamo ai nostri clienti risorse adeguate alle loro esigenze, anche noi ci affidiamo a esperti di comprovata esperienza e con competenze specialistiche. TBAdvisor è il nostro partner di riferimento nell'ambito della consulenza manageriale e societaria, grazie ad un team di professionisti con competenze interdisciplinari in grado di supportarci nelle sfide di ogni giorno».

• **Francesca Motta**

Migliorarsi sempre

Saturn Over ha intrapreso un percorso ambizioso e strategico verso la sostenibilità, secondo gli obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite (SDGs). «Il primo passo di questo cammino è stato l'Assessment ESG, che ci ha permesso di valutare il nostro punto di partenza e di ottenere un rating superiore alla media italiana. Questo risultato ci sprona a proseguire con maggiore determinazione verso nuovi traguardi. Il nostro impegno verso la sostenibilità va oltre il mantenimento degli standard attuali: si concentra sull'implementazione di un sistema di gestione della sostenibilità aziendale che supporti il raggiungimento degli obiettivi strategici, coinvolgendo attivamente tutti gli stakeholder di riferimento. Saturn Over e TBAdvisor condividono anche l'impegno sociale, sostenendo la Fondazione Aldo Garavaglia Dottor Sorriso, che regala momenti di gioia ai bambini ricoverati negli ospedali italiani».

Grandi cambiamenti da cogliere

In una fase di transizione e di performance incoraggianti per l'export tricolore, le nostre Ccie all'estero orientano le imprese sui binari della sostenibilità e innovazione. «Sono il vero "plus" del made in Italy» assicura Mario Pozza

L, Africa legata allo sviluppo del Piano Mattei, il Messico e i big partner dell'America Latina, la Corea del Sud e tutte le altre "tigri asiatiche", tornate nuovamente a ruggire. Sono alcune delle rotte più promettenti per il made in Italy tracciate da Assocamerestero sul Calendario 2025, una roadmap presentata prima di Natale che identifica le destinazioni e i settori a più alto potenziale per sviluppare affari nei prossimi mesi. «Mai come ora- osserva Mario Pozza, presidente delle Ccie italiane che operano nel mondo - si stanno aprendo mercati fino a pochi anni fa impenetrabili. Siamo in una fase di grandi cambiamenti internazionali da cogliere, senza chiaramente dimenticare i nostri partner storici in Europa e Nordamerica, Cina e, soprattutto India».

Per quali dei settori dell'economia italiana si prevedono gli sviluppi più significativi della domanda estera?

«Per quanto riguarda i settori su cui puntare, dal food and drink ai settori high-tech, dal design e moda all'energia, dalla farmaceutica all'aerospazio-tutti riflettono la crescita della domanda internazionale di qualità, innovazione e competenze italiane. In momenti di grande transizione come questo occorre guardare ai settori emergenti delle tecnologie ambientali, della transizione energetica, delle scienze della vita, della chimica fine, dell'elettromeccanica 5.0».

Che incidenza sta avendo questa sta-

Mario Pozza, presidente di Assocamerestero



I SETTORI SU CUI PUNTARE

Dal food and drink ai settori high-tech, dal design e moda all'energia, dalla farmaceutica all'aerospazio-tutti riflettono la crescita della domanda internazionale di qualità, innovazione e competenze italiane



gione turbolenta sull'export e sul grado di internazionalizzazione delle nostre imprese?

«I dati dell'export a nostra disposizione restano molto positivi- 650 miliardi, valore destinato a crescere anche quest'anno. Certamente sul piano economico e del commercio internazionale stanno pesando in maniera rilevante i conflitti all'interno (Russia-Ucraina) e alle porte dell'Europa (Israele e crisi mediorientale/Suez), che stanno determinando sfide dalla portata inedita, legate alla necessità di diversificare i mercati di sbocco e di riorganizzare le catene del valore. A livello extra-Eu, il commercio estero non sta vedendo una vera e propria rivoluzione, ma di certo il netto rallentamento della Cina ci porta a guardare- a livello sia di export che di import- ai mercati Asean (Sud-Est Asiatico), tra i quali Vietnam, India, Singapore, Indonesia».

L'ultimo rapporto "in selfie" di Symbola pone la circolarità e i processi di decarbonizzazione tra i punti d'eccellenza del sistema produttivo italiano. Quali industrie stanno generando più valore in questo senso?

«Sostenibilità e innovazione caratterizzano settori tradizionali della manifattura italiana come l'agroalimentare, la cultura, arredamento e il design. E proprio queste caratte-

ristiche rappresentano il vero "plus" del made in Italy, a cui si aggiungono primati internazionali più recenti del settore siderurgico e delle energie rinnovabili. Molte realtà imprenditoriali, soprattutto medio-grandi, hanno compreso che investire in sostenibilità equivale ad acquisire maggior competitività in Italia e all'estero, con risultati nettamente migliori in termini di export. Ma, se consideriamo che le imprese esportatrici sono solo 120 mila su 4 milioni totali, con le piccole imprese che rappresentano il 9 per cento dell'export pur raggiungendo i 3/4 del totale, comprendiamo come ci sia ancora tanto da fare su questi fronti».

Che aiuto fornite loro per migliorarne il posizionamento online all'estero?

«Molte piccole e medie imprese hanno avviato o stanno approcciando processi di digitalizzazione e sostenibilità confrontandosi con l'innovazione e le sfide dell'la, asset

sempre più centrali per la competitività. Verso queste realtà le Camere svolgono un'azione di supporto informativo e di orientamento alle strategie di marketing, affinché siano in grado di competere con l'offerta dei principali player attivi sui diversi mercati internazionali».

Con quali strumenti le assistete nel concreto?

«Grazie alla rete di 86 Camere presenti in 63 Paesi nei cinque continenti, agli oltre 21 mila soci e al personale qualificato dei nostri 160 punti di assistenza nel mondo- tutti profondamente integrati nelle realtà economiche in cui vivono- viene fornita un'assistenza estremamente accurata e personalizzata, a vantaggio di quelle tantissime piccole aziende che vogliono sbarcare o rafforzarsi all'estero, ma anche per gli operatori esteri interessati a investire in Italia».

In questi anni le Ccie si sono dimostrate controparti affidabili nella costruzione di partenariati vincenti. Quali stanno determinando i maggiori vantaggi anche per le Pmi?

«Tra le principali partnership a oggi in essere, in primis quella con il sistema camerale italiano, rientrano sicuramente quelle con Simest, Sace e Cdp, che arricchiscono l'offerta di assistenza alle imprese. Una collaborazione prestigiosa e strategica per noi è certamente quella con la Conferenza delle Regioni e delle Province Autonome, che ci ha consentito dopo anni di lavoro congiunto di consolidare la partnership per valorizzare sempre meglio i territori italiani nel mondo. Abbiamo siglato anche altri importanti accordi con associazioni e ordini professionali: uno tra tutti quello con l'Ordine dei Commercialisti, categoria fondamentale nel mondo delle imprese, oltre che parte attiva della compagnie di Assocamerestero».. • GG



Data governance bancaria e finanziaria

Flessibilità, trasparenza ed efficienza caratterizzano Save Consulting Group, società che offre soluzioni di business intelligence, servizi di consulenza, formazione e sviluppo di software

I mercati bancario e finanziario stanno attraversando un periodo di grande transizione, in particolare la nuova regolamentazione prudenziale Basilea, la transizione ecologica e digitale, le tematiche di regulatory, come l'Iref, stanno portando ad una fase di trasformazione profonda. Questa evoluzione rende necessario gestire rischi che possono manifestarsi anche in modo diverso rispetto al passato e richiedono pertanto robusti presidi di governance e di controllo interno.

La data governance si impone come una priorità per essere competitivi sul mercato e non sprecare risorse, ottimizzandole. In ambito bancario, in particolare, saper sfruttare la governance dei dati è essenziale. Le banche siedono su un archivio molto vasto e trasversale di dati personali e finanziari sui clienti e sulle proprietà intellettuali. In un ambiente dove la data governance non viene seguita nel modo corretto, supportata, cioè, da linee guida condivise e da avanzati sistemi digitali, tali informazioni rischiano di essere compromesse. Save Consulting Group è stata fondata nel gennaio del 2010 da Roberto e Davide Savelli proprio con la volontà di rispondere alle esigenze del mercato bancario e finanziario in merito alla tematica della data governance, caratterizzato da una regolamentazione sempre più complessa e articolata.

«La nostra società è cresciuta molto negli anni, conoscendo un notevole aumento del numero di clienti e della qualità dei servizi offerti - spiega Davide Savelli -. Questo sviluppo è stato coronato circa un anno fa con l'ingresso in un comitato europeo molto ristretto in collaborazione con la Bce. All'interno del comitato, la società collabora ai progetti Bird e Iref che riguardano la normativa per le banche europee. In breve, il primo mira a stabilire quali informazioni le banche devono estrarre dai loro sistemi aziendali, mentre il secondo

Save Consulting Group ha sede a Milano
www.savecg.com



definisce in che modo devono essere comunicate alla Bce dalle diverse banche nazionali».

Il 24 ottobre scorso si è tenuto a Francoforte, nella sede della Bce, un incontro per discutere del progetto Iref a cui Davide Savelli ha preso parte fornendo spunti e suggerimenti. Chi partecipa a questo comitato è un gruppo molto ristretto e farne parte rappresenta un grande valore aggiunto per tutti i clienti di Save Consulting.

«Il risultato dell'Iref dovrebbe essere un regulatory reporting standardizzato a livello europeo per tutte le banche dell'Unione europea e dovrebbe entrare in vigore nel 2029. I vantaggi di questo programma sono molteplici. Innanzitutto permetterebbe di avere una regolamentazione uniforme a tutti gli Stati Ue. Non ci sarebbero più divergenze tra banche centrali statali e soprattutto costi e benefici sarebbero gli stessi per tutti. Per quanto riguarda la nostra società, il fatto di vedere le cose in anticipo facendo parte del comitato rappresenta un grande vantaggio per i clienti, i quali verrebbero a sapere prima le informazioni di loro interesse. Possiamo fornire un

vantaggio competitivo sulle tematiche Bird e Iref ai nostri assistiti e questo è sicuramente uno dei nostri più grandi punti di forza che pochissimi altri possono vantare».

Un capitolo di particolare rilevanza nell'attività di Save Consulting Group è rappresentato dallo sviluppo di software ottimizzati sulle esigenze dei propri clienti. L'azienda infatti, lavorando con banche e società finanziarie, è fortemente incentrata su uno sviluppo tecnologico che sia sicuro. A tal fine ha sviluppato la piattaforma software TigreArm e l'app TigreMobile.

TigreArm è una soluzione modulare che offre una gestione completa del regulatory reporting. Il software è pensato per essere utilizzato sia in ufficio che in smart working, grazie anche all'app TigreMobile per Android e Apple; questo rende il sistema estremamente flessibile e accessibile, rispondendo alle moderne esigenze di mobilità e lavoro remoto.

«Tra le funzionalità innovative spicca il modulo Ren, che funge da repository normativo. Questo modulo non solo raccoglie tutta la normativa italiana ed europea, ma offre anche un servizio di traduzione per i documenti pubblicati dall'Autorità Bancaria Europea, facilitando così la comprensione e l'implementazione delle normative per i clienti italiani».

Il modulo di business intelligence è un'altra componente chiave, permette ai clienti di effettuare analisi predittive e andamentali. Questo strumento, grazie all'incrocio di una moltitudine di dati, offre insight dettagliati e personalizzati, supportando decisioni strategiche. Occorre infine ricordare il modulo relativo alle segnalazioni di vigilanza armonizzate e non armonizzate, che permette di generare le informative richieste dalle authority, nonché di validarle preventivamente secondo i dettami stabiliti dal regolatore. Save Consulting Group offre anche ai manager di banche e società finanziarie consulenza e formazione: dal regulatory reporting alla contabilità, dal risk management al con-

LA PIATTAFORMA TIGREARM

È una soluzione modulare che offre una gestione completa del regulatory reporting. Il software è pensato per essere utilizzato sia in ufficio che in smart working, grazie anche all'app TigreMobile

trollo di gestione, dall'area crediti alla scrittura di policy, procedure e manuali operativi. L'offerta formativa di Save Consulting Group è altrettanto robusta. «Organizziamo convegni, corsi in house e webinar per aggiornare i clienti sulle ultime novità normative e sulle best practice del settore. Su richiesta dei clienti, inoltre, vengono svolti corsi personalizzati presso le loro sedi».

•Beatrice Guarnieri



I riconoscimenti del 2024

Motivo di orgoglio societario sono i riconoscimenti dei seguenti premi nel corso del 2024:

- premio "Le Fonti Awards", nella categoria "Eccellenza dell'anno innovazione & leadership - Soluzioni di business intelligence compliance & information management". Il riconoscimento è stato così motivato dal comitato scientifico di Le Fonti: "Per essere un'eccellenza nel supportare enti creditizi e società finanziarie nell'ottimizzazione dei propri investimenti e nella riduzione dei rischi patrimoniali e di liquidità. Per l'ampia conoscenza dei processi e delle normative bancarie, per la tempestività delle risposte e per le soluzioni dedicate e personalizzate".

Premio "Visionari d'impresa 2024" per il contributo allo sviluppo economico del territorio e per i risultati straordinari in termini di competitività, produttività e sostenibilità imprenditoriale.

Gioielli per scrivere

Da oltre 35 anni, Visconti, sinonimo di penne di lusso a livello internazionale, incarna l'eccellenza italiana nella produzione di strumenti di scrittura, mantenendo un rapporto molto stretto con il mondo dell'arte. L'esperienza del ceo Francesco Poggesi

Firenze, culla del Rinascimento e luogo simbolo della cultura artigianale italiana, è anche la sede centrale di Visconti, azienda che fin dalle sue origini nel 1988 ha fatto dell'arte e della cultura la sua principale fonte di ispirazione, con l'obiettivo di trasmettere le stesse emozioni che un'opera d'arte può suscitare attraverso uno strumento unico come una penna Visconti.

L'azienda ha saputo affermarsi nel mondo dei beni di lusso, diventando uno dei principali produttori del settore, distinguendosi per la sua maestria artigianale e il celebre made in Italy. Forti di queste radici e con una grande spinta all'innovazione, le prime stilografiche prodotte si fanno subito notare per alcune caratteristiche che diventeranno veri e propri simboli di riconoscimento tra gli appassionati: colori vivaci, design accattivanti e materiali di alta qualità.

Con l'arrivo 7 anni fa del ceo Francesco Poggesi l'azienda ha iniziato un percorso di cambiamento, passando da realtà che realizza un ottimo prodotto di lusso ad azienda di lifestyle, dove il classico collezionista, cliente tipo di Visconti, è affiancato da una clientela internazionale composta da uomini e donne che hanno una modalità di acquisto diversa e un approccio molto più digitale. «Le diverse collaborazioni con designer e architetti di fama internazionale, come la IoPenna realizzata da Gaetano Pesce, hanno aperto la strada a un approccio più fresco e innovativo, rivolto al mondo lifestyle - spiega il ceo Francesco Poggesi -. Anche le nuove generazioni ci stanno apprezzando sempre di più. Recenti studi evidenziano infatti che la scrittura a mano sviluppa la creatività e permette di associare meglio i concetti nell'apprendimento. Le università americane oggi stanno organizzando dei corsi per i ragazzi per fare riacquisire la dimestichezza con la penna. Le nostre penne sono uno status symbol, un oggetto che distingue chi le utilizza e sono rivolte a manager dell'alta finanza, designer, liberi professionisti che hanno il piacere di



avere un oggetto che li caratterizza e li aiuta a fissare i momenti emotivamente più importanti della vita».

Ogni prodotto Visconti è realizzato internamente, con oltre 35 anni di esperienza nel settore. Ogni dettaglio di design è il risultato di un attento studio e ricerca, per garantire un prodotto di qualità straordinaria, che ha portato alla creazione degli iconici brevetti dei sistemi di caricamento Power Filler (1993) e Power Filler doppio serbatoio (1998) o il Calamaio da viaggio (1997) culminato con l'ultimo brevetto del nuovo sistema di caricamento Galileo Double Filler (2024). Visconti garantisce standard ineguagliabili e performance uniche, esplorando nuove tecnologie e materiali avanzati.

«I materiali utilizzati, come la lava, la fibra di carbonio e la pelle, e il modo unico in cui vengono impiegati, sono elementi iconici che i nostri consumatori riconoscono immediatamente come segni distintivi del marchio».

Possedere un prodotto Visconti è una scelta di lifestyle, un simbolo di status unico che si caratterizza per percezioni e sensazioni distinctive. Oggi la penna non ha più soltanto

una funzione principale della scrittura, ma diventa un accessorio a tutti gli effetti. «Oggi miriamo a emergere come un marchio di lifestyle, dove i nostri consumatori possono beneficiare dell'esperienza, dell'eccellenza e dell'innovazione che l'azienda offre, entrando a far parte di un mondo che unisce estetica e funzionalità. Il nostro obiettivo è coinvolgere i clienti nel piacere sensoriale dell'esperienza dello "slow living" attraverso la scrittura e accessori che arricchiscono la vita quotidiana, trasformando il gesto della scrittura in un atto di

Visconti ha sede a Firenze
www.visconti.it

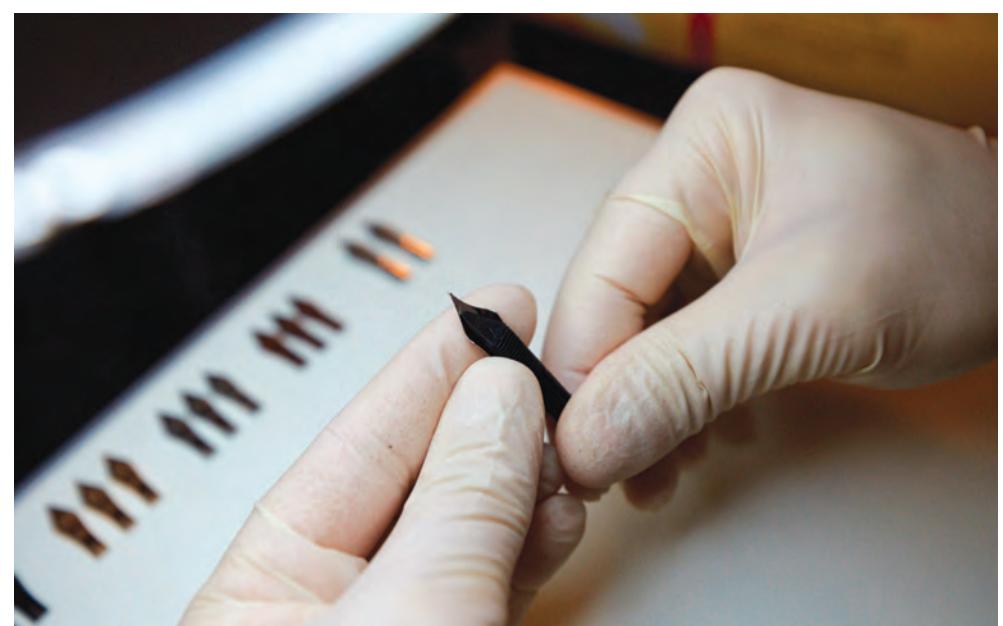
espressione autentica e personale, permettendo di tracciare ogni pensiero con la cura e l'attenzione che merita».

In un settore in cui pochi osano ancora realizzare i propri pennini internamente, Visconti si distingue come una delle pochissime aziende al mondo a farlo, offrendo così un'esperienza di scrittura 100 per cento made in Italy. «Certamente non basta una scrupolosa selezione di materiali pregevoli per forgiare un pennino di qualità. L'ingrediente indispensabile per raggiungere l'eccellenza è il "saper fare". Sono infatti le mani esperte dei nostri artigiani a creare e rifinire ogni parte del pennino con la massima cura». Questo traguardo rende Visconti completamente indipendente nella produzione e permette di offrire un'esperienza di scrittura unica, dove ogni tratto racconta una storia di artigianato e passione, rigorosamente made in Italy.

Per la realizzazione dei pennini, Visconti sceglie l'oro, proprio perché è un metallo nobile molto malleabile e garantisce un tratto estremamente fluido. Per variarne l'aspetto in base all'estetica della penna stilografica nel suo insieme, propone una serie di trattamenti sofisticati, come la placcatura in rodio, in oro rosa e rutenio scuro e uno speciale trattamento iridescente.

«Rendendo omaggio alla nostra storia, i pennini Visconti prendono il nome da due grandi artisti fiorentini: Giotto (oro 18 carati) e Giottino (oro 14 carati). Come le opere di questi maestri, i nostri pennini sono capolavori di precisione e bellezza. Dietro ogni pennino c'è un viaggio fatto di dedizione e maestria. Diciotto fasi di lavorazione, ore di paziente artigianato, e l'occhio esperto del nostro Nib master, che perfeziona ogni dettaglio, pennino per pennino. Ogni singolo Giotto o Giottino è un'opera d'arte unica, testata e rifinita a mano per offrire un'esperienza di scrittura impeccabile, garantendo che ogni tratto porti con sé l'eccellenza e la tradizione del made in Italy».

• **Bianca Raimondi**



IL PENNINO DEL FUTURO

«Il pennino è importante quanto il motore di una macchina, non serve soltanto per correre la penna in modo diverso e creare delle connessioni esteticamente appassionanti, ma deve permettere alla penna di avere un bel tratto. I collezionisti in particolare amano molto i pennini flessibili» spiega Francesco Poggesi. Nel cercare di arricchire la propria offerta, Visconti si cimenta in numerosi esperimenti e oggi sta testando un pennino che uscirà l'anno prossimo con una penna dedicata. «Sarà un pennino scheletrato, semiflex. Grazie alla sua flessibilità potrà coprire tre finezze nello stesso pennino e, a seconda di come viene premuto, darà una soluzione di scrittura diversa».

100 PER CENTO MADE IN ITALY

In un settore in cui pochi osano ancora realizzare i propri pennini internamente, Visconti si distingue come una delle pochissime aziende al mondo a farlo



VISCONTI

Siamo orgogliosi di essere fra le pochissime realtà nel mondo delle stilografiche a produrre internamente i propri pennini, offrendo un'esperienza di scrittura 100% Made in Italy.



VISCONTI srl | Via dell'Osservatorio 120 | 50141 Florence

Italy | Tel. +39 055456521 | www.visconti.it

Molto più di un fornitore

Dal 1992 Labelpack progetta, realizza e installa macchine automatiche per l'applicazione di etichette autoadesive, distinguendosi nel mercato per efficienza, precisione, attenzione alla sostenibilità

I settori delle macchine per il packaging e il confezionamento si lascia alle spalle un 2024 che, visto l'andamento del comparto dei beni strumentali, può essere considerato eccezionale. Il fatturato infatti ha chiuso l'anno a quota 9,5 miliardi di euro, mettendo così a segno una crescita del 3,5 per cento rispetto al 2023. Il settore non solo si riconferma uno dei pilastri dell'innovazione tecnologica nell'industria manifatturiera, ma pone anche il nostro Paese in un ruolo di leadership mondiale grazie ad aziende che realizzano soluzioni flessibili, personalizzabili e in grado di rispondere alle esigenze di mercati diversificati, come alimentare, farmaceutico e cosmetico. Labelpack è stata fondata nel 1992 proprio con l'obiettivo di sviluppare soluzioni automatiche per la stampa e l'applicazione di etichette con codici a barre e testi variabili ai quali si è presto affiancata la progettazione e produzione di etichettatrici e sistemi di etichettatura automatici che hanno avuto un'importante evoluzione a partire dal 2006 con l'avvio di una fase di progettazione e sviluppo di nuove soluzioni che hanno portato alla realizzazione della serie Labelx.

«Dal 1995 siamo tra le pochissime aziende, in Italia, ad essere classificate come costruttori di macchine etichettatrici. Oggi Labelpack progetta, realizza e installa macchine automatiche per l'applicazione di etichette autoadesive su prodotti di diverse

Labelpack ha sede a Brugherio (MB)
www.labelpack.it



dimensioni, forme e materiali, operando in Italia e all'estero, nei settori alimentare, manifatturiero, farmaceutico, cosmetico e chimico» spiega il titolare Maurizio Biella. L'azienda si distingue per la qualità, la comunicazione e l'attenzione, valori che riflettono fin dalla nascita il suo impegno verso i clienti. La qualità si manifesta nella competenza consolidata e nella cura meticolosa impiegata nella progettazione e installazione di tutte le macchine, rendendo Labelpack un partner efficace e affidabile. La comunicazione rappresenta un pilastro fondamentale, garantendo un ambiente di lavoro trasparente e una chiara interazione

tanto con gli stakeholder quanto con i clienti e i fornitori. L'attenzione, rivolta alle relazioni di lunga durata, consiste nell'ascolto e nella soddisfazione delle specifiche esigenze per fornire un servizio che va oltre la semplice fornitura e punta al consolidamento della fiducia e della reciproca lealtà.

L'azienda si focalizza nello studio e nella realizzazione di soluzioni per l'etichettatura automatica all'insegna della continua innovazione tecnologica e con l'obiettivo di fornire ai clienti soluzioni su misura, efficienti, affidabili, con una particolare attenzione alla sua soddisfazione. L'innovazione, la competenza e la tecnologia, uniti ad una rete vendita nazionale e internazionale ben radicata sui territori di competenza, sono gli elementi che hanno contribuito a rendere Labelpack il punto di riferimento nel mondo dell'etichettatura per quelle aziende di eccellenza che compongono il panorama internazionale dell'alimentazione, della cosmetica, della farmaceutica, e non solo.

«Gli oltre 30 anni di attività nell'ambito dell'etichettatura e gli investimenti legati allo sviluppo tecnologico ci hanno permesso di produrre e fornire sistemi di etichettatura estremamente affidabili, conformi ai criteri

di sicurezza che il mercato esige. Essendo un'azienda piccola abbiamo sempre puntato sulla capacità di personalizzare le soluzioni. Abbiamo anche dei prodotti di serie, ma preferiamo approfondire la parte di customizzazione. Seguiamo il più possibile le esigenze del cliente adeguandoci alla situazione che ci viene presentata – sottolinea Maurizio Biella -. Labelpack, infatti, vuole essere un partner, non un semplice fornitore, offrendo soluzioni facili da usare, esteticamente belle e durature per garantire risultati ottimali ai clienti. La cultura aziendale rispecchia questa filosofia e si manifesta nella continua voglia di alimentare ogni relazione con la stessa cura e dedizione riservata ai propri prodotti, con l'obiettivo di offrire la migliore esperienza possibile, come dimostra anche la disponibilità immediata dei nostri tecnici per rispondere in modo puntuale e preciso alle necessità dei clienti».

L'azienda è composta da un team di specialisti che hanno saputo, anche in anni di crisi economica, rispondere alle richieste con soluzioni sempre più qualitative e affidabili, senza trascurare l'aspetto economico. Labelpack è molto attenta nel fornire non solo ottimi prodotti ma anche i servizi di assistenza necessari, in modo tale che il cliente non si debba occupare di altro.

«Dal 2024 abbiamo cominciato ad attivare un servizio legato all'assistenza tecnica, dando la possibilità ai nostri clienti di chiamare un numero telefonico per risolvere qualsiasi problema. Abbiamo anche attivato un servizio sul web per la gestione della documentazione di ricambistica di materiali, così che il cliente sia il più veloce possibile nella ricerca di quello che gli serve. In questo modo garantiamo una tempestiva assistenza, nel giro di 8 ore. Cerchiamo di essere sempre più in linea con la sostenibilità ambientale, non solo per quello che riguarda l'efficientamento energetico o l'utilizzo di materiali riciclati, ma anche realizzando nuove macchine che perseguono questi obiettivi. Stiamo infatti sviluppando macchine legate alle nuove tecnologie linerless, che riducono lo scarto che si ha nella lavorazione di bobine di etichette».. **Guido Anselmi**



L'ATTENZIONE AL CLIENTE

Labelpack vuole essere un partner, non un semplice fornitore, offrendo soluzioni facili da usare, esteticamente belle e durature per garantire risultati ottimali ai clienti

IL FIORE ALL'OCCHIELLO

Prodotto di punta di Labelpack è LabelxJR, l'etichettatrice entry level della serie Labelx che unisce caratteristiche di compattezza, semplicità e linearità del percorso della bobina di etichette, oltre a un'elevata flessibilità di utilizzo. Questa macchina può essere venduta singolarmente o montata su gruppi più complessi, si integra molto bene anche su macchine di altri costruttori. È all'avanguardia per quanto riguarda Industria 4.0, permette la connessione da remoto e la manutenzione predittiva.

Sceglieresti
mai un
prodotto
senza
etichetta?



L'etichetta non è solo un segno distintivo: è ciò che racconta il valore, la qualità e la storia di un prodotto.

Per questo progettiamo e realizziamo macchine automatiche per applicare etichette con precisione su prodotti di ogni forma, dimensione e materiale.

Le nostre soluzioni soddisfano le esigenze dei settori alimentare, manifatturiero, farmaceutico, cosmetico e chimico, offrendo efficienza e affidabilità a chi, come te, vuole distinguersi nel mercato. Collaboriamo con partner selezionati in Italia, Europa e oltre per garantire assistenza eccellente e soluzioni personalizzate, perché ogni prodotto merita un'etichetta che ne valorizzi l'identità.

Vuoi dare valore ai tuoi prodotti?

Scegli Labelpack
Able to label, ready to enable





NUDO COLLECTION
POMELLATO.COM



Pomellato

MILANO 1967

Un passo avanti verso la medicina del futuro

E se riuscissimo a parlare con le cellule del nostro organismo, in modo da farle agire così da curare autonomamente i tessuti di cui sono parte? Ebbene, è già possibile. Marco Mantarro ci guida nella rivoluzione della biofisica informazionale

Proprio come le persone comunicano fra loro, anche le cellule comunicano con un linguaggio specifico. Dunque, a seconda delle informazioni che si scambiano, le cellule di un organismo si comportano e agiscono in modo da ottenere risultati diversi. Basti pensare, per esempio, alle nostre piastre che si attivano nel momento in cui ci tagliamo così da rimarginare la ferita: se mancasse l'istruzione specifica, il tessuto non potrebbe attivare questa funzione essenziale nella vita di un organismo come il nostro. Fin qui, niente di strano o contorto. Ma cosa succederebbe se riuscissimo noi a dare istruzioni a delle cel-

Marco Mantarro, amministratore di Mfi Srl con sede a Roma - www.mfisrl.com
www.cmfnext.com



lule? Sarebbe possibile comunicare alle cellule di un tessuto compromesso (quindi malato o in qualche modo disfunzionale), in modo da farle agire per curare quel tessuto? A questa domanda hanno risposto gli studiosi di biofisica informazionale, un ambito di ricerca relativamente recente, e la risposta che da ormai decenni hanno dato è sì, in una certa misura è possibile. Ed evidentemente sarebbe anche auspicabile, perché in questo modo sarebbero possibili processi di autoguarigione con cui potremmo ridurre o evitare l'utilizzo di farmaci e trattamenti invasivi come interventi chirurgici. Ecco che la faccenda diventa meno scontata e in molti, moltissimi, anche fra i medici, si fanno scettici: più che un trattato di medicina potrebbe sembrare la trama di un romanzo di fantascienza. Invece, per quanto possa sembrare incredibile, esistono già delle esperienze, cioè delle applicazioni concrete che permettono di comunicare con i tessuti. E i risultati sono sbalorditivi. Ne abbiamo parlato con Marco Mantarro, amministratore

della romana Mfi Srl, azienda attiva da anni precisamente in questo campo di studi. «Oggi, grazie agli studi della biofisica informazionale – dice Mantarro –, siamo in grado di curare patologie (anche gravi), comunicando con le cellule dall'esterno e trasferendo ai tessuti le informazioni che permettono di attivare processi di autoguarigione».

In che modo?

«Con dei dispositivi medici, certificati e brevettati, che consentono di inserirsi nella comunicazione cellulare attraverso campi magnetici complessi multi-frequenziali. È quello che permette di fare il nostro Cmf Next, con cui è possibile ridurre gli stati infiammatori e lo stress ossidativo, agendo su precise funzioni cellulari. Parliamo di un dispositivo che si presenta come un piccolo contenitore quadrato con puntale, applicatore intensivo e stuoa su cui il paziente si sdrai».

Quali tipi di applicazioni sono possibili?

«Dalla terapia del dolore alla medicina rigenerativa, il device con i suoi vari programmi agisce su varie patologie, migliorando il benessere dell'intero organismo. In poche sedute rapide e indolori, si possono ottenere risultati a lungo termine, senza effetti collaterali. Per esempio, riduce il dolore fino al 70 per cento già dalle prime sedute, cura gli edemi e stimola la rigenerazione tissutale senza bisogno di farmaci. È possibile fare un trattamento per il mantenimento dell'equilibrio anche solo con la stuoa. Così facciamo prevenzione delle patologie: lavoriamo sulle infiammazioni, sul microcircolo, la mancanza di energia libera e lo stress ossidativo. Testato in diverse università e già ampiamente usato nella medicina dello sport, (diversi campioni olimpici di varie discipline hanno usato il dispositivo a Parigi 2024) Cmf Next apre una frontiera ancora inesplorata nel mondo medico, consentendo alle cellule di ritrovare il loro naturale equilibrio».

Si potrebbe quindi dire che possiamo “parlare” ai tessuti organici?

«In una qualche misura sì. Dico ‘in una qualche misura’ perché, quelli che potremmo definire i codici di comunicazione cellulare restano ancora in gran parte sconosciuti. Ma la Mfi studia il codice di comunicazione cellulare ormai da vent'anni e, con le conoscenze che abbiamo finora acquisito, è possibile in effetti un dialogo. I singoli programmi legati ai nostri dispositivi,



quindi, possono essere considerati come delle frasi o dei discorsi già predisposti che di volta in volta vanno presi e inseriti nel contesto giusto. Se alle cellule facciamo il “discorso” giusto in modo che lo capiscano, allora i tessuti reagiscono nel modo corretto».

Proviamo a fare un esempio.

«Prendiamo un piede diabetico. In questo caso sappiamo che c'è un problema enorme di vascolarizzazione, di infezione, di infiammazione, di stress ossidativo e mancanza di energia libera. Con un programma che abbiamo predisposto proprio per questo problema, tramite il nostro dispositivo noi diciamo alle cellule di

creare microvasi, contrastare la carica batterica (o fungina, secondo il caso), modulare l'infiammazione, ridurre lo stress ossidativo e aumentare l'energia libera che serve per rigenerare i tessuti attraverso l'attività mitocondriale. Risultato? È possibile anche arrivare a salvare dei “piedi diabetici” da quella che altrimenti sarebbe stata un'inevitabile amputazione. Ricordo, in particolare, un episodio in cui i medici stavano curando un paziente da otto mesi e ormai erano prossimi all'amputazione: dopo 15 giorni della nostra terapia il piede era fuori pericolo e, dopo qualche tempo, è guarito».

• Renato Ferretti

La lingua dei tessuti biologici

«Per provare a comunicare con le cellule, siamo partiti da quanto conoscevamo del loro codice di comunicazione studiando la bibliografia internazionale, la letteratura biofisica, e continuando nelle sperimentazioni *in vitro* con diverse università – spiega Marco Mantarro, amministratore di Mfi Srl –. Successivamente, abbiamo stabilito una sorta di parallelismo con il linguaggio umano: secondo un modello da noi ipotizzato. Seguendo gli studi sulla biologia molecolare osservata dal punto di vista fisico, che abbiamo definito biofisica Informazionale, siamo riusciti a creare delle sequenze biologiche, i nostri codici macchina protetti da brevetto, che potessero agire in maniera specifica su diverse funzioni, ad esempio: infiammazione, stress ossidativo, infezioni batteriche, e su diversi tessuti, ad esempio: ossei, tendinei, muscolari e nervosi. In pratica, per effettuare la terapia, usiamo il campo magnetico come veicolo per trasferire ai tessuti biologici i codici terapeutici specifici in funzione della patologia da trattare. L'energia usata è bassissima, (dell'ordine del campo magnetico terrestre, quindi assolutamente innocua), e in linea con l'energia con la quale le cellule si scambiano le informazioni endogene. Certo, questa non è che una piccolissima parte dei codici con cui le cellule si scambiano naturalmente le informazioni. Ma dopo anni di studi e risultati raggiunti, pensiamo che è in effetti sia la strada giusta. Ora non resta che percorrerla, superando le ultime resistenze e scetticismi e continuando nell'approfondire i meccanismi di azione biofisici e le sperimentazioni cliniche».



Una rivoluzione gentile

Unobravo nasce con l'obiettivo di migliorare l'accessibilità ai servizi di benessere mentale, mantenendo alta la qualità e valorizzando l'eccellenza dei professionisti che offrono supporto psicologico. Il progetto ambizioso, diventato realtà, di Danila De Stefano

Cinque anni fa, quando ho iniziato questo viaggio, non avrei mai immaginato che saremmo cresciuti così tanto». Ad esprimersi così è Danila De Stefano, ceo e founder di Unobravo, un punto di riferimento della psicologia online, nato da un'esigenza personale. «Sono una psicologa e, come non manco mai di ripetere, anche noi psicologi ci rivolgiamo ad altri professionisti. Ne ho sentito il bisogno più volte, specialmente quando mi sono trasferita a Londra dopo la laurea. Da expat, mi sono resa conto di quanto fosse difficile per gli italiani all'estero trovare un supporto psicologico nella propria lingua madre. Ho, quindi, iniziato a offrire supporto ad altri expat in videochiamata. Per far fronte alle molte richieste, ho poi coinvolto altri colleghi e così, nel 2019, è nato Unobravo».

Quali traguardi avete raggiunto?

«Quello che è iniziato come un progetto ambizioso, ora è una realtà consolidata. In soli cinque anni abbiamo costruito una rete di supporto psicologico online solida e affidabile: contiamo la comunità clinica più vasta d'Europa, con oltre 7.200 psicologi in Italia, Spagna e Francia e, ad oggi, abbiamo erogato più di 5 milioni di sedute. Ogni tre minuti una nuova persona inizia il suo percorso con noi, e questo dato è la prova tangibile che sempre più persone sentono il bisogno di chiedere aiuto. Abbiamo supportato più di 300.000 persone e questo è il traguardo che mi rende più orgogliosa: l'impatto reale che stiamo avendo sulla vita delle persone. Inoltre, siamo stati riconosciuti come una delle aziende con la crescita più rapida in Europa, ma ciò che più conta è vedere come stiamo riuscendo a normalizzare il dialogo sulla salute mentale, abbattendo progressivamente il muro del pregiudizio».

Qual è il segreto a monte del vostro successo?

Danila De Stefano, ceo e founder Unobravo



IL TEMA DELLA SALUTE MENTALE IN ITALIA È ancora accompagnato da un forte stigma, che porta molte persone a sentirsi inadeguate o giudicate nel momento in cui decidono di chiedere aiuto

«Il nostro successo deriva da un insieme di fattori, tra cui spicca la capacità di ascoltare. Abbiamo costruito Unobravo partendo dai bisogni delle persone, non solo dei pazienti ma anche dei professionisti. Abbiamo investito nella qualità del servizio, nell'innovazione tecnologica e, soprattutto, in un approccio umano ed empatico. Ogni persona che entra in contatto con Unobravo deve sentirsi accolta, compresa e mai giudicata. A ciò si aggiunge un team che condivide la mia stessa visione e che lavora ogni giorno con passione per renderla concreta».

Attraverso il suo lavoro contribuisce ad abbattere lo stigma della salute mentale: quali sono le maggiori difficoltà che ha incontrato in questo percorso?

«La sfida più grande è stata, ed è tuttora, quella di cambiare una mentalità radicata. In Italia il tema della salute mentale è ancora accompagnato da un forte stigma, che porta molte persone a sentirsi inadeguate o giudicate nel momento in cui decidono di chiedere aiuto. Questo pregiudizio è presente non solo a livello sociale, ma anche istituzionale e culturale. All'inizio non è stato facile far comprendere che andare dallo psicologo non è un segno di debolezza, ma di grande forza e consapevolezza. Con il tempo, grazie al lavoro di

sensibilizzazione e ai risultati concreti, stiamo dimostrando quanto sia importante mettere il benessere psicologico al centro».

Dentro le menti, fuori dai tabù è il libro che ha recentemente pubblicato: quale messaggio vuole lanciare ai suoi lettori?

«Questo è il primo libro di Unobravo ed è stata un'occasione per raccontare non solo la mia esperienza personale e imprenditoriale, ma anche il viaggio di tante persone che hanno trovato il coraggio di affrontare le proprie fragilità, raccogliendo testimonianze di alcuni personaggi noti, tra cui Achille Lauro, Tania Cagnotto e Rose Villain. Si tratta di storie autentiche e coraggiose, che raccontano di come affrontiamo le nostre difficoltà e di come alcune persone hanno sfidato i tabù che ancora oggi ci condizionano. L'intento è far riflettere e soprattutto rompere il silenzio su temi che sono ancora troppo spesso considerati scomodi, dimostrando come accettare le proprie vulnerabilità, chiedere aiuto e lavorare sulla propria crescita personale sia un atto d'amore e di cura verso sé stessi. Allo stesso tempo, il libro rappresenta un'opportunità per rinnovare l'intento di Unobravo di dare voce a tutti i vissuti, è un invito aperto a unirsi a una rivoluzione gentile, volta a cambiare la percezione del sostegno psicologico nella società con-

temporanea e superare lo stigma».

Come cambiare la cultura del pregiudizio sul benessere mentale?

«Cambiare la cultura di un pregiudizio così radicato richiede tempo e un lavoro collettivo. Servono educazione e sensibilizzazione, a partire dai luoghi in cui si formano le nuove generazioni, come le scuole. Bisogna parlare apertamente di salute mentale, normalizzarla e integrarla nelle conversazioni quotidiane. Come Unobravo, ci impegniamo ogni giorno ad accendere i riflettori sull'argomento e promulgare una cultura del benessere mentale. A conferma del nostro impegno sociale, ad aprile 2022 siamo diventati Società Benefit, con l'assunzione nell'oggetto sociale di uno specifico impegno al perseguitamento di un ampio beneficio comune».

È un modello per tutte le donne che vogliono dare vita a realtà imprenditoriali capaci di rivoluzionare il mondo del lavoro. Quali consigli dà a chi sta intraprendendo questa strada?

«Il mio consiglio è di essere curiose, spingersi sempre oltre nell'imparare e sperimentare, trovare qualcosa che ci appassiona al punto da non sentire la stanchezza grazie alla tanta motivazione, e credere nel proprio progetto e nella propria idea. È importante essere perseveranti e fidarsi del proprio istinto. Un messaggio che vorrei, inoltre, trasmettere a tutte le donne è di sentirsi sempre consapevoli e capaci di perseguire qualsiasi obiettivo. Spesso ci troviamo di fronte a un retaggio culturale radicato, che ancora ci condiziona e noi donne dobbiamo essere le prime a liberarcene».

• Cristiana Golfarelli

Un modello replicabile su scala europea

«Le aziende italiane sono consapevoli della necessità di indirizzare gli investimenti sulla formazione al pari di quelli sulla tecnologia», spiega Teodoro Lio, ad Accenture Italia, che lancia una piattaforma learning dedicata

L'Italia è il paese pilota scelto da Accenture per il lancio di LearnVantage a livello europeo, una piattaforma di apprendimento potenziato dall'uso dell'intelligenza artificiale, concepita per aiutare realtà pubbliche e private ad accelerare i cambiamenti indotti dalla tecnologia. Entriamo nei dettagli con Teodoro Lio, ad Accenture Italia.

Perché Accenture ha scelto proprio il nostro Paese, quali prerogative ha offerto?
«L'Italia è stata scelta come paese pilota per il lancio europeo di LearnVantage grazie alla sua capacità di combinare creatività e innovazione con un ecosistema imprenditoriale solido e aperto al cambiamento, un capitale umano altamente qualificato e una riconosciuta capacità di internazionalizzazione. Il forte impegno sul reskilling e upskilling, unito a partnership consolidate con istituzioni e organizzazioni leader, rende il nostro Paese il contesto ideale per testare soluzioni formative avanzate come questa. Crediamo che questa decisione non solo rifletta le potenzialità e le eccellenze del nostro Paese, ma rappresenti anche un'opportunità per mostrare come innovazione, formazione e crescita possano integrarsi in modo virtuoso, creando un modello replicabile su scala europea».

La piattaforma realizzata da Accenture interviene in maniera personalizzata sulle competenze- verticali e orizzontali- legate all'Ai. Come funziona nello specifico? Qual è stata la reazione al lancio di LearnVantage?

«Nella visione di Accenture, la formazione è la leva indispensabile per aumentare il quoziente digitale di un Paese e consentire di affrontare le sfide della trasformazione digitale, colmando il divario di competenze e alimentando un'innovazione sostenibile. LearnVantage è una piattaforma di apprendimento che, attraverso un motore intelligente



L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE GENERATIVA Può portare miglioramenti della produttività in 900 diverse tipologie di professioni e generare un valore economico a livello globale compreso tra i 6 e gli 8 triliuni di dollari

basato sull'intelligenza artificiale, consentirà alle organizzazioni di identificare rapidamente le esigenze formative dei propri talenti e definire percorsi personalizzati sulle esigenze della singola azienda e dell'individuo e, contemporaneamente, scalabili su ampie platee. Le prime reazioni al lancio sono estremamente positive. In un mercato in cui il 94 per cento dei lavoratori desidera apprendere nuove competenze legate all'intelligenza artificiale, ma solo il 5 per cento delle aziende è in grado di offrire una formazione adeguata, le aziende italiane sono consapevoli della

necessità di indirizzare gli investimenti sulla formazione al pari di quelli sulla tecnologia e stanno accogliendo LearnVantage come uno strumento fondamentale per rimanere competitivi».

L'Ai impatterà sul 40 per cento dei lavoratori, ha calcolato Accenture. Con quali esiti?

«L'intelligenza artificiale generativa è certamente una delle innovazioni più dirompenti del nostro tempo. Secondo la nostra "Technology Vision 2024", essa può portare miglioramenti della produttività in 900 diverse tipologie di professioni e generare un valore economico a livello globale compreso tra i 6 e gli 8 triliuni di dollari. Nel corso dell'ultimo anno, abbiamo portato a termine oltre mille implementazioni di Ai generativa con i nostri clienti di tutte le industry. Le sfide che si presentano variano notevolmente tra Pmi, grandi realtà e Pubblica amministrazione».

In che modo?

«Le Pmi si trovano spesso a dover bilanciare l'adozione di nuove tecnologie con la sostenibilità dei costi, sia in termini di investimento iniziale che di reskilling della forza lavoro. La Pa deve affrontare l'enorme complessità di implementare modelli di formazione su larga scala, garantendo che ogni livello dell'orga-

nizzazione sia preparato ad affrontare le sfide tecnologiche. Le grandi imprese, invece, hanno il vantaggio di disporre di risorse maggiori, ma devono integrare rapidamente l'Ai nei processi aziendali, bilanciando l'innovazione tecnologica con la gestione del cambiamento culturale. Crediamo sia fondamentale un approccio collaborativo tra pubblico e privato, che preveda strategie di reskilling e upskilling mirate. Questo approccio, infatti, permetterà non solo di colmare le lacune formative, ma anche di aumentare la produttività e aprire nuovi spazi di crescita per le organizzazioni italiane».

In base al vostro osservatorio, il 65 per cento delle imprese italiane ha già adottato l'Ai generativa. Quali sono i settori più avanzati su questo fronte e le aree che più stanno subendo una trasformazione con questa nuova tecnologia?

«Dopo la fase di iniziale sperimentazione, adesso si tratta di far accadere le cose e la missione a cui tutti siamo chiamati è quella di trasferire nei processi operativi il potenziale trasformativo di questa tecnologia. Tra i settori più avanzati rientrano sicuramente quello finanziario, assicurativo e delle utility, dove l'Ai viene utilizzata per ottimizzare processi, migliorare l'efficienza operativa e creare nuovi servizi. Anche il settore pubblico sta registrando un'adozione significativa, soprattutto in applicazioni legate alla formazione e al mondo della salute. Altre aree, come l'automotive e la produzione industriale, stanno subendo trasformazioni profonde, sfruttando l'intelligenza artificiale per migliorare la gestione della supply chain, la progettazione dei prodotti e l'automazione delle operazioni».

• **Francesca Drudi**

Teodoro Lio, ad Accenture Italia





SOLUZIONI QUALIFICATE PER L'EDILIZIA

Teknoprogetti Engineering è una società di ingegneria civile attiva dal 2003, nata dalla visione comune dei soci fondatori che credono nel valore della competenza, qualità, correttezza e serietà professionale nel processo edilizio.

Teknoprogetti si occupa di diversi aspetti nel settore edile: i punti di forza sono la conoscenza del contesto in cui si opera attraverso attività di analisi preliminari ed approfondimenti successivi compreso eventuali indagini diagnostiche. La società offre servizi di progettazione integrata che raggruppano in un unico progetto le competenze architettoniche, strutturali e impiantistiche.

L'esecuzione dei lavori in cantiere viene seguito dal nostro servizio di direzione lavori, contabilità e sicurezza. Le opere si chiudono solo dopo il collaudo finale con la raccolta e consegna al cliente di tutta la documentazione che accompagna l'opera.

L'approccio iniziale di Teknoprogetti è quello trasformare gli obiettivi della Committente in una road map progettuale d'insieme che viene declinata in dettaglio nelle attività progettuali specialistiche necessarie per poter far eseguire l'opera da parte delle Imprese esecutrici nel migliore dei modi.

Uno degli ambiti in cui Teknoprogetti è impegnata è quello che riguarda la riqualificazione degli edifici. In questo campo vediamo spesso imprenditori che, nel riqualificare un edificio, si imbattono in due grandi dilemmi: "Quanto costa?" e "In quanto tempo?". Purtroppo, senza un progetto strutturato, la maggior parte delle imprese non è in grado di sviluppare un'offerta mirata. Quello che presentano all'imprenditore è solo un'indicazione economica, quando in realtà ciò che gli serve è metodo.

Per questo, noi consigliamo di seguire alcune tappe fondamentali. All'inizio, prima di far partire i lavori di riqualificazione, bisogna analizzare anche il contesto ambientale in cui è inserito l'edificio. Secondo punto, è necessario procedere ad una corretta progettazione partendo dallo studio di fattibilità fino a scendere nel dettaglio con il progetto esecutivo. Terzo: scegliere un buon direttore dei lavori, perché è importante seguire passo dopo passo i lavori per assicurarsi che tutto proceda bene e che l'impresa stia utilizzando i materiali concordati. Molto importante è la scelta delle imprese esecutrici e anche per questo aspetto possiamo essere di supporto al Committente/Cliente.

Dalle problematiche tecniche a quelle burocratiche, gestire un processo di edilizia richiede competenza e serietà: qualità che Teknoprogetti ha nel suo Dna. Indagini in situ, collaudi su edifici, ristrutturazioni, restauri, prove tecniche e tutte le problematiche legate alla sicurezza dell'edificio e del cantiere: Teknoprogetti sa come affrontare e risolvere le problematiche della riqualificazione edilizia.

Teknoprogetti Engineering Srl
Via XXV Aprile, 24/A - 20871 Vimercate (MB) - Tel. 039 2142477

www.teknoprogettisrl.it - info@teknoprogettisrl.it

Demo-costruzione contro l'emergenza

La riscoperta della centralità della casa- seconda compresa- impone un rinnovamento edilizio secondo Filippo Oriana. In regime di recupero delle molte aree abbandonate e con una politica urbanistica e residenziale che lo incentivi

Sia nel layout degli appartamenti che in termini di location preferite dagli acquirenti, il mercato residenziale è cambiato molto dalla pandemia in avanti. Ricalibrandosi sui nuovi bisogni - soprattutto delle persone in attività- e facendo riscoprire la casa come elemento centrale della vita, oltre che come pilastro sociale ed economico. «Se nelle città le abitazioni erano quasi un dormitorio a causa del commuting- osserva Filippo Oriana, presidente di Aspesi, associazione di imprese immobiliari aderente a Confedilizia prima in Italia per anzianità, numero di soci e articolazione territoriale- durante il Covid sono diventate luoghi della quotidianità».

E ora che ne siamo fuori da quasi due anni, quali ulteriori strascichi ha lasciato sul mercato del real estate?

«Quanto alla tipologia di location, registriamo dal 2020 la spinta dalle città all'hinterland che permette di trovare la villetta autonoma. E circa gli spazi degli appartamenti, emerge il desiderio di terrazzi e l'esigenza di almeno una stanza da adibire a ufficio. Un ultimo fenomeno immobiliare conseguente al Covid è il rilancio della seconda casa, in località collinari o marine. Purché siano appartamenti dentro un sistema ricettivo completo nel quale si possa per un certo periodo lavorare, ma anche godere delle bellezze naturali senza rischi».

Diverse aree urbane della Penisola sono alle prese con l'emergenza abitativa. Da quali fattori è determinata?

«La normativa italiana privilegia da sempre le case vecchie a quelle nuove con una politica fiscale e urbanistica incomprensibile, masochista e opposta a quella di tutti i Paesi civili del mondo. Questa situazione normativa determina la circolazione tra privati sempre dello stesso patrimonio abitativo usato, senza rinnovamento edilizio, ma nemmeno incremento numerico degli alloggi».

Milano è la punta dell'iceberg di questo

Filippo Oriana, presidente di Aspesi Unione Immobiliare



I CASI VIRTUOSI DI RIGENERAZIONE URBANA Bicocca, Porta Nuova, Citylife hanno generato un'ondata di operazioni immobiliari di recupero che ha cambiato non solo lo skyline, ma soprattutto l'attrattività internazionale di Milano

fenomeno. Quali soluzioni realistiche si profilano per fronteggiarlo?

«Il caso Milano è eclatante: mancano 60.000 alloggi a popolazione invariata, il fabbisogno annuale è di 9.900 contro i 2.500 appartamenti nuovi circa che vengono immessi sul mercato, dato in peggioramento a causa delle iniziative giudiziarie in atto. Con un deficit del 256 per cento contro il deficit del 25 per cento di Londra che viene considerato intollerabile dagli inglesi. Non c'è altra possibile soluzione per mitigare il problema che una politica urbanistica di incentivazione delle nuove costruzioni residenziali in regime di recupero delle molte aree dismesse».

La demo-ricostruzione è la prima "cura" per risparmiare suolo. Dove ci sono i migliori spazi applicativi in Italia e come va sostenuta a livello normativo e politico?

«Demolire ruderi di edifici ex-produttivi abbandonati e sostituirli con edifici residenziali nuovi che vadano in verticale per non consumare suolo è l'unica strada possibile per mitigare l'emergenza abitativa. A Milano ve ne sono oltre 200, a Roma ancor di più e per una dimensione di aree degradate immensa. Ma dato che i valori di queste aree, in genere periferiche, è relativamente basso e i costi di intervento maggiori per le necessarie demolizioni e bonifiche del sito, la demo-ricostruzione va incentivata- come ha fatto con la legge 18/2019 la Regione Lombardia- con sconti sugli oneri comunali,

premi volumetrici e benefici fiscali che lo Stato vorrebbe corrispondere con il Ddl Gasparri ora in esame al Senato. Incentivi giustificati dall'interesse pubblico per il valore socio-ambientale di questo tipo di interventi».

La rigenerazione urbana incide positivamente anche sul valore del patrimonio immobiliare. Quali esperienze virtuose lo dimostrano e come va rilanciata in senso social e smart?

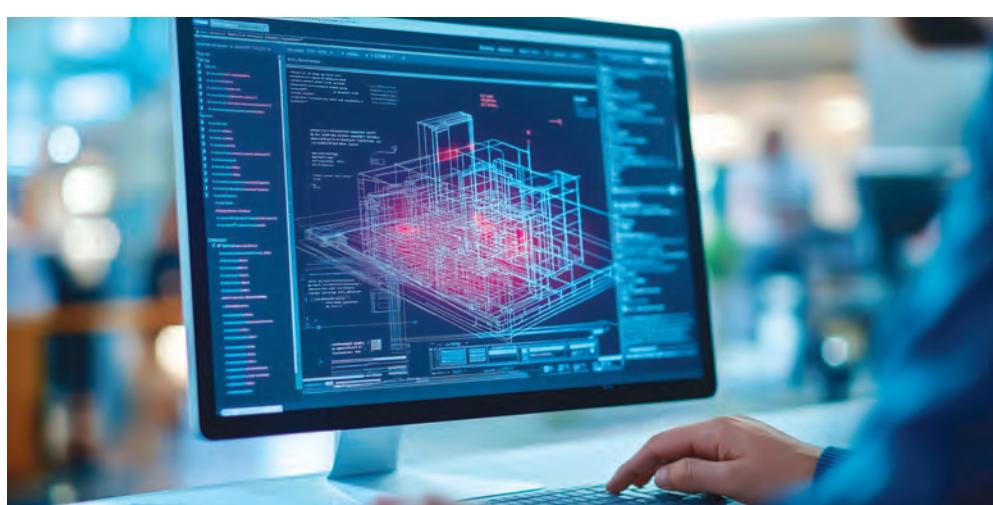
«La rigenerazione urbana è la sola prospettiva per il nostro Paese che non produce né petrolio né Ict, ma ha nel territorio l'unica sua risorsa strategica. È una prospettiva win-win perché coniuga Pil, socialità e ambiente senza consumare il poco suolo rimasto libero in un Paese piccolo come l'Italia. I casi virtuosi di rigenerazione urbana

realizzati a Milano tra gli anni 90 del 900 e i primi 15 anni di questo- Bicocca, Porta Nuova, Citylife- hanno generato un'ondata di operazioni immobiliari di recupero che ha cambiato non solo lo skyline, ma soprattutto l'attrattività internazionale di Milano. Sostenibilità socio-ambientale e "smartizzazione" delle soluzioni realizzative sono elementi imprescindibili della loro fattibilità sia per l'accettazione delle comunità locali, sia per commercialità».

Una traiettoria di sviluppo molto interessante per il real estate è quella della digitalizzazione, a partire dall'Ai. Che evoluzione attende il settore su questo versante?

«Il settore immobiliare-costruzioni è per definizione uno dei più tradizionalisti dal punto di vista tecnico-industriale-realizzativo. Ma per tutto quanto ora detto, non ha prospettive reali di crescita se non saprà introdurre nuove soluzioni tecnologiche sia di processo che di prodotto. L'Ai e l'evoluzione del Bim sono, quindi, imprescindibili per un consolidamento strategico del nostro settore e la sua accettazione socio-ambientale da parte della collettività».

• GG



La domotica semplice e sostenibile

Da oltre 20 anni, Orizon si distingue come leader nel settore della domotica professionale e del building management system, offrendo soluzioni su misura per l'intelligenza degli edifici pubblici e privati e per il settore navale

I nostro mondo sta diventando sempre più digitale e intelligente. L'intelligenza artificiale infatti è la parola d'ordine del momento. Che si tratti di un semplice strumento di traduzione o di un pool di conoscenze per interi piani aziendali, l'intelligenza artificiale apre così tante nuove possibilità che riusciamo a malapena a coglierne l'intera portata. Se utilizzata correttamente, l'intelligenza artificiale può fornire un'assistenza rivoluzionaria in molti campi, a partire dalla domotica. La combinazione di intelligenza artificiale e domotica trasforma le abitazioni in spazi che oltre a rispondere ai nostri comandi, apprendono anche dalle nostre abitudini. Questa evoluzione permette alle case di anticipare le esigenze degli abitanti, adattandosi in modo proattivo e personalizzato e ampliando così il concetto di "casa intelligente". Aspetti cardini di cui è ben consapevole Roberto Buso, da anni insieme ad Alberto Vivan alla guida di Orizon, una società specializzata nell'integrazione di impianti tecnologici e nella progettazione di sistemi di automazione per edifici pubblici, privati e Yacht, con un'attenzione particolare alla sostenibilità energetica.

«La nostra missione è trasformare ogni progetto in un sistema avanzato ma easy to use di building intelligence, capace di coniugare comfort, efficienza e sostenibilità, tutto gestito da un qualsiasi Pc, smartphone, tablet o elegante touch panel. Ci occupiamo dell'intero ciclo di vita dei nostri sistemi: dalla progettazione alla fornitura, fino all'installazione. Questo approccio ci consente di garantire standard di qualità elevati e soluzioni completamente integrate, ideali per



edifici residenziali, commerciali e industriali». Dalla definizione dell'impianto di building intelligence alla progettazione elettrica, Orizon cura anche la distribuzione audio, video, sistemi di controllo accessi, videosorveglianza, sicurezza ed infine la rete dati. Ogni aspetto viene pianificato con precisione per creare soluzioni integrate che rispondano alle esigenze specifiche di ogni progetto. «La nostra forza risiede nella collaborazione: lavoriamo a strettissimo contatto con architetti, impiantisti, progettisti e altri professionisti del settore, creando un'armoniosa sinergia per realizzare progetti complessi e innovativi. Lavoriamo con architetti per progettare insieme un edificio smart ecosostenibile e pensato per rispecchiare le esigenze dei clienti finali; per ottimizzare e perfezionare gli spazi dedicati alla struttura architettonica e i volumi dedicati agli impianti fondamentali per realizzare un edificio ecosostenibile e connesso. Lavoriamo con i progettisti elettrici per fornire prontamente tutte le informazioni utili su prodotti, specifiche tecniche ed elettriche, volume e condizioni operative dei componenti fondamentali da integrare in un progetto di home e building automation. Infine lavoriamo anche con i privati offrendo un piano di affiancamento del cliente privato che inizia con l'esposizione di tutte le possibili soluzioni di Smart Home/Domotica professionale sulla base della residenza in possesso, da realizzare o da acquistare».

Orizon opera su scala nazionale, portando la sua esperienza e competenza ovunque ci sia bisogno di tecnologie evolute per il controllo e la gestione degli edifici, rendendo ogni

della energia prodotta e di quella consumata. Consente inoltre di storizzare i dati raccolti al fine di svolgere delle analisi nel tempo. In questo modo registriamo, monitoriamo e miglioriamo l'uso dell'energia all'interno degli edifici pubblici e privati, garantendo una maggiore efficienza e sostenibilità, ottimizzando tutte le risorse energetiche, dai sistemi di termoregolazione a quelli di illuminazione e gestione delle barriere solari, con un risparmio energetico che tocca il 70 per cento. Siamo presenti anche nel settore navale, indirizzandoci su comfort ed entertainment, integrando sistemi per sale cinema e impianti audio, rendendoli gestibili in modo semplice attraverso smartphone e tablet».

Nel settore residenziale le soluzioni domotiche di Orizon permettono la gestione intelligente di luce, audio video, elettrodomestici e sicurezza, tramite controllo vocale o remoto, garantendo anche un perfetto equilibrio tra comfort e riduzione dei costi. L'integrazione dell'impianto ecosostenibile nel sistema di home e building automation, consente la totale gestione dell'energia nell'edificio, il controllo dei carichi energetici, il controllo degli elettrodomestici e degli impianti. È possibile controllare la situazione energetica di un edificio da remoto e in locale, controllarla manualmente o lasciare che sia il sistema intelligente a stabilire la migliore linea di utilizzo dell'energia.

• GA



MASSIMA EFFICIENZA

Uno dei punti di forza di Orizon è mettere il cliente in primo piano, offrendo un servizio personalizzato e curando ogni dettaglio per garantire il massimo livello di servizio e soddisfazione, dalla fase di prevendita, fino alla consulenza post vendita. Innovazione, tecnologia, sicurezza, design e comfort sono i valori su cui fonda i suoi progetti, molto anche apprezzati per la semplicità d'utilizzo. A tal fine, Orizon ha stretto anche importanti partnership con prestigiosi marchi nel settore della tecnologia smart connected, tra cui Crestron, Distech Controls e Knx.

Orizon ha sede a San Donà di Piave (Ve)

www.orizoncontrols.com



LA MISSION

Trasformare ogni progetto in un sistema avanzato ma easy to use di building intelligence, capace di coniugare comfort, efficienza e sostenibilità

La memoria industriale d'Italia

La custodiscono e la tramandano le imprese titolari di marchio storico, valorizzando il loro portato comune di sapienza ed eccellenza. «Sono interpreti di un'identità nazionale che ispira fiducia a livello globale» spiega Massimo Caputi

stituiti dal Ministero delle imprese e del made in Italy con l'art. 31 del Decreto Crescita del 2019, i marchi storici di interesse nazionale sono il fiore all'occhiello del nostro patrimonio industriale. Autentici ambasciatori del saper fare italiano nel mondo, oggi se ne contano circa cento aderenti all'associazione guidata da Massimo Caputi, impegnata a promuovere l'immagine del nostro Paese attraverso le realtà imprenditoriali che meglio ne ricalcano e ne tramandano l'identità storica, economica e culturale. «Il numero delle aziende associate chiarisce il presidente dell'Associazione marchi storici d'Italia cresce costantemente mese dopo mese. Questi marchi sono testimonianze di una continua innovazione e resilienza, capaci di attraversare secoli di trasformazioni economiche e sociali».

Di quali valori sono custodi e interpreti?

«I valori che custodiscono queste eccellenze italiane includono qualità, sostenibilità, creatività e il forte legame con i territori di origine. L'Italia vanta infatti un primato straordinario: sei delle dieci aziende familiari più antiche al mondo, attive da oltre sette secoli, sono italiane. I valori che custodiscono queste eccellenze italiane includono qualità, sostenibilità, creatività e il forte legame con i territori di origine. Simboli di una lunga storia imprenditoriale capace di evolversi, e interpreti di un'identità

italiana che ispira fiducia e prestigio a livello globale».

Far emergere il talento e il merito è alla base della cultura di impresa che promuovete a livello associativo. Che esempi virtuosi offrono i marchi storici italiani sotto questo profilo?

«I marchi storici sono esempi di imprenditoria responsabile, in cui talento e merito costituiscono il motore del successo. Sono davvero tante le aziende storiche italiane che investono in percorsi formativi interni e collaborano con istituti accademici per attrarre giovani talenti, promuovendo inclusione, leadership femminile, progetti di mentoring e premi al merito che esaltano l'eccellenza e il contributo umano. Anche per questo è nato nella nostra associazione il Gruppo giovani dei marchi storici, con l'obiettivo di promuovere e tutelare gli

imprenditori e i manager under 40. La gestione di un'impresa storica richiede infatti

non solo competenze manageriali, ma anche una profonda comprensione del valore culturale, della tradizione e del know-how che tali realtà rappresentano».

Il panier di attività della vostra associazione prevede anche l'utilizzo delle nuove tecnologie per contrastare l'Italian sounding. Di quali strumenti siete dotati o state sviluppando su questo terreno?

«Per contrastare l'Italian sounding sempre più aziende a marchio storico utilizzano tecnologie avanzate come la blockchain per



Massimo Caputi, presidente dell'Associazione marchi storici d'Italia

tracciare e certificare l'autenticità dei prodotti lungo la filiera, nonché strumenti di AI per monitorare i mercati globali e rilevare contraffazioni in tempo reale. In particolare, nell'ambito della Convenzione in essere con Agenzia Ic, l'Associazione ha aderito già dal 2023 al progetto TrackIT blockchain: grazie a questa collaborazione, le aziende titolari di marchi storici possono integrare nel progetto, tra le certificazioni aziendali nella catena di tracciabilità del prodotto, il riconoscimento di Marchio storico di interesse nazionale, quale espressione dell'autenticità del prodotto e del brand sui mercati internazionali».

La scorsa primavera avete avanzato alcune proposte al Governo, tra cui la rivalutazione gratuita dei marchi storici.

Cosa si intende e che vantaggi comporterebbe per le imprese coinvolte?

«La rivalutazione gratuita del marchio di impresa riconosciuto storico, permette alle imprese di aggiornare il valore contabile del marchio, adeguandolo alla sua effettiva importanza economica. Ciò offre vantaggi fiscali, migliora la patrimonializzazione e facilita l'accesso al credito. Inoltre, rafforza la percezione del marchio sui mercati internazionali, incentivando nuovi investimenti. Una misura pensata come sostegno concreto per tutelare il valore strategico dei marchi storici, garantendo la continuità di un patrimonio unico al mondo. Le aziende sarebbero dunque incentivate a valorizzare patrimonialmente i propri asset immateriali, rafforzandosi al contempo in ottica di mantenimento delle attività produttive e del capitale umano sul territorio nazionale, in cui sono nate e si sono sviluppate».

Per promuovere l'heritage delle aziende storiche, state pensando anche alla creazione di circuiti turistici e museali ad hoc. Quali iniziative sono più vicine a vedere la luce nel prossimo futuro?

«Molti dei marchi storici italiani custodiscono memorie industriali straordinarie nei loro musei e archivi, raccontando al pubblico il percorso evolutivo delle eccellenze manifatturiere. Questi spazi non sono soltanto musei aziendali, ma veri e propri luoghi di cultura, dove la storia dell'impresa si intreccia con quella della Nazione. Per questo, nell'ambito del progetto dei circuiti turistici e culturali delle imprese storiche che costituirebbe un unicum nel panorama europeo, siamo al lavoro per realizzare un libro sul turismo industriale, una vera e propria guida innovativa che permetterà ai visitatori italiani e stranieri di scoprire i luoghi simbolo dell'industria storica del nostro Paese». • GG

UNA LUNGA STORIA IMPRENDITORIALE

Il Belpaese vanta un primato straordinario: sei delle dieci aziende familiari più antiche al mondo, attive da oltre sette secoli, sono italiane



Il fascino intramontabile dell'abito sartoriale

Nell'epoca del fast fashion, in cui le proposte creative si adeguano, uniformandosi, ai trend più in voga e la modalità di acquisto è frenetica, riscopriamo coi titolari della Sartoria F.Ili Cucciaioni, il valore speciale di un'arte antica e su misura

Un'azienda dall'identità intatta, gelosa custode dell'antico mestiere della sartoria che continua a rinovare con passione e mantenendo inalterati i valori che l'hanno resa punto di riferimento nel settore. La sartoria F.Ili Cucciaioni è un'impresa familiare che esiste dal 1952, ma Sante già nei primi anni Quaranta fu il primo dei tre fratelli ad intraprendere questa professione e a trasmetterla al secondo fratello Mario e successivamente al terzo fratello Silvio. Oggi la storia della sartoria, che realizza abiti sia maschili che femminili, è portata avanti da Roberta Cucciaioni, contitolare insieme a Silvio, unico dei soci fondatori rimasto in vita, e dai cugini Roberto e Moreno, cresciuti tutti nel mondo della sartoria artigianale. Il passaggio del testimone assume, quindi, un significato duplice all'interno di questa azienda, ovvero portare avanti una tradizione fatta di gesti e consuetudini, da una parte, non fermarsi mai e avere uno sguardo curioso e attento sul futuro e su ciò che può proporre dall'altra. «Siamo presenti al pubblico con due negozi - spiega il titolare Silvio Cucciaioni -. Il primo rappresenta la sede storica della sartoria, a San Secondo, dove tuttora è situata la parte operativa dell'attività con il laboratorio sartoriale. Il secondo negozio, invece, si trova nel centro storico di Città di Castello, affacciato sul corso principale ed è stato fortemente voluto dalla seconda generazione della famiglia per rappresentare un "vetrina" delle attività su misura nell'Alta



CUCITI ADDOSSO

Il cliente è l'attore principale di un percorso creativo: ci racconta i suoi desideri, si confronta per ricevere consigli e suggerimenti, tocando con mano i tessuti e provando un abito pensato per lui

Valle del Tevere».

Il ruolo svolto da questi due punti vendita è fondamentale per le attività della sartoria: entrare nei negozi rappresenta infatti il primo passo per comprendere quale esperienza il cliente si troverà a vivere durante la realizzazione di un capo firmato Cucciaioni. «In un'epoca in cui la moda ha condizionato il modo di essere - precisa il titolare, get-

tando uno sguardo alle attuali tendenze - per cui il fast fashion ha reso frenetica la modalità d'acquisto e ha uniformato gusti e proposte creative, entrare in sartoria ha un valore speciale». Entrare nei negozi a marchio Cucciaioni significa, infatti, riportare indietro la lancetta dell'orologio ad un tempo in cui l'ascolto, il dialogo e il confronto erano le basi da cui partire per dare

La sartoria Fratelli Cucciaioni ha sede a Città di Castello (Pg) - www.fratellicucciaioni.it

forma ad un capo su misura, per creare un modello unico. «Il cliente diventa per noi l'attore principale di un percorso creativo, ci racconta i suoi desideri, si confronta per ricevere consigli e suggerimenti, tocando con mano i tessuti e, successivamente, provando un abito nuovo e originale, pensato per lui - precisa ancora Silvio Cucciaioni -. Essere sarti significa per noi gioire per un cliente soddisfatto e accogliere elegantemente le sue soddisfazioni. Per questo motivo i nostri negozi sono un luogo di ascolto e dialogo con il nostro pubblico. Per noi concepire un abito di alta sartoria vuol dire fare ricerca, avere una forte propensione ad eccellere e creare qualcosa che ancora non è ancora stato realizzato. È un lavoro in cui entrano in gioco la manualità, l'esperienza, la mente, la creatività e soprattutto, l'anima. Ogni volta che il capo viene pensato, cucito e finalizzato, è frutto della volontà di dare vita a qualcosa di nuovo, di bello e di unico. Ci troviamo continuamente di fronte ad una sfida, da affrontate con la consapevolezza di chi vuole riuscire nel proprio scopo, padrone degli elementi che individuano l'arte sartoriale». La sartoria Cucciaioni, però, a tutto questo unisce un passaggio fondamentale, ovvero mettere gioia in tutto ciò che fa. «All'atto pratico, la realizzazione di un vestito deve rispettare un metodo che ci permette di rendere uniforme e controllato ogni singolo passaggio» ama sottolineare il titolare dell'azienda, ponendo l'accento sulla cura per ogni minimo dettaglio.

«Ogni fase della creazione è curata e garantita al massimo delle nostre possibilità, in uno spirito di collaborazione e serenità. Un abito su misura è un pezzo unico che parla di sé e della personalità di chi lo indossa, è un amico fidato che accompagna ogni giorno. Nulla mette a proprio agio come indossare un capo che veste alla perfezione, nella consapevolezza della sua unicità. All'interno della nostra boutique, situata sul corso principale a Città di Castello, è possibile trovare un'attenta selezione dei migliori brand di abbigliamento da uomo e da donna, scelti con cura. La lunga esperienza, unita alla passione, ci ha reso una garanzia per il cliente: coniughiamo sapientemente il gusto classico della tradizione con il design più moderno. I marchi in esposizione riflettono i nostri valori e la nostra filosofia: ricerca continua e impegno costante per soddisfare e anticipare i desideri dei clienti».. **LC**

Di padre in figlio

Sin dagli inizi, il lavoro nella sartoria ha accompagnato e scandito la vita della famiglia Cucciaioni, coinvolgendo tutti i componenti e, ben presto, anche nuovi collaboratori. Stoffe e tessuti, ago e filo, forbici e gesso, sono stati gli oggetti con cui Roberto, Moreno e Roberta hanno familiarizzato sin da piccoli. "Casa e bottega" è stata per i tre giovani cugini la passerella più importante sulla quale hanno visto nascere, giorno dopo giorno, abiti da cerimonia e completi su misura. È stato quindi naturale, spontaneo, sentir nascere dentro ad ognuno di loro l'amore e la passione per questo mestiere, condividendo con i propri genitori ciò che amavano fare.



Sessant'anni di eccellenza, tra ricerca e design

Un percorso di evoluzione e sostenibilità, quello di Rinaldi Group, leader nella produzione di materassi made in Italy, con uno sguardo al futuro e solide radici nel passato

Unno strumento fondamentale per il benessere psicofisico. Parliamo del materasso, la cui importanza è ormai nota anche ai più distratti, e lo facciamo con una professionista del settore: Stefania Rinaldi, alla guida insieme ai fratelli Piero e Dino di Rinaldi Group, azienda di Giffoni Valle Piana (Sa). Conscia dell'importanza del sonno per la salute generale, l'azienda ha investito costantemente in ricerca scientifica e innovazione tecnologica. «Tra i frutti più significativi di questo impegno – spiega Rinaldi –, spicca la collaborazione con l'Università di Salerno, che ha portato allo sviluppo di brevetti innovativi. In particolare, due di questi brevetti nascono da un decennale programma di ricerca che ha dato vita ai materassi progettati secondo la metodologia Comfort-Driven Design, un approccio scientifico che unisce ergonomia e comfort del sonno. Inoltre, un terzo brevetto riguarda l'usura del prodotto, offrendo al consumatore un sistema che segnala quando il materasso inizia a perdere il suo comfort, ottimizzando così l'esperienza del riposo».

Il manifatturiero oggi gioca un ruolo cruciale nella transizione sostenibile che sta rivoluzionando il panorama industriale globale. In questo contesto, Rinaldi Group ha già compiuto passi decisivi, redigendo una relazione d'impatto e avviando la preparazione del bilancio di sostenibilità. L'azienda ha inoltre lanciato collezioni di materassi in grado di rispondere alla crescente esigenza di ridurre l'impatto ambientale dei materiali utilizzati. La sfida più ambiziosa, tuttavia, riguarda l'integrazione del materasso nei modelli virtuosi dell'economia circolare, spingendo Rinaldi Group a ricercare soluzioni innovative che, al termine del ciclo di vita, garantiscano il riciclo e l'integrazione del prodotto nei processi di circolarità economica.

L'innovazione, quindi, non è solo un obiettivo, ma una filosofia che guida ogni aspetto dell'attività interna all'azienda campana. Fin dal 2010, l'azienda ha intrapreso il progetto Trama 4.0, con l'obiettivo di migliorare la tracciabilità dei prodotti e implementare processi orientati all'Industria 4.0, conseguendo premi prestigiosi, tra cui il riconoscimento Innovazione Smau a livello regionale e nazionale. Inoltre, il



Rinaldi Group ha sede a Giffoni Valle Piana (Sa)
www.rinaldigroup.com

passaggio a società benefit ha permesso di integrare valori come la sostenibilità e la parità di genere, dando vita a iniziative come il piano Gender Equality, che ha portato all'ottenimento della certificazione Uni PdR 125:2022.

Nel 2025, Rinaldi Group celebra con orgoglio il traguardo dei suoi sessant'anni di attività: un percorso che racconta la dedizione e l'impegno di un'azienda che, dal 1965, ha saputo affermarsi come leader nel settore dei materassi in Italia. «Questo lungo viaggio – sottolineano i fratelli Rinaldi – è stato contraddistinto da un equilibrio costante tra tradizione, innovazione e una visione proiettata al futuro, che ha sempre messo al centro il benessere delle persone e la sostenibilità. Considerando l'importante traguardo dei sessant'anni di attività, assume una particolare importanza la partecipazione, per il quarto anno consecutivo, al Salone del Mobile 2025, in programma ad aprile. Sebbene i dettagli siano ancora top secret, si sa che il progetto racconterà la storia dell'azienda attraverso il filo narrativo del libro Dreamness: radici profonde, proiezioni future, sottolineando i cambiamenti e la crescita che hanno segnato l'ultimo decennio,

UNA QUESTIONE DI SOSTENIBILITÀ

Rinaldi Group ricerca soluzioni che garantiscano il riciclo e l'integrazione del prodotto nei processi di circolarità economica

incluso l'avvio del terzo passaggio generazionale. Durante l'evento, saranno presentate anche le novità della collezione Rinaldi Italian Bed System per il 2025, che coniugano perfettamente design, innovazione e sostenibilità».

Per Rinaldi, la collezione Dreamness è l'espressione perfetta dell'incontro tra lavorazione artigianale e ricerca scientifica nel settore del luxury bedding offrendo materassi che regalano la sensazione di dormire sospesi su una nuvola. La collezione Valflex, invece, rappresenta l'avanguardia della tecnologia nel settore del sonno, combinando innovazione scientifica e materiali di ultima generazione per garantire comfort personalizzabile e una qualità del sonno senza pari. Infine, la collezione Hospitality risponde alle esigenze del settore alberghiero, con prodotti studiati in collaborazione con esperti di materiali e normative, tra cui linee ignifughe con omologazione Classe 1/IM, garantendo sicurezza e qualità in ambienti professionali.

Infine, uno sguardo al futuro. L'innovazione è nel Dna dell'azienda e prosegue il suo cammino con uno sguardo sempre rivolto al domani. Ogni passo è mosso dalla volontà di anticipare le esigenze del futuro, sviluppando soluzioni che contribuiscono a migliorare la qualità della vita delle persone attraverso un sonno migliore, più sano e più sostenibile. • Renato Ferretti



LA CULTURA DEL SONNO SANO

«Rinaldi Group è fortemente impegnata nella promozione di una cultura del sonno sano – dice Stefania Rinaldi –. In collaborazione con la Fondazione Pubblicità Progresso e il Gruppo Sistemi per Dormire, l'azienda ha avviato una campagna per sensibilizzare il pubblico sull'importanza di dormire su un materasso di qualità e sui benefici psicofisici che questo comporta. L'iniziativa, lanciata nel 2022/2023, è stata rinnovata per il biennio 2024/2025 con il supporto dell'Associazione italiana dei produttori di poliuretano (Aipef). La campagna, che include uno spot trasmesso sulle principali emittenti televisive ha come obiettivo invitare i consumatori a prestare attenzione nella scelta del materasso, elemento fondamentale dell'arredamento domestico. Un sistema letto di qualità, infatti, non solo migliora la vita quotidiana, ma contribuisce anche al benessere sociale, rappresentando un investimento che offre un giusto rapporto prezzo-qualità».

Bros Manifatture, azienda leader nel settore gioielleria e orologeria con sede a Grottazzolina e anima a Montegiorgio, è un indiscutibile punto di riferimento nel mercato del gioiello fashion, che conta, fra i suoi marchi, Brosway, S'Agapō, Rosato e Pianegonda, marchi tutti diversissimi tra loro. «I brand di Bros Manifatture - precisa il ceo di Bros Usa Corporation Beatrice Beleggia - si distinguono per identità uniche: Pianegonda, gioielleria di design; Rosato, fine jewellery; Brosway, gioielleria e orologeria fashion; S'Agapō, gioielleria fashion easy-to-wear; Bros, cinturini per orologi di alta qualità; e Dhiva, astucci e packaging per gioiellerie. Il fil rouge che li accomuna è il design italiano, l'attenzione ai dettagli e la capacità di incarnare valori fondamentali come tradizione, innovazione ed esperienza fin dal 1979 nel settore del gioiello. Un mix che rappresenta la forza e il cuore pulsante del Gruppo».

Quali sono i principali cambiamenti che lei ha apportato all'azienda?

«Alla guida c'è da sempre mio padre, Lanfranco Beleggia, il fondatore che ha costruito le solide basi dell'azienda ed insieme ai miei fratelli abbiamo intrapreso un percorso di continua evoluzione. Noi figli, ciascuno con una distinta posizione, lavoriamo alla crescita del Gruppo, ma insieme siamo una squadra. Io, in particolare, mi sono focalizzata sull'espansione internazionale e sulle relazioni esterne. Queste attività consentono di incontrare persone e creare collaborazioni strategiche che hanno dato nuovo slancio all'azienda, soprattutto al brand Pianegonda, che è al centro della mia attenzione».

Come avete concluso il 2024 e cosa vi aspettate dal 2025?

«Il 2024 è stato un anno positivo, segnato da una forte espansione non solo sul mer-

Iconici e senza tempo

Beatrice Beleggia, insieme ai fratelli Maurizio, Valerio e Riccardo rappresenta la seconda generazione di Bros Manifatture, una holding della fashion jewellery riconosciuta a livello internazionale



Siete molto attivi dal punto di vista sociale, come si evince dai numerosi progetti che avete realizzato nel corso del tempo, tra cui il progetto All One di Pianegonda per l'Organizzazione Internazionale Amref sulla parità di genere e sull'empowerment femminile: quali sono le iniziative a cui adesso state lavorando?

«L'attenzione verso il sociale è un valore fondamentale per tutti i nostri marchi. Collaboriamo con diverse organizzazioni no profit, sostenendo progetti volti a favorire l'equità e le pari opportunità, a supportare importanti ricerche nell'ambito scientifico, a garantire il benessere psico-fisico, a prevenire e combattere la violenza di genere. Per noi è un obbligo morale. Continueremo su questa strada anche nel 2025 promuovendo nuove iniziative». • CG

Beatrice Beleggia, ceo Bros Usa Corporation

cato nazionale ma anche su quello estero. In Italia siamo già leader nel settore del gioiello fashion e di design, e il nostro obiettivo è diventare un polo di riferimento anche a livello internazionale. Abbiamo un progetto ambizioso che mira a far crescere rapidamente tutti i nostri marchi, consolidando ulteriormente la nostra posizione di leadership e portando il nostro stile e la nostra eccellenza oltre i confini italiani grazie a strategie mirate e a un'offerta diversificata e sempre più in linea con le esigenze dei consumatori».

Quali sono le principali tendenze nella gioielleria per il 2025?

«La tendenza più rilevante è il ritorno al simbolismo. I consumatori cercano gioielli che raccontino una storia, che abbiano un significato personale e che sappiano connettersi con le loro emozioni più profonde. Questo si sposa perfettamente con il nostro approccio: ogni marchio del

gruppo offre collezioni dal design ricerchato e cariche di significato».

Che cosa vi rende unici?

«La nostra forza è la capacità di operare come una international corporation mantenendo però i valori di una grande famiglia. Questo ci permette di prendere decisioni rapide e di realizzare progetti innovativi senza i timing complessi delle grandi aziende, flessibilità che ci distingue e ci consente di essere sempre all'avanguardia».

Pianegonda ha intrapreso un percorso di rinnovamento estetico: è stato preservato il Dna del brand?

«Assolutamente sì. Pianegonda ha mantenuto la propria identità, combinando tradizione e un design contemporaneo. Questo rinnovamento ha rafforzato il posizionamento del marchio, rendendolo ancora più attrattivo per una clientela internazionale».



UNA CRESCITA COSTANTE

Iniziatore di Bros Manifatture è stato l'imprenditore marchigiano Lanfranco Beleggia, che nel 1979 ha avviato una produzione di cinturini in pelle per orologi. Una microazienda, la Bros Cinturini, che nel giro di qualche anno si è guadagnata nel settore una posizione di primo piano, con una rete di distribuzione tra grandi brand e gioiellerie. Da allora il Gruppo è stato protagonista di una crescita costante anche nella gioielleria fashion con la nascita di Brosway nel 2002 e di S'Agapō nel 2008 e a seguire le acquisizioni di Rosato nel 2011 e di Pianegonda nel 2015. Il nome "Bros" simboleggia l'unione della famiglia nella condivisione dei progetti e degli obiettivi e la parola "Manifatture" rimanda invece all'artigianalità del savoir-faire, eccellenza del territorio in cui il gruppo opera. Creatività, digitalizzazione e tecnologie d'avanguardia sono gli elementi che permettono al gruppo Bros di trasformare idee in creazioni dal design unico e originale, dedicate ad un consumatore non convenzionale.



PIANEGLONDA
Ha mantenuto
la propria identità,
combinando
tradizione e un design
contemporaneo

**NEVER
STOP
DREAMING.**



Scansiona il QR Code
per scoprire tutte le novità LAGO



LAGO

Maglieria d'eccellenza

Mauro Borgini, titolare della Borgini Jersey, ci accompagna attraverso la storia dell'azienda di famiglia, oggi alla terza generazione, che ha fatto dei tessuti di altissima qualità il proprio marchio e la propria inesauribile passione

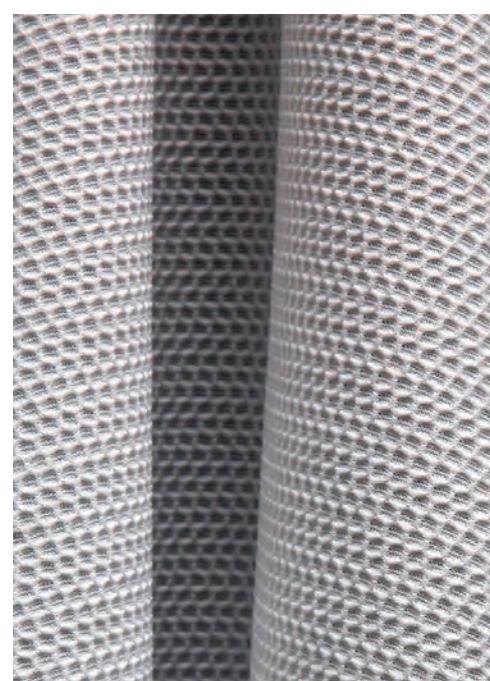
Borgini Jersey è una realtà storica del panorama tessile italiano, specializzata nella produzione di tessuti a maglia di alta qualità. Fondata nel 1973 a Como, in una delle aree più innovative e importanti del settore tessile italiano ed europeo, l'azienda ha saputo evolversi nel tempo, diventando un punto di riferimento per il settore grazie alla sua attenzione ai dettagli, alla ricerca della perfezione e alla capacità di adattarsi alle esigenze di un mercato sempre più globale e competitivo.

«Siamo nati con la produzione di greggi per convertire, spostandoci poi verso la produzione di greggi per stampa e tinta unita pur rimanendo all'interno dello stesso mercato – racconta il titolare, Mauro Borgini -. Alla fine degli anni 80 abbiamo deciso di differenziarci rispetto alla concorrenza focalizzando la produzione sui prodotti sintetici, in particolare il poliestere. Grazie alla combinazione tra conoscenza del settore dell'abbigliamento e nuove richieste di tessuti tecnici, nacquero tipologie di prodotti all'avanguardia che si diffusero rapidamente nell'intero mercato globale. Oggi, noi



Borgini Jersey ha sede a Cassina Rizzardi (Co) www.borgini.it

facciamo ricerca di prodotti che siano utili al quotidiano sia nell'ambito tecnico-sportivo, in cui siamo azienda di riferimento, sia nell'ambito della collezione beachwear e della nuova fashion». Scopo dell'azienda è dare al cliente finale, cioè l'uomo e la donna di tutti i giorni, un prodotto che possa indossare quotidianamente, tanto per andare in ufficio quanto per andare in bicicletta o passeggiare. «La nostra è una ricerca di un prodotto funzionale, che abbia caratteristiche precise – spiega Borgini -. Si tende molto a cercare prodotti innovativi, durevoli, che abbiano basso impatto ambientale, ma che siano anche industrializzabili. La nostra azienda, che non ha mai smesso di fare ricerca, è tornata anche alle origini, a quel mondo del fashion da cui prese spunto mio padre: Borgini è oggi



più essenziali, con tessuti sintetici, ecosostenibili e funzionali per l'uso quotidiano, per una moda che sia vestibile, confortevole, per tutti i giorni ma anche di facile manutenzione e che sia durevole, molto lontana dal prodotto usa e getta».

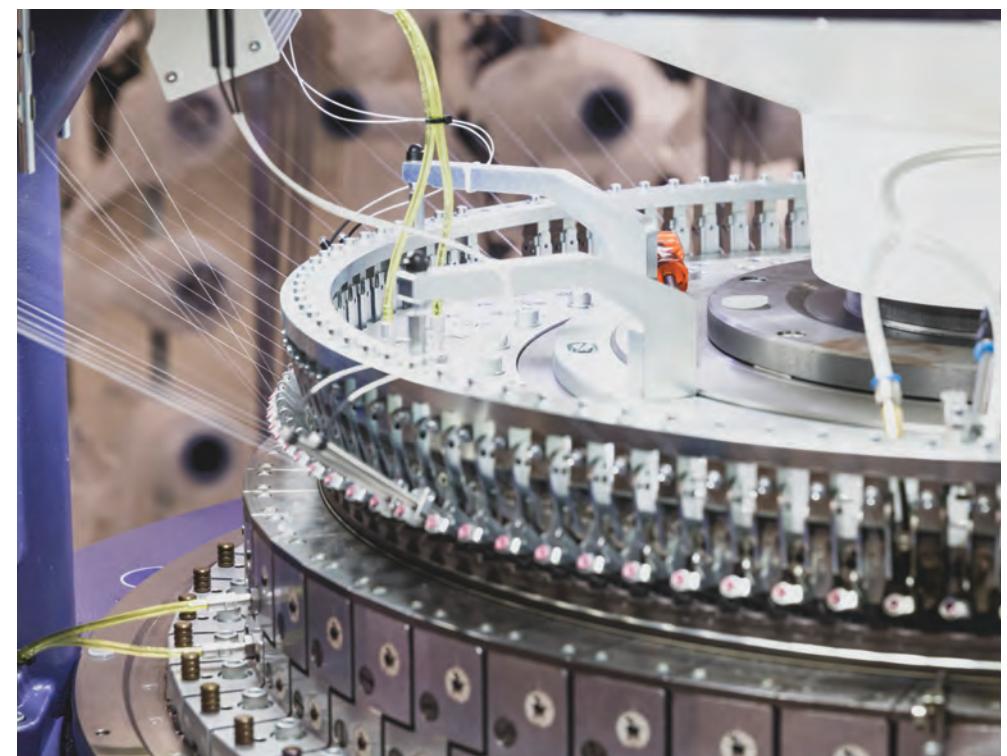
La filosofia Borgini trova apprezzamento in tutto il mondo, tanto che metà del suo mercato è l'Italia e l'altra all'estero, in particolare Europa e USA. «Abbiamo consolidato nel corso degli anni una solida reputazione a livello internazionale, con una clientela che spazia dalle boutique di alta moda, in cui Fashion Jersey ha una quota maggioritaria, ai grandi retailer del mondo tecnico-sportivo e dell'athleisure. La versatilità dei nostri prodotti, che spaziano dalle collezioni più casual a quelle più sofisticate, ci ha permesso di trovare spazio anche fuori dai confini, diventando simbolo dell'eleganza e del buon gusto italiani. Abbiamo rafforzato la nostra presenza in paesi come Stati Uniti, Cina, Corea e diversi Stati dell'Unione europea, dove il made in Italy è sinonimo di qualità e stile».

TECNOLOGIE ALL'AVANGUARDIA

Fin dalla nascita, l'obiettivo della Borgini Jersey è fornire prodotti innovativi con un elevato standard qualitativo in ottemperanza ai principi internazionali: questa visione fu resa concretamente possibile

UN'AMPIA PROPOSTA

La versatilità dei nostri prodotti, che spaziano dalle collezioni più casual a quelle più sofisticate, ci ha permesso di trovare spazio anche fuori dai confini, diventando simbolo dell'eleganza e del buon gusto italiani



I tessuti Borgini

«La nostra forza – aggiunge Borgini – è la costante innovazione e la differenziazione esclusiva del prodotto. A tal fine vantiamo un parco macchine all'avanguardia e in continua evoluzione, in cui a oggi sono presenti più di settanta telai compresi jacquard fini. La collezione di tessuti ricopre diversi settori dell'abbigliamento, dallo sportivo alla moda, dal mare all'intimo. Operiamo nella realizzazione di tessuti principalmente sintetici, ponendo particolare attenzione al poliestere e alla poliammide. Non mancano tuttavia all'interno della nostra collezione anche articoli realizzati con filati differenti quali lana, cotone, micromodal, oltre alla possibilità di valorizzare i tessuti con fibre nobili o particolari quali Carbonio, argento, poliestere e poliammide bioceramici, oltre a finissaggi idrorepellenti, antibatterici e rinfrescanti».

I MATERIALI

Produciamo tessuti a maglia utilizzando solo filati attentamente selezionati, con un focus particolare sulle fibre sintetiche, comprese le riciclate e le rinnovabili, ma anche quelle artificiali e naturali quali il micromodal, la lana merino e i cotoni fini



grazie alla passione e alla sinergia sviluppata all'interno dell'azienda, sia per la parte tecnica/produttiva, sia per il personale commerciale. «L'azienda ha le sue radici nella tradizione artigianale, ma ha saputo evolvere attraverso l'adozione di tecnologie all'avanguardia. Produciamo tessuti a maglia utilizzando solo filati attentamente selezionati, con un focus particolare sulle fibre sintetiche, comprese le riciclate e le rinnovabili, ma anche quelle artificiali e naturali quali il micromodal, la lana merino e i cotoni fini. L'uso di macchinari sempre più innovativi consente di ottenere tessuti che permettono di realizzare capi di abbigliamento che si distinguono per la morbidezza, la resistenza e il comfort all'interno. Ogni fase della produzione, dalla selezione delle materie prime alla lavorazione, è supervisionata da personale esperto in grado di garantire un prodotto finale di altissima qualità. Possiamo sicuramente dire che la nostra ricerca è divisa su due strade parallele: la prima è sentire l'esigenza del mercato; la seconda è l'attenzione a quello che offre a noi il mercato, cioè tutte le innovazioni in termini di macchinari, materie prime, finissaggi e applicazioni speciali. Abbiamo un gruppo di persone dedicato a captare questi segnali, all'interno della nostra squadra di circa sessanta dipendenti. Nel corso del nuovo millennio, il focus aziendale è stata l'adozione di macchine con finezza sempre più elevata passando dalle tradizionali "28" alle attuali "44" e "50", passaggio che rappresenta una delle principali leve per il

miglioramento della qualità dei tessuti e del comfort degli stessi. La "finezza" in questo contesto si riferisce alla capacità di un macchinario tessile di produrre tessuti sempre più sottili, leggeri e con una densità maggiore di punti o fili. Lo sviluppo dei prodotti nasce da un incontro tra creatività, conoscenza tecnica ed esperienza acquisita: questi fattori rendono fondamentale il personale e i dipendenti dell'azienda, vero valore aggiunto in grado di differenziarci dai diretti concorrenti». Nonostante la solida base tradizionale, Borgini Jersey ha posto grande attenzione anche all'innovazione.

SOSTENIBILITÀ

L'azienda ha investito in ricerca e sviluppo per creare collezioni che rispondono alle tendenze più recenti, senza mai perdere di vista la sostenibilità. «È chiaro che oggi la sostenibilità è una chiave di ingresso senza la quale non si può entrare sul mercato, per cui noi abbiamo tutte le certificazioni del caso. L'adozione di processi produttivi a basso impatto ambientale è diventata una priorità: dalle tecniche di tintura a basso consumo energetico all'utilizzo di filati riciclati. Abbiamo scelto di abbracciare pratiche sostenibili, consapevoli dell'importanza di ridurre l'impatto della produzione sull'ambiente. In quest'ottica l'azienda, oltre ad aver installato un importante impianto fotovoltaico da 500 Mw, garantisce l'acquisto per la produzione durante le ore notturne di energia derivante solo da fonti rinnovabili. Stiamo lavorando a

un progetto di economia circolare con un produttore di materie prime asiatico, per trasformare i capi in poliestere ed elastomero da scarto a nuova materia prima, nell'ottica di riciclo e riuso che sono ormai imperativi per una moda sostenibile. Tutto quello che fa parte dell'ecosostenibilità è un must per essere sul mercato ma anche per fare il nostro lavoro al meglio. Per questo siamo anche molto fieri delle nostre certificazioni. Il rating Esg - environmental, social, governance - si è affermato come uno strumento fondamentale per valutare e comunicare l'impegno di aziende, enti e organizzazioni verso pratiche responsabili e sostenibili. In Borgini Jersey crediamo fermamente che la trasparenza sia un valore fondamentale per costruire fiducia e generare un impatto positivo. Per questo motivo abbiamo deciso di pubblicare il nostro rating Esg, condividendo apertamente i risultati delle nostre azioni. Non è solo una valutazione numerica, ma uno specchio del nostro impegno per un futuro migliore. Pubblicarlo rappresenta per noi un atto di responsabilità e un'opportunità per comunicare il nostro progresso. Questo passaggio riflette il nostro desiderio di migliorare continuamente, di confrontarci con i migliori standard internazionali e di essere un esempio di come le aziende possono contribuire attivamente al

raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile. È una scelta consapevole: crediamo che la sostenibilità non sia solo una strategia aziendale, ma una missione collettiva. Siamo orgogliosi di condividere i risultati del nostro lavoro, consapevoli che solo con trasparenza e collaborazione possiamo affrontare le sfide globali e creare valore duraturo per l'ambiente, la società e le future generazioni».

UNO SGUARDO AL FUTURO

Guardando al futuro, Borgini Jersey punta a espandere ulteriormente la sua offerta, continuando a investire in tecnologia, formazione e ricerca. La sfida sarà quella di mantenere alto il livello di qualità, pur affrontando il mercato globale e le continue evoluzioni delle richieste dei consumatori. Il tutto continuando una tradizione familiare che è il cuore del suo lavoro. «Oggi siamo alla terza generazione Borgini: mio padre l'ha fondata, io la dirigo e mia figlia è già operativa in azienda. La nostra storia si fonda sulla curiosità, perché sia io che mia figlia veniamo da studi diversi rispetto alla materia della nostra impresa, ma entrambi ci siamo incuriositi entrando in azienda, conoscendo il lavoro sul campo e decidendo di portare avanti questa strada per passione».

• Elena Bonaccorso



Elevati standard qualitativi

Borgini Jersey valuta e monitora attentamente il metodo attraverso il quale avviene la propria attività produttiva, cercando di garantire un ambiente di lavoro sicuro, in grado di tutelare i propri dipendenti. Lo stesso sentimento si trasmette, in termini di qualità, sul materiale prodotto, mediante test e analisi di laboratorio chimiche e fisiche sui tessuti e controllo visivo-qualitativo in specola e nel rispetto di certificazioni valide a livello internazionale. Segue e rispetta il regolamento europeo Reach n. 1907/2006 inerente alla limitazione sull'uso delle sostanze chimiche; è certificata Oeko-Tex Standard 100 da oltre vent'anni ed è collocata in Classe I, ovvero i tessuti prodotti possono essere utilizzati anche per la produzione di abbigliamento per bambini. In merito al panorama dell'ecosostenibile e al mondo del riciclato, è certificata da Global Recycled System insieme ai suoi fornitori per la produzione di tessuti in poliestere o poliammide riciclato.

Imballi per ogni esigenza

Vasta è la produzione di Sifa spa, che spazia tra scatole americane, scatole porta pizza, scatole per e-commerce e cartotecnica. L'azienda si conferma leader nel settore del packaging e un solido partner dei propri clienti con soluzioni personalizzate di alta qualità

Nell'imballaggio è fondamentale la protezione della merce, così come altrettanto importante è il ruolo che riveste il packaging per catturare l'attenzione del consumatore. In particolare, il cartone ondulato si conferma essere il materiale più adatto proprio per le molteplici possibilità di stampa e personalizzazione che offre e anche per l'impatto positivo nei confronti del consumatore, che ne percepisce i valori di naturalità e sostenibilità. Non a caso, è il materiale principale di cui si serve Sifa, azienda nata nel 1968 con i fratelli Trasarti a Francavilla d'Ete, in provincia di Fermo. Oggi produce oltre 180 milioni di metri quadri di cartone ondulato all'anno, nei quattro stabilimenti situati nel centro Italia. Questa produzione è trasformata in quattro categorie merceologiche differenti: fogli, scatole per pizza, prodotti in cartotecnica e imballi secondari.

«Scatole americane, scatole porta pizza, scatole per e-commerce: nella grande produzione Sifa c'è posto per tantissime tipologie di packaging. La consapevolezza che il packaging riveste un ruolo cruciale nell'attirare i consumatori verso un prodotto piuttosto che un altro, ha fatto sì che Sifa Spa investisse negli anni nella formazione di un team di esperti in grado di accompagnare i nostri clienti nella progettazione e realizzazione di packaging innovativi e customizzati», spiega Luigi Trasarti, titolare di Sifa.

Le aziende che scelgono Sifa Spa come proprio partner hanno la possibilità di soddisfare le proprie esigenze e aspettative grazie a un'ampia gamma di soluzioni cartotecniche personalizzate. Giornalmente sono realizzate scatole automontanti, espositori, vassoi e vaschette, tutte con la possibilità di stampa flessografica ad alta definizione. La consapevolezza etica verso l'ambiente e la spinta a proporre ai clienti soluzioni innovative sono gli stimoli quotidiani che pervadono tutta l'organizzazione.

«Ogni giorno ci impegniamo a essere i partner preferiti dei nostri clienti grazie alla passione per l'ambiente, per la carta e per le persone con le quali realizziamo prodotti sempre più innovativi, ecocompatibili e servizi personalizzati, al fine di contribuire al miglioramento della vita delle persone e dell'ambiente. Ogni prodotto è concepito già in fase di progettazione con l'intento di ridurre al minimo l'impatto ambientale, sia in termini di utilizzo di carta in fibra vergine, predili-



Sifa spa ha sede a Francavilla d'Ete (Fm)
www.sifaspaeu

gendo carte provenienti dal riciclo, che di volume occupato in sede di trasporto, minimizzando la CO₂ immessa in atmosfera, portando grandi benefici sia alla comunità del nostro territorio che ai nostri clienti. Siamo particolarmente concentrati sul Carbon Footprint, sulla mappatura dei flussi energetici che ci dà le informazioni necessarie sulle aree su cui dobbiamo intervenire, sull'utilizzo di carte certificate FSC e sul riciclo al 100 per cento delle carte da macero che vengono rimesse sul mercato come materia prima».

A dimostrazione del suo grande impegno per la sostenibilità, Sifa ha ottenuto il badge EcoVadis Committed rilasciato da EcoVadis Italia. Sifa Spa, attraverso il suo R&D interno e in stretta collaborazione con diverse università, gestisce quotidianamente specifici progetti di ricerca in grado di sviluppare dalla piccola innovazione di prodotto alla più importante invenzione tutelata da brevetto.

«Fiore all'occhiello dell'azienda sono le scatole porta pizza, in particolare la "Pizza che respira", una nuova scatola innovativa che permette alla pizza una leggera areazione dalla base, facendola rimanere croccante anche dopo parecchio tempo, mantenendo inalterate le sue capacità organolettiche. È stata tolta dalla parte interna la carta liscia dove normalmente viene appoggiata la pizza

porta pizza personalizzate, stampate su carta destinata ad uso alimentare». Sifa realizza anche scatole automontanti in cartone kbskb idonee per il trasporto diretto di alimenti caldi e freddi, in particolare modo fritto, panini, brioche. Vassoi in cartone bianco per alimenti, ideale per il trasporto di scatole pizza, pasta fresca, pasticceria e prodotti da forno. Inoltre offre anche soluzioni personalizzate per i packaging di frutta e verdura, garantendo una progettazione su misura che preserva la qualità dei prodotti. «Studiate per garantire la massima conformità al processo produttivo dei clienti dei più svariati settori industriali compreso l'alimentare, Sifa realizza scatole americane tradizionali adattabili perfettamente alle dimensioni specifiche di ogni prodotto, così da garantire la massima protezione durante il trasporto. L'azienda, per rimanere al passo con i tempi, sta abbracciando anche il settore dell'e-commerce, realizzando scatole robuste che, grazie all'applicazione di una o due bande biadesive, garantiscono che i prodotti contenuti non si danneggino durante il trasporto e che non vengano manomessi o sottratti».

• **Bianca Raimondi**



SICUREZZA ALIMENTARE

La normativa italiana e comunitaria sui materiali e oggetti destinati al contatto con alimenti (Moca) è posta dal legislatore a tutela dei consumatori. Da sempre Sifa persegue la politica della piena adesione al dettato normativo al fine di garantire la totale sicurezza alimentare. Tutti i clienti Sifa possono richiedere la dichiarazione di conformità dei prodotti a loro forniti per il confezionamento di alimenti. La sicurezza alimentare è una priorità assoluta. Per questo l'utilizzo del 100 per cento di fibra vergine per tutte le carte componenti l'ondulato destinato a venire a diretto contatto con alimenti è attestato dall'apposito logo visibile in tutto il packaging alimentare Sifa.

SOSTENIBILITÀ

Ogni prodotto è concepito con l'intento di ridurre al minimo l'impatto ambientale, prediligendo carte provenienti dal riciclo e minimizzando la CO₂ attraverso ridotti volumi in fase di trasporto



HAI UN ALBERGO, UN RISTORANTE O UNA CAFFETTERIA?

**OFFRI UN CAFFÈ DI QUALITÀ AI TUOI CLIENTI
CON LE NOSTRE SOLUZIONI PER LA TUA ATTIVITÀ**



SCANNERIZZA IL QR CODE

e scopri le soluzioni **Nespresso** personalizzate oppure chiama
il nostro Numero Verde 800.20.56.62 disponibile 24/7

NESPRESSO

Accompagnare il talento

Le caratteristiche del mercato del lavoro italiano richiedono risposte sempre più specializzate da parte della consulenza hr. L'approccio e l'esperienza del Gruppo Randstad in Italia nelle parole del Group ceo Marco Ceresa

I Gruppo Randstad in Italia, che nel 2024 ha compiuto 25 anni di attività, affianca talenti e aziende nell'individuare le migliori opportunità e soluzioni professionali attraverso servizi di ricerca e selezione, avvio al lavoro, formazione e consulenza hr. «La nostra nuova struttura in quattro divisioni specializzate Randstad- Operational, Professional, Digital ed Enterprise- rappresenta la più recente e ulteriore evoluzione del nostro Dna di talent company, consentendoci di proporre risposte sempre più mirate alle specifiche esigenze dei diversi settori attraverso team di consulenti specializzati», spiega Marco Ceresa, Group ceo di Randstad in Italia.

L'Italia è uno dei paesi europei in cui è più grave il mismatch nell'industria manifatturiera. Quali sono le ragioni alla base del fenomeno?

«Quello del mismatch, ovvero l'incongruenza tra i volumi di domanda e offerta, è un trend consolidato nell'attuale mondo del lavoro, anche a livello nazionale che caratterizza in particolar modo i settori in forte crescita, tra i quali l'Ict e il comparto scientifico-tecnologico e ingegneristico. In questi ambiti, sono sempre più necessari professionisti altamente specializzati e pronti a un aggiornamento continuo sulla base delle esigenze di un mercato in costante evoluzione. Tra le principali cause del fenomeno, come confermano tutte le ricerche statistiche, possiamo certamente menzionare il calo demografico, che influenza in modo immediato l'andamento occupazionale: è maggiore il numero di persone che si avviano a uscire dal mondo del lavoro rispetto a coloro che sono pronti a entrarvi. Un secondo fattore



L'ITS TECH TALENT FACTORY

È una scuola di alta formazione terziaria con percorsi biennali post diploma nell'ambito delle “Tecnologie della Comunicazione e dell'Informazione” per promuovere lo sviluppo di competenze specialistiche nel settore tecnologico

ad alimentare questo scenario è riconducibile a un fenomeno parallelo e complementare: quello dello skill mismatch, ovvero un gap tra le competenze possedute dai talenti e quelle effettivamente richieste dai vari settori del mercato. Sempre più spesso, infatti, le organizzazioni affrontano la ricerca e l'individuazione delle giuste risorse, in grado di rispondere ai loro bisogni di business, come una sfida».

Con quali misure si reagisce a questo scenario?

Marco Ceresa, Group ceo di Randstad in Italia

«Per contribuire ad agevolare una maggiore corrispondenza tra domanda e offerta, è sicuramente fondamentale, per ogni azienda, riuscire a costruire efficaci strategie di talent retention e upskilling, così da poter valorizzare e adoperare, in prima istanza, le proprie competenze interne. Resta al contempo importante diversificare le offerte formative disponibili, disegnando nuovi e mirati percorsi sulla base delle effettive richieste dell'attuale panorama occupazionale e produttivo».

Quali sono le principali sfide oggi nell'accompagnare il viaggio del talento, dalla formazione all'aggiornamento professionale fino al suo trattenimento in azienda?

«L'attuale mercato del lavoro italiano continua a confrontarsi con un'evoluzione delle necessità e delle aspettative delle persone, che esprimono sempre di più un rafforzato bisogno di costruire un solido senso di appartenenza all'interno di un'organizzazione. Pertanto, oggi, accompagnare i talenti nel loro viaggio professionale significa essere in grado di instaurare con loro un rapporto di ascolto e comprensione dalla primissima interazione, proponendo le più giuste opportunità per un percorso di carriera realmente gratificante. I passaggi fondamentali sono: una corretta individuazione

dei loro punti di forza, degli ambiti di miglioramento e maggiore spendibilità, oltre alla proposta di adeguati percorsi di sviluppo delle competenze. Un esempio concreto di come avviciniamo nuovi talenti al mondo del lavoro, accompagnandoli in un percorso di sviluppo professionale, è quello dell'Its Tech Talent Factory».

La Fondazione Its Academy Tech Talent Factory, di cui Randstad è socio fondatore insieme a un importante network di aziende ed enti, ha avviato dal 2016 l'Its. Qual è il bilancio?

«L'Its Tech Talent Factory è una scuola di alta formazione terziaria con percorsi biennali post diploma nell'ambito delle “Tecnologie della Comunicazione e dell'Informazione” (Area 6) per promuovere lo sviluppo di competenze specialistiche nel settore tecnologico (Ict). Per l'anno formativo 2024/2025, ha avviato 10 corsi al primo anno e 7 al secondo anno, per un totale di 426 studenti attivi, a cui si aggiungono ulteriori 3 percorsi Ifts. Sono stati diplomati 118 ragazzi e ragazze nel 2024, per un tasso di occupazione pari al 92 per cento al termine del percorso. Fondamentale, per il buon esito sia formativo che occupazionale, è l'apporto delle imprese: 238 sono le aziende partner che collaborano con la Fondazione, sia attraverso la formazione erogata dai propri docenti e professionisti, sia accogliendo gli studenti in tirocinio al fine di integrare il proprio percorso con l'esperienza formativa svolta all'interno del contesto aziendale».

Guardando al 2025, quali saranno i profili più richiesti?

«Il nostro osservatorio conferma un mercato del lavoro locale che resta attivo per i settori più tradizionali dell'edilizia e delle costruzioni, oggi focalizzati su sostenibilità e digitalizzazione, con successiva crescente richiesta di tecnici sempre più specializzati, e dell'healthcare, che con il forte impatto della digitalizzazione- si pensi alla telemedicina o alla salute digitale- è già uno dei compatti che assiste maggiormente alla nascita di nuovi profili professionali. Restano solidi anche i settori della metalmeccanica e dell'industria tecnica, con nuove richieste legate alle competenze dell'automazione. Allo stesso tempo, assistiamo a un crescente sviluppo del panorama digitale, con una richiesta sempre maggiore di figure professionali specializzate in tecnologie innovative. Dallo sviluppatore di software, fino al cloud engineer e all'Ai developer, la ricerca e l'inserimento di nuovi talenti in ambito tech rappresenta, oggi, una priorità e una sfida per molte aziende».

• Francesca Drudi



L'information technology che verrà

«Oggi i dati sono fra i beni più preziosi per un'azienda, più di quanto le stesse aziende a volte si rendano conto». Con Loris Ricchetti parliamo di infrastrutture di rete e della portata che queste hanno sull'efficienza produttiva

In un mondo sempre più digitalizzato, le aziende di ogni settore si trovano ad affrontare sfide sempre più complesse in termini di gestione e sicurezza dei propri sistemi informatici. Per questo motivo, è fondamentale garantire l'efficienza operativa, da un lato, e proteggere i dati aziendali da minacce esterne, dall'altro. Per comprendere meglio l'importanza delle infrastrutture di rete, facciamo leva sull'esperienza trentennale di Loris Ricchetti nel campo. Il titolare della reggiana Novamens Consulting Srl, società di consulenza e system integrator per il mondo B2B ed enterprise, da dieci anni si pone l'obiettivo di aiutare le aziende a usare la tecnologia in modo efficace e sicuro, grazie a un team di professionisti. «Oggi i dati sono fra i beni più preziosi per un'azienda, più di quanto le stesse imprese a volte si rendano conto – dice Ricchetti –. Il nostro obiettivo è quello di permettere ai clienti di usare i loro dati in modo efficiente per produrre maggior valore. La rete dev'essere performante, sicura, sempre disponibile, veloce. In questo modo garantisce una comunicazione interna senza problemi. Se le persone che lavorano in un'azienda hanno una rete di questo tipo, soprattutto senza 'fermi', producono di più e meglio».

Partiamo dall'esempio della vostra attività: di che cosa vi occupate nello specifico?

«La nostra azienda di consulenza informatica è specializzata in networking, cybersecurity e gestione sistemistica, offrendo soluzioni personalizzate per rispondere alle esigenze di business di ogni cliente. In altre parole, ci occupiamo di infrastrutture di rete, cioè



Loris Ricchetti, titolare della Novamens Consulting Srl, con sede a Reggio Emilia
www.novamens.eu

quello che serve a far comunicare i dispositivi fra di loro. E, in particolare, lavoriamo per aziende di grandi dimensioni, che presentano esigenze di reti molto articolate e complesse. Forniamo consulenza per la progettazione e l'implementazione di reti aziendali sicure e scalabili, dalla scelta dell'infrastruttura hardware più adatta alla configurazione dei software di gestione. Bisogna considerare, in questo senso, che il networking è il cuore pulsante di qualsiasi organizzazione moderna: una rete efficiente permette alle aziende di operare in modo fluido e migliora l'accesso alle informazioni».

Che ruolo ricopre in questo ambito la cybersecurity?

«La cybersecurity dovrebbe essere una delle principali preoccupazioni per le aziende e il nostro lavoro è anche quello di sensibilizzare i clienti su queste nuove tematiche. Minacce come ransomware, attacchi DDoS, phishing e violazioni dei dati sono sempre più comuni e sofisticate. La nostra consulenza si concentra sulla protezione delle risorse digitali attraverso soluzioni avanzate, come per esempio i sistemi di sicurezza perimetrali, per monitorare, prevenire e rispondere agli incidenti di sicurezza. Gli ambiti citati in precedenza devono lavorare all'unisono. Per garantire la massima efficienza, è dunque essenziale avere un'infrastruttura It che funzioni in modo fluido e priva di interruzioni.



UNA RETE PERFORMANTE ED EFFICIENTE

Se le persone che lavorano in un'azienda hanno una rete di questo tipo, soprattutto senza 'fermi', producono di più e meglio

Offriamo soluzioni di consulenza sistemistica per ottimizzare e gestire server, data center e sistemi di archiviazione. In questo modo le aziende saranno sempre pronte a rispondere alle esigenze del mercato, con sistemi robusti e sicuri».

Come riassumerebbe i vostri punti di forza?

«Il nostro team è composto da esperti con anni di esperienza nel settore It, pronti ad affrontare le sfide più complesse. Ogni azienda è unica e necessita di soluzioni su misura. Lavoriamo a stretto contatto con i nostri clienti per creare piani strategici che soddisfano le loro esigenze specifiche. Non ci limitiamo a risolvere problemi, ma lavoriamo preventivamente per evitare che si verifichino, garantendo un servizio continuo e senza interruzioni. 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 enterprise di grandi dimensioni. Essendo però il nostro ambito applicabile a qualsiasi settore, abbiamo una clientela molto varia spaziando da aziende della grande distribuzione alimentare e logistica ad aziende pubbliche in ambito sanitario con migliaia di dipendenti e, quindi, con una complessità di sistemi molto elevata. Inoltre, ci siamo occupati di importanti realtà museali italiane e abbiamo fatto consulenza in ambito sportivo. Le possibilità che la tecnologia ci mette a disposizione consentono ai nostri esperti di operare su molti settori produttivi e del commercio, acquisendo conoscenze sempre più diversificate. Queste diversità consentono in seguito di avere approcci sempre più critici per affrontare i problemi specifici di ogni cliente in modo innovativo, proponendo però sempre soluzioni calibrate sulla reale esigenza e dimensione delle aziende».

• **Renato Ferretti**



I NUOVI STANDARD DEL WIFI

«Dalle aziende alle nostre case il mondo è sempre più connesso attraverso la propagazione di reti wireless – afferma Loris Ricchetti, alla guida della Novamens Consulting Srl –. Certo, con l'avvento delle ultime tecnologie per le reti mobili e piani commerciali più attrattivi, non siamo più alla ricerca spasmodica di una rete wireless quando ci spostiamo. Tuttavia, per i professionisti e per le imprese l'utilizzo delle reti wifi è all'ordine del giorno e i dispositivi connessi superano spesso di gran lunga i dispositivi cablati. A queste esigenze ha risposto l'evoluzione tecnologica degli ultimi anni: basti pensare che negli ultimi 10 anni siamo passati da standard quali wifi 5 e wifi 6 al recente wifi 7 e si sta già parlando di wifi 8! Nuovi standard permettono maggiore efficienza, velocità di comunicazione, affidabilità e sicurezza. Eppure, riscontriamo spesso che la realtà delle nostre aziende è ben lontana dalle opportunità della tecnologia disponibile. È nostro compito, quindi, rendere le persone consapevoli del mezzo tecnologico di cui hanno bisogno e arrivare a un vero e proprio processo di rinnovo tecnologico e, al tempo stesso culturale».

Il restauro come riscoperta

Punto di riferimento per il restauro di beni monumentali, artistici e architettonici dal 1972, Studio Restauri Formica si occupa con serietà e passione della conservazione e del recupero di beni vincolati, opere d'arte e beni architettonici privati e pubblici

I patrimonio culturale italiano è una ricchezza inestimabile che rappresenta l'eredità storica e artistica del Paese: un tesoro nazionale che merita di essere preservato e valorizzato per le generazioni future, nella consapevolezza che la sua conservazione è una sfida che richiede un impegno costante da parte di istituzioni, comunità locali e cittadini. Ed è proprio in questo contesto che si sviluppa l'amore e l'interesse per il restauro di Patrizia Buratti, caposaldo dello Studio Restauri Formica, ben conosciuto e apprezzato in tutto il territorio lombardo. Dal 1972 Studio Restauri Formica si occupa di conservazione di opere d'arte e di beni architettonici: questa impostazione richiede la capacità di individuare le cause di degrado e le modalità di intervento più efficaci per la conservazione di materiali molto diversi (pietra, mattoni, metalli) e soprattutto di saper fare fronte alla sfida delle opere d'arte contemporanea che usa materiali differenti da quelli tradizionali e spesso poco durevoli. I metodi d'intervento derivano da una solida base teorica e da una vasta



Ago filo e nodo di C. Oldenburg

esperienza pratica, appresa da un'approfondita formazione accademica e dall'esperienza maturata a fianco di grandi professionisti e a contatto di opere prestigiose. È costante la collaborazione con enti di ricerca per le indagini e l'applicazione delle tecnologie più avanzate, nella consapevolezza che solo da una stretta correlazione tra la profonda conoscenza delle caratteristiche

Studio Restauri Formica ha sede a Milano
www.restauriformica.com

dei materiali e la scelta dei criteri di intervento può nascere un operare sui beni culturali rispettoso della loro natura e della loro storia. «La scelta di fondo in ogni intervento è l'approfondita conoscenza dell'intenzionalità dell'autore, dei materiali impiegati e delle cause di degrado per individuare le modalità di intervento. Per questo approccio è sempre stata data grande importanza alle partnership con gli istituti di ricerca per individuare e sperimentare nuovi materiali che consentano interventi più efficaci e rispettosi dell'ambiente - spiega la responsabile del laboratorio Patrizia Buratti -. Deriva da qui l'accordo di collaborazione dal 2014 con il Consorzio Interuniversitario per lo Sviluppo dei sistemi di grande interfase (Csgi) presso il Dipartimento di Chimica "Ugo Schiff" - Università degli Studi di Firenze, con cui sono stati testati prodotti che hanno rivoluzionato gli interventi di restauro: l'utilizzo delle nanoparticelle di calcio per il consolidamento della pietra e l'impiego di idrogel della serie Nanorestore® Gel Dry e Nanorestore Cleaning® che ci hanno consentito di intervenire su superfici alterate da vecchi interventi con materiali che nel tempo avevano subito viraggi cromatici e degrado delle superfici originali».

Le prime prove furono eseguite su un affresco strappato e rimontato su tela,

raffigurante Cristo Pantocratore, conservato nella chiesa di San Cristoforo a Milano. Patrizia Buratti sottolinea anche l'importanza del costante rapporto con la professoressa Marrocchi del Dipartimento di chimica, biologia e biotecnologia dell'Università di Perugia che ha studiato e messo a punto il fosfocitrato che consente di rimuovere in maniera efficace le efflorescenze saline. «La prima collaborazione avvenne nel 2015 quando per un anno la soluzione di fosfocitrato fu utilizzata per una prova di dissalazione sulla muratura paleocristiana nella Basilica di San Nazaro in Brolo a Milano: i risultati furono presentati, dalla professoressa Marrocchi, dalla dottoressa Fedeli e da Castoldi per Studio Restauri Formica al Salone Internazionale del Restauro di Ferrara nel 2016. Di grande interesse l'intervento in corso sulla volta dalla cappella di San Giovanni nel Santuario di Rho dove monocromi ottocenteschi furono eseguiti con un legante estremamente sensibile all'acqua; per l'eliminazione delle efflorescenze su queste aree fosfocitrato è stato appositamente formulato in solvente e ha evitato interazioni con le stesure pittoriche».

Il fortunato recupero di lacerti di affreschi, testimonianza della decorazione seicentesca del chiostro dorico dell'attuale sede dell'Università Cattolica ha offerto l'opportunità di eseguire un intervento di restauro che ha ridato leggibilità alle superfici decorate, ma anche di impostare il progetto per una nuova sistemazione delle tele. L'intervento è stato presentato al congresso Stacchi e Strappi di Dipinti Murali a Trento novembre 2024 ed è in corso di pubblicazione.

«L'arte contemporanea richiede modalità di intervento che si adeguino ai materiali e alle modalità di esecuzione che, molto spesso, si discostano dalle pratiche artistiche tradizionali. Un interessante esempio è l'opera di Enrico Castellani Superficie bianca (1966), conservata all'Ambasciata italiana di Tokio. Il restauro di Ago, filo e nodo, di Claes Oldenburg e Coosje Van Bruggen in Piazza Cadorna a Milano ha rappresentato un'occasione di grande interesse ed impegno perché si doveva operare sulla vetroresina policromata che non ha una storia d'uso paragonabile a quella dei materiali tradizionali. L'intervento è stato realizzato in stretto contatto con l'artista che ha accettato le modalità di pulitura, integrazione delle fessurazioni del vetroresina e di ripresa delle stesure di colore per ripristinare l'aspetto di cromia satura e lucida, scelto dagli artisti come caratteristica dell'opera».

• Guido Anselmi



Superficie bianca di Enrico Castellani

IL MODUS OPERANDI

Tutti i progetti di Studio Restauri Formica sono redatti da un coordinamento di architetti e restauratori per garantire la massima competenza in ogni ambito dell'intervento. La progettazione dei restauri avviene sulla base della ricerca d'archivio, di un'attenta osservazione e conoscenza delle caratteristiche materiche e strutturali, accompagnata, se necessario, da indagini diagnostiche, affidate a importanti centri di ricerca. Il risultato di questo studio preliminare - insieme alle informazioni sull'uso nel tempo dell'edificio - costituisce la fondamentale base di partenza per la progettazione dei lavori per il riuso dell'edificio, in armonia con le richieste del cliente e le esigenze di tutela della competente So-printendenza.

UN ATTENTO STUDIO PRELIMINARE

La scelta di fondo in ogni intervento è l'approfondita conoscenza dell'intenzionalità dell'autore, dei materiali impiegati e delle cause di degrado per individuare le modalità di intervento

►FLAMINIA.



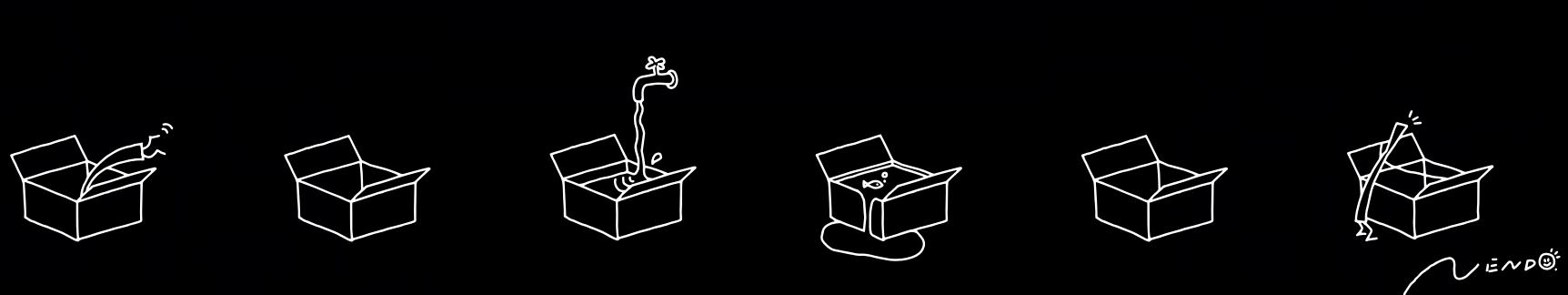
► FLAMINIA.

Everyone experiences “the thrill of opening a box”

Whether it be a gift from a loved one or an order you’ve been waiting to arrive.

It is a moment of anticipation.

Neither fully closed nor open, the basin captures the exact moment of “unboxing.”



L'innovazione? Una lotta costante

Pioniera del compostaggio, Tiziana Vona racconta la sua esperienza da imprenditrice insieme a Giuseppe Papaleo, in un settore che oggi offre opportunità e strumenti all'avanguardia. «Il compost per l'uso sostenibile delle risorse»

Essere i primi, aprire una strada innovativa in grado di portare vantaggi a un'intera comunità è motivo di orgoglio. Ma spesso anche di duro impegno, soprattutto quando si tratta di affermare idee vincenti». A dirlo è Tiziana Vona, alla guida insieme a Giuseppe Papaleo della Self Garden, azienda di Aprilia (Lt) leader nella produzione e commercializzazione di terricci fertilizzanti per piante e giardini. La storia e il presente di questa impresa vedono proprio nell'innovazione una caratteristica che ben descrive il settore, fatto di sacrifici e di lotta costante all'inerzia dell'intero sistema produttivo. Quando Self Garden, a metà degli anni Novanta, parlava di recupero del verde e delle frazioni organiche per trasformarle in fertilizzanti naturali, in Italia la cultura ambientale era poco più che una moda. «Ciò che per noi era già "vision", non era ancora stato codificato dalla burocrazia italiana, tanto che la Camera di Commercio di Latina dovette convocare un'apposita commissione per l'inquadramento di un'attività allora del tutto sconosciuta. Era il 1994 e ritenevamo la salvaguardia del Pianeta una responsabilità collettiva dalla quale nessun processo produttivo può prescindere».

Con uno stabilimento di compostaggio con tecnologia all'avanguardia, autorizzato per una capacità di 50 mila tonnellate l'anno per il trattamento, recupero dei rifiuti urbani e agroindustriali, per la produzione del compost di qualità, oggi la realtà aziendale creata da Vona e Papaleo, con il supporto della nuova generazione della famiglia, è un modello nel settore. «Non solo perché abbiamo aperto spazi rilevanti anticipando di trent'anni la green economy – continua Vona –, ma perché il recupero degli scarti organici

per la trasformazione in fertilizzante naturale, come il compost, rappresenta un sistema efficace per contribuire in modo significativo all'uso sostenibile delle risorse quale sostituto degli additivi chimici, e alla mitigazione degli impatti ambientali tra cui la riduzione di CO₂. Il nostro è un processo industriale che replica un procedimento di naturale trasformazione della materia. Quella materia che conferisce al suolo nuova linfa, fino alla coltivazione di straordinari prodotti della terra, doni della natura che emozionano».

L'azienda ha fondato la propria politica nell'impegno quotidiano del fare impresa mettendo al primo posto responsabilità personale, perseveranza, competenza e innovazione. «Da circa 20 anni abbiamo certificato il nostro sistema di gestione secondo le norme Iso 9001-14001-18001-45001, nell'intento di valorizzare i collaboratori attraverso una formazione costante per lo sviluppo delle competenze necessarie per affrontare le sfide del mercato. In questo modo, l'impresa favorisce la digitalizzazione, ritenuta ormai una necessità strategica per il miglioramento complessivo dell'organizzazione, della tutela, salute e sicurezza dei lavoratori, dell'ottimizzazione dei cicli produttivi e delle performance ambientali. Inoltre, svolgiamo un ruolo attivo nel territorio, al servizio delle istituzioni scolastiche e delle comunità locali. Tra i progetti più ambiziosi, per esempio, si annovera Safety Work, avviato in collaborazione con Teleconsys, per l'introduzione dell'intelligenza artificiale nelle misure di prevenzione e sicurezza sul luogo di lavoro».

Self Garden è attiva nella ricerca e sviluppo anche attraverso diverse partnership di valore «tra cui il Consorzio Instm di Firenze – precisa Vona –, l'Università di Firenze, l'Università della Tuscia, l'Università La Sapienza. È tra i soci fondatori del Cluster of health in-



LA SOSTENIBILITÀ DEL COMPOST Il recupero degli scarti organici per la trasformazione in fertilizzante contribuisce alla mitigazione degli impatti ambientali

novation and community, della fondazione Its Meccatronico del Lazio Accademy e del Clo Comitato locale per l'occupazione e socio Cic, Unindustria, Confindustria Cisambiente. Questo solo per evidenziare il nostro impegno verso l'innovazione: credo che sia un aspetto fondamentale che spiega i riconoscimenti ottenuti in tutti questi anni. In particolare, lo scorso 6 dicembre a Montecitorio, in occasione della 10° edizione delle "Cento Eccellenze Italiane 2024", abbiamo ricevuto il riconoscimento dei cento protagonisti della migliore Italia, in virtù del prezioso contributo recato alla crescita del Paese. Un premio straordinario che attesta

l'importanza e l'innovazione del settore del riciclo del rifiuto organico quale pilastro fondamentale per l'economia italiana». Infine, l'imprenditrice sottolinea un particolare della propria strategia aziendale. «La chiave del nostro successo è la brand reputation, valore inestimabile aziendale che racconta trent'anni di storia, di dedizione e impegno nell'offrire prodotti e servizi di alta qualità e trasparenza, fidelizzazione dei clienti e fiducia nella leale cooperazione di tutti i collaboratori aziendali. Solo così potremmo garantire un sistema economico resiliente, sostenibile, inclusivo e più competitivo». • Remo Monreal



Una missione ambientale e sociale

«La Self Garden si pone come obiettivo uno sviluppo sostenibile volto al miglioramento continuo delle performance economiche sociali e ambientali del territorio – afferma Tiziana Vona, alla guida della Self Garden insieme a Giuseppe Papaleo –, incentivando una crescita economica duratura, inclusiva e lavoro dignitoso per tutti a tutte le età. Questo attraverso l'attività di recupero e trasformazione dei rifiuti organici in compost di qualità, prezioso ammendante da restituire ai terreni, quale contributo fondamentale per contrastare la desertificazione dei suoli e la decarbonizzazione per effetto della carbon sink. Il riciclo e il riuso delle risorse naturali è una necessità da cui non si può più prescindere. Immaginiamo un futuro solidale dove l'impresa è il drive per produrre cambiamento, prosperità, benessere e crescita umana. La salvaguardia del nostro Pianeta è una responsabilità collettiva che nessun processo produttivo industriale e commerciale può ignorare».



PORTER
PIAGGIO
NP6

CITY TRUCK: L'EFFICIENZA AL LAVORO

COMPATTO, PERMANTE, SOLO GREEN.

Porter NP6 cambia gli schemi del lavoro urbano. La comoda cabina dalle dimensioni contenute offre **una agilità e una facilità di sosta** impareggiabili e le motorizzazioni **benzina + GPL o benzina + Metano** sono attente ai costi e sempre a loro agio in città, anche nelle zone più rigidamente regolamentate. Inoltre, Porter NP6 garantisce **capacità di carico al top** (fino a 1600 kg a telaio) e **ampia gamma di alternative**: versioni **con pianale fisso o ribaltabile**, dallo **spazio di carico piatto e ampio** (fino a 4 europallet) e con soglia d'accesso a soli 80 cm da terra, e performanti **versioni chassis allestibili** per ogni specifica necessità.

Prenota in concessionaria la prova di Porter NP6 e scopri quanto il tuo lavoro può diventare facile, efficace e conveniente.

commercial.piaggio.com



PIAGGIO
COMMERCIAL

Un visionario pragmatico

«La nostra missione è migliorare la vita delle persone attraverso una sanità d'eccellenza e accessibile. Sempre con il paziente al centro, e con l'entusiasmo che caratterizza il nostro operato dal 1947». Interviene Cristopher Faroni, presidente Gruppo INI

Entrato l'impegno del Gruppo INI, punto di riferimento della sanità privata accreditata del Centro Italia, nell'offrire cure mediche all'avanguardia e nel promuovere una visione del settore sanitario basata su innovazione, sostenibilità e centralità del paziente. Sotto la guida di Cristopher Faroni, il Gruppo INI si è distinto per il suo modello integrato di cura e per il costante investimento in tecnologie mediche di ultima generazione, attraversando anche periodi complicati.

Presidente che bilancio può fare di questo percorso?

«Il Gruppo INI è stato fondato nel 1947. La nostra famiglia, da quasi 80 anni è direttamente coinvolta nell'azienda sanitaria fondata da mio padre. In un arco di tempo così ampio è inevitabile affrontare anche momenti complessi, nel nostro caso ritengiamo creati ad arte per danneggiare il nostro Gruppo. Ma con abnegazione al lavoro e avendo sempre a mente l'esclusivo interesse del paziente, ne siamo usciti più rafforzati. Esperienze che mi hanno insegnato l'importanza di restare sempre saldi nei principi fondamentali: la centralità del paziente, l'attenzione al personale sanitario e la capacità di adattarsi rapidamente ai cambiamenti. Ne siamo usciti più consapevoli e determinati, con una visione più chiara del nostro futuro».

Cosa le ha trasmesso suo padre Delfo Galileo?

«Mio padre è stato e continua a essere una figura ispiratrice. Ha trasmesso a me e a mia sorella Jessica, manager sanitario del Gruppo, con la quale condivido questa responsabilità, il valore dell'etica e della dedizione al lavoro, insieme alla convinzione che ogni decisione deve mettere al centro il

Cristopher Faroni, presidente Gruppo INI



LA SANITÀ DEL FUTURO

Sarà integrata, preventiva e sempre più orientata al benessere globale del paziente

bene delle persone. Oggi si parla molto di tecnologia e umanizzazione delle cure. Mio padre è stato un visionario in entrambi i campi, portando la prima risonanza magnetica nel Lazio e in Italia il litotritore per la calcolosi, e avendo una visione empatica della cura. Era un uomo profondamente consapevole che la sanità è un ambito che richiede responsabilità sociale. Da lui ho imparato che l'innovazione è essenziale, ma deve sempre andare di pari passo con il rispetto per i pazienti e i nostri collaboratori».

Come deve essere oggi un imprenditore sanitario?

«Un imprenditore sanitario oggi deve essere un visionario pragmatico. Bisogna saper anticipare le sfide future, come l'invecchiamento della popolazione e l'aumento delle patologie croniche, ma al tempo stesso mantenere una gestione efficace delle risorse. Serve equilibrio tra innovazione tecnologica e umanizzazione, perché la cura non è fatta solo di strumenti, ma anche di relazioni. Inoltre, è fondamentale essere aperti al confronto con istituzioni, innovatori e, perché no, anche con altri gruppi sanitari».

Come sta cambiando la sanità?

«La sanità sta attraversando una trasformazione profonda. La pandemia ha accelerato la digitalizzazione, portando all'espansione della telemedicina e della diagnostica a distanza. Stiamo assistendo anche a una crescente personalizzazione delle cure grazie ai

progressi nella genomica. Tante sono le sfide da affrontare: ottimizzazione delle risorse, vera integrazione tra pubblico e privato, formazione delle figure professionali, medici e infermieri oggi numericamente carenti, tecnologia e attenzione ai territori, il tutto in un quadro di generale e rapido invecchiamento della popolazione. La sfida più grande è garantire servizi di qualità e innovazioni accessibili a tutti, superando le diseguaglianze territoriali e sociali. La sanità del futuro sarà integrata, preventiva e sempre più orientata al benessere globale del paziente».

Quali sono i vostri ultimi investimenti e progetti?

«Il Gruppo INI ha recentemente avviato importanti investimenti in diverse aree. Stiamo ampliando le nostre strutture per includere centri di eccellenza in riabilitazione neurologica e ortopedica. Abbiamo anche investito in tecnologie di imaging avanzato e in piattaforme per la telemedicina, in un progetto più ampio di digitalizzazione complessiva. Un progetto che mi sta particolarmente a cuore è il rafforzamento delle nostre collaborazioni con le università e cen-

tri di ricerca. Già oggi le nostre strutture sono sedi per corsi di laurea in scienze infermieristiche e fisioterapia, con l'Università Sapienza e Tor Vergata. Vogliamo essere promotori di un ecosistema dove ricerca, formazione e assistenza siano interconnessi e si stimolino a vicenda».

Quali apporti può dare l'intelligenza artificiale al vostro settore?

«L'intelligenza artificiale è una risorsa straordinaria. La utilizziamo già per migliorare la diagnostica, con algoritmi che supportano i medici nell'interpretazione di immagini radiologiche e nell'analisi di dati clinici complessi. Inoltre, l'Ai sta rivoluzionando la gestione operativa, permettendoci di ottimizzare i percorsi di cura e ridurre i tempi di attesa. Ma il suo potenziale più grande risiede nella medicina predittiva: grazie all'analisi dei big data possiamo identificare precocemente i rischi per la salute e intervenire prima che si manifestino patologie. Opportunità enormi, ma anche rischi. Il medico è e rimane una figura imprescindibile e poi c'è il tema, per niente banale, legato alla regolamentazione e alla sicurezza dei dati». • **Cristiana Golfarelli**

IL CEO DELL'ANNO PER L'HEALTHCARE

Cristopher Faroni ha ricevuto il prestigioso riconoscimento nel corso della decima edizione CEO Italian Summit & Awards, evento organizzato da Business International, la knowledge unit di Fiera Milano, in collaborazione con Forbes Italia. Il premio è stato conferito dal direttore di Forbes al Gruppo INI e al suo presidente Cristopher Faroni, per "l'eccezionale contributo all'innovazione, alla qualità e all'eccellenza nel settore healthcare". «Lo dedico a mia sorella Jessica - ha commentato Cristopher Faroni - con cui, giorno dopo giorno, abbiamo costruito questo successo. Orgoglioso per tutto il nostro Gruppo, riconoscimento che arriva dopo anni ingiustamente duri».

Un ruolo strategico nel supportare le imprese

Susini Group è una delle realtà più autorevoli nel panorama della consulenza del lavoro in Italia. Il team di professionisti lavora con l'intento di creare un dialogo costruttivo tra imprese, istituzioni e lavoratori, come spiega il fondatore Sandro Susini

Offrire soluzioni innovative e personalizzate, supportando le aziende nelle loro scelte imprenditoriali con un approccio basato su competenza, esperienza e aggiornamento costante. È questa la prerogativa di Susini Group, società di consulenza del lavoro guidata da Sandro Susini, professionista di grande esperienza e riconosciuto a livello nazionale come esperto di relazioni industriali e gestione del personale. Con un background solido e una visione strategica del settore, Susini ha saputo costruire un team di professionisti altamente qualificati, contribuendo a fare del suo studio un punto di riferimento per le aziende italiane. Oltre alla sua attività professionale, Sandro Susini è anche relatore in Master di Scienze del lavoro e gestione delle risorse umane presso l'Università degli studi di Firenze, membro di commissioni di studio e certificazione in ambito lavorativo, componente del Comitato tecnico scientifico di indirizzo giuslavoristico e direttore del Centro studi di Conflavoro Pmi, consolidando il suo impegno nella diffusione della cultura del lavoro etico e sostenibile.

Qual è la filosofia alla base di Susini Group?
«La nostra società fonda la propria filosofia su tre pilastri fondamentali: competenza, affidabilità e innovazione. L'obiettivo principale dello studio è fornire alle aziende strumenti efficaci per la gestione delle risorse umane, sempre nel pieno rispetto delle normative vigenti, con un'attenzione particolare alla sostenibilità aziendale e all'ottimizzazione dei processi interni. Il team di esperti del gruppo lavora con l'intento di creare un dialogo costruttivo tra imprese, istituzioni e lavoratori, proponendo soluzioni che favoriscono la crescita e la competitività nel mercato del lavoro. Questa visione ci ha permesso di diventare un punto di riferimento per molte imprese, dalle piccole e medie alle grandi realtà multinazionali. L'alta qualità dei servizi da noi offerti è stata riconosciuta a livello nazionale con numerosi premi e attestati di eccellenza. Tra questi, spicca il Leone d'Oro alla Carriera, che ho avuto l'onore di ricevere nel 2022 a Venezia, per il contributo nel settore delle relazioni industriali e della consulenza del lavoro. Nel 2021, il gruppo ha inoltre ricevuto il premio Le Fonti Awards, riconoscimento prestigioso come "Studio di consulenza dell'anno per l'amministrazione e gestione del personale", oltre alla Cassa Edile Awards, a conferma dell'eccellenza raggiunta nel supporto alle imprese del settore edilizio. Questi successi testimoniano l'affi-

dabilità e la professionalità del nostro gruppo, consolidando il suo ruolo di leader nel settore della consulenza del lavoro, oltre a renderci molto orgogliosi del lavoro che svolgiamo».

Qual è il ruolo della vostra società all'interno delle aziende?

«Affidarsi a Susini Group significa poter contare su un partner strategico in grado di accompagnare le aziende in tutte le fasi della gestione delle risorse umane e delle scelte imprenditoriali. Grazie alla profonda conoscenza delle normative e delle tendenze del mercato del lavoro, la nostra società fornisce

Sandro Susini, fondatore di Susini Group con sede a Firenze - www.susinigroup.com



un supporto decisivo per la crescita sostenibile e la competitività delle imprese. Attraverso una consulenza personalizzata, aiutiamo le aziende ad adeguarsi ai continui cambiamenti normativi, a migliorare l'efficienza nella gestione del personale, a prevenire rischi legali e contenzirosi e a implementare strategie di welfare innovative per migliorare il benessere aziendale. Grazie ai numerosi feedback che riceviamo, la nostra società si conferma come una realtà di eccellenza nel settore della consulenza del lavoro, capace di offrire alle aziende il supporto necessario per affrontare le sfide del presente e del futuro. Con un mix vincente di competenza, aggiornamento e dedizione, lo studio rappresenta una risorsa preziosa per tutte le imprese che vogliono crescere in un mercato in continua evoluzione e per quelle che si trovano ad affrontare situazioni più critiche».



SEMPLIFICA IL LAVORO, MIGLIORA LA VITA
Attraverso una consulenza personalizzata, aiutiamo le aziende ad adeguarsi ai continui cambiamenti normativi, a migliorare l'efficienza nella gestione del personale, a prevenire rischi legali e contenzirosi e a implementare strategie di welfare

In anni di esperienza e di lavoro avete ormai consolidato la vostra autorevolezza.
«Certamente. L'autorevolezza della nostra Susini Group è confermata anche dalla crescente visibilità mediatica ottenuta negli ultimi anni. Lo studio e anche io in prima persona siamo stati spesso protagonisti di trasmissioni televisive su reti nazionali, affrontando tematiche di grande attualità legate all'economia, al mondo del lavoro, alla previdenza e alle dinamiche aziendali. Importanti testate giornalistiche come Il Sole 24 Ore, La Repubblica e Corriere della Sera

hanno dedicato articoli e approfondimenti alle attività dello studio, riconoscendone il ruolo strategico nel supportare le aziende italiane nell'affrontare le sfide del mercato del lavoro. Questa capacità di fare rete e di comunicare all'esterno il lavoro capillare che facciamo ogni giorno non solo racconta la nostra storia, di cui siamo molto orgogliosi, ma ci permette di entrare in contatto con realtà variegate in un'ottica di mutuo scambio e sostegno, per rendere sempre migliori il nostro lavoro e il nostro contributo alla società». • **Elena Bonaccorso**

Un problem solver nella gestione del personale

«In Susini Group - aggiunge Susini - affianchiamo aziende, enti e organizzazioni nella gestione del personale per aspetti economici, assicurativi e previdenziali, nel rispetto delle normative vigenti in materia di lavoro. Gestiamo tutte le fasi di definizione, evoluzione e cessazione di un rapporto di lavoro subordinato o parasubordinato, da tutti i punti di vista sopra elencati. Diamo consulenza tecnica in materia di lavoro, per la stipula di contratti, convenzioni e la gestione dei rapporti aziendali. Amministrare il personale significa saper gestire il rapporto di lavoro in tutte le sue fasi: dall'assunzione al licenziamento, passando per la "vita" retributiva di ogni lavoratore e lavoratrice. Poder contare su una valida amministrazione del personale permette a un'impresa di esprimere i propri obiettivi con maggior specificità, aumentando di gran lunga le concrete possibilità di raggiungerli».

L'importanza della formazione

Abbiamo incontrato Giorgio Maggiani, presidente del Consiglio di amministrazione di Dynamicom Education, un'azienda leader nell'aggiornamento medico-scientifico nel campo di molte patologie

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 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 Mine-

Giorgio Maggiani, ceo di Dynamicom Education che ha sede a Milano

www.dynamicom-education.it

rale e delle Malattie dello Scheletro (Siommms). Negli anni a seguire, Dynamicom Education ha consolidato il proprio 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 distanza), 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 2024 Dynamicom Education ha organizzato più di 800 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,



ESPERIENZA CONSOLIDATA

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

fisiatri 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 offrire un servizio altamente professionale e qualificato e alla nostra forte vocazione all'innovazione tecnologica».

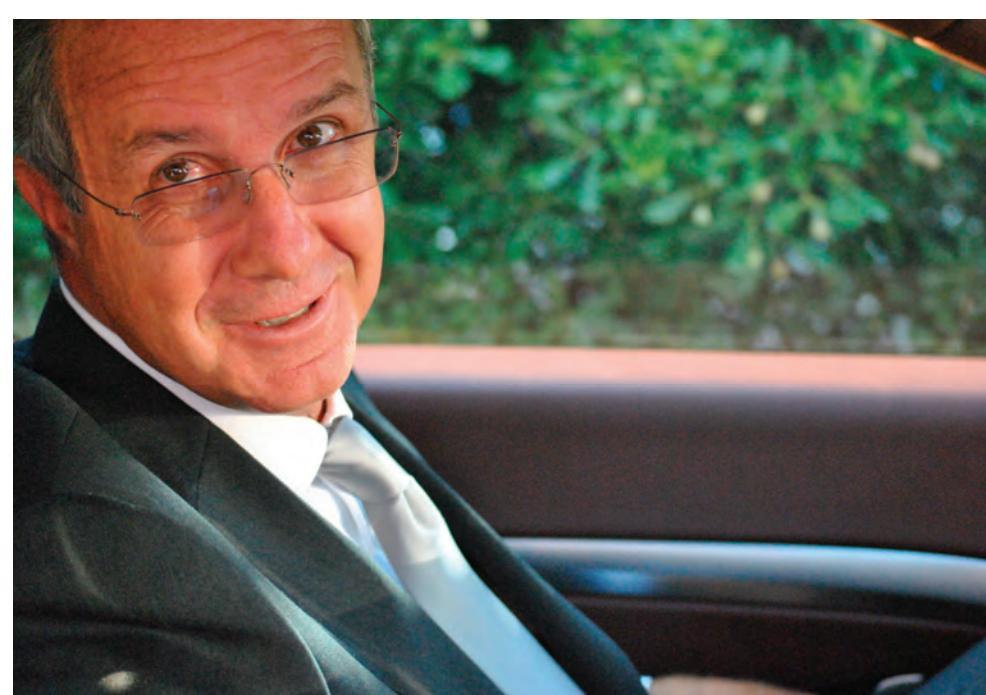
Che tipo di rapporto instaurate con i vostri clienti?

«Ci sentiamo il "Brunello Cucinelli" della formazione, proprio per la sartorialità con cui ci approcciamo 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**



Prospettive future

«Come abbiamo sempre fatto continueremo ad offrire alla nostra clientela progetti formativi innovativi, al giusto costo e soprattutto ad elevata qualità. A tal proposito recentemente sono entrati a far parte della nostra squadra professionisti con un consolidato know how in ambito dermatologico, gastroenterologico ed oncoematologico. Noi non siamo dei tuttologi, ci piace presentarci solo dove possiamo vantare competenza ed affidabilità».

Dispositivi elettronici per l'industria



Hardware, software e accessori



DALL'IDEA...AL PRODOTTO

Con un'esperienza decennale nei più svariati settori produttivi siamo in grado di realizzare i vostri prodotti partendo dall'idea, passando per la prototipazione ed arrivando alla produzione di massa.



Progettazione elettronica

Firmware

Software

Progettazione meccanica

Stampa 3D

albatron®
S.r.l.

Località Piana, 55/P Verduno (CN)

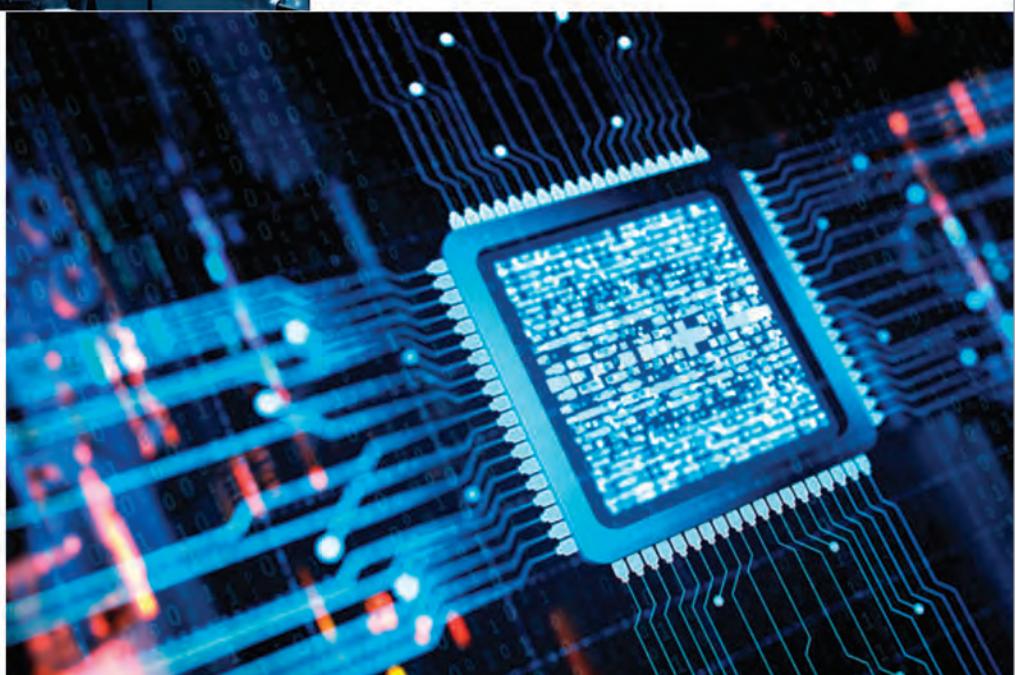
Tel.: 0172 470314

info@albatron.com

www.albatron.com

www.albatronsrl.com

www.albatronsrl.it



FASULO,

il vantaggio che fa la differenza.

Fasulo è l'azienda partner di chi cerca velocità, sicurezza e precisione nella gestione e trasporto delle proprie merci. Ci occupiamo da oltre 50 anni di trasporti e logistica, offrendo soluzioni vantaggiose ed efficienti per i nostri clienti. Non solo trasporti nazionali. Con il tempo e l'esperienza abbiamo ampliato sempre di più il campo d'azione. Oggi siamo presenti senza difficoltà in tutto il territorio europeo, grazie alla nostra rete logistica e un'ampia flotta composta da più di 800 veicoli. Qualunque sia la destinazione, il nostro team sarà in grado di proporre soluzioni personalizzate e su misura. La flotta permette trasporti refrigerati, liquidi alimentari o Adr, container, merci generali. Gestiamo in maniera completa e flessibile ogni tipo di carico, integrandoci al processo produttivo e distributivo di ogni azienda. Per le cisterne alimentari disponiamo di due strutture private per il lavaggio interno che consente la pulizia e la bonifica dei veicoli tra una spedizione e l'altra. Ogni veicolo è dotato di un sistema Track and Trace, che grazie al collegamento satellitare ci consente di conoscerne la posizione esatta in ogni momento. Selezioniamo per il cliente il trasporto più idoneo alle sue esigenze, offrendo sempre un servizio di qualità.





Dall'approvvigionamento delle materie prime alla distribuzione del prodotto finale: mettiamo in campo competenze specifiche e professionalità con l'obiettivo di ottimizzare i costi e offrire un servizio sempre eccellente. Un esempio è il picking. Pianificare, preparare, studiare e controllare le operazioni di picking è un lavoro che può sembrare semplice ma se eseguito con un team preparato e professionale ottimizza le attività di magazzino mantenendo alto il livello di efficienza. Un'altra tecnica che usiamo è il Just in Time, per una gestione ottimizzata delle scorte e della produzione di un bene.

Ci occupiamo di mettere in pratica questo approccio, rendendo la produzione più snella e veloce. Avere una logistica lenta, maldestra e poco precisa, poi, significa offrire un servizio di bassa qualità che rischia di compromettere il fatturato e la marginalità di un'azienda. Noi aiutiamo i nostri clienti a generare un piano di Quality Control per mantenere sempre uno standard qualitativo alto. Infine, grazie al collegamento satellitare conosciamo in ogni momento la posizione esatta, monitorando gli spostamenti dei mezzi e garantendo una maggiore sicurezza.



FASULO

Fasulo Srl
Via Pantaniello, 5
81013 Caiazzo (Ce)
Telefono: 0823 862299
www.fasulotrasporti.com
info@fasulotrasporti.com

Retail moderno, lievita la fiducia

Le catene sostituiscono il piccolo imprenditore isolato per la «capacità di reagire ai momenti di difficoltà grazie alle economie di scala». A dirlo è Mario Resca, che offre il proscenio al franchising anche in un'ottica di investimento

Promozioni, saldi, Black Friday. Stando all'osservatorio permanente sugli acquisti retail elaborato da Confimprese-Jakala, sono queste le sole operazioni in grado di risvegliare il rapporto tra gli italiani e il portafoglio. Non abbastanza, tuttavia, da risollevarne un andamento dei consumi che nel progressivo gennaio-dicembre 2024 si ferma a +0,6 per cento, al di sotto delle aspettative. «Un dato allarmante che potrebbe portare a un periodo di stagnazione» lo definisce il presidente di Confimprese Mario Resca, evidenziando che dopo la fiammata a +4 per cento del bimestre settembre-ottobre «i consumi del mese di dicembre sono tornati piatti, riallacciandosi al trend debole dell'anno».

O scontato o niente, è questo il nuovo mantra di spesa degli italiani?

«I dati dicono che il Black Friday ha centrato il suo obiettivo originale, cioè spingere i consumatori ad anticipare la spesa dei regali di Natale. A ciò si aggiunge la ricerca attenta di convenienza in attesa dei saldi invernali, che nel primo weekend (4-6 gennaio) hanno registrato un +8,8 per cento complessivo a valore. Tensioni internazionali e cambio di presidenza americano inducono a un atteggiamento cauto verso i consumi che si ripercuote sul settore. Preoccupato di un ritorno a un periodo di stagnazione caratterizzato da modeste variazioni di reddito e senza una reale crescita economica».

Mario Resca, presidente di Confimprese



Quali periodi e quali merceologie risentono meno di questa morigeratezza nei consumi?

«Su 12 mesi, 7 hanno performato sopra lo zero, soprattutto nel primo semestre con febbraio a +0,7 per cento e marzo a +3,9 per cento per effetto del calendario. Nel secondo, settembre a +4,4 per cento e ottobre a +3,5 per cento hanno fatto sperare in una chiusura d'anno positiva, ma il Black Friday ha frenato la corsa agli acquisti e dicembre, notoriamente il mese più importante dell'anno per i consumi, non ha dato i risultati sperati. Nei settori merceologici la ristorazione chiude l'anno a +1,2 per cento, abbigliamento-accessori a +1,1 per cento. Continua la flessione di altro retail a -1,2 per cento. Come canali di vendita, i centri commerciali sono di poco sopra la parità a +1 per cento, le high street in calo dello 0,3 per cento, i negozi di prossimità al +0,6 per cento».

Acquisti online e delivery commerce scoraggiano la spesa presso le reti distributive fisiche. Come si stanno organizzando le vostre imprese per mitigare questo fenomeno?

«L'online dopo il Covid è diventato ormai parte integrante del processo di vendita delle catene retail, che reggono meglio

l'impatto rispetto al commercio al dettaglio, perché possono contare sulle economie di scala, sui processi di logistica integrata e sulla forza del brand che agisce attraverso le reti distributive. Il fenomeno non è arginabile, i consumatori si sono ormai abituati a informarsi via web alla ricerca del prodotto buono e conveniente. L'importante per le imprese è mantenere il contatto con il cliente grazie al click&collect, per farlo arrivare in negozio a ritirare l'ordine precedentemente effettuato online».

L'innovazione è certamente una chiave per richiamare consumatori nei centri commerciali. Quali format e layout sperimentali hanno già mostrato di funzionare?

«Le catene retail stanno innovando attraverso strategie multiple: nuove aperture, rilocazioni strategiche e un nuovo mix di mercati e brand, mentre i centri commerciali evolvono da pure destinazioni shopping a veri hub territoriali multifunzionali. La chiave vincente sta nella capacità di anticipare le nuove esigenze dei consumatori. I centri commerciali sono canali di aggregazione e pertanto non stupisce che sia in aumento lo sviluppo del food&beverage e del pet&garden, entrambi retaggi del post-Covid. Le persone si orientano verso offerte ristorative più economiche senza rinunciare ai consumi fuori casa e mostrano una rinnovata attenzione per gli animali. Si tratta di tendenze che potrebbero diventare strutturali e indicare ai retailer la via da seguire nello sviluppo delle reti distributive».

Quanto alla pipeline del prossimo biennio?

«Le previsioni di aperture entro il 2027 sono buone, con 15 nuovi centri in programma. In termini di flusso delle visite, cambiano anche le abitudini degli italiani: cresce il traffico nei giorni feriali e si riduce nel weekend, aumentano le fasce mattutine a scapito di quelle serali. A fronte dell'ascesa del f&b e pet&garden, nelle categorie merceologiche diminuisce quello di casa, elettronica e beni per la persona, in linea con l'andamento generale dei consumi».

Un limite del commercio al dettaglio italiano in generale è l'eccessiva polverizzazione di insegne. In che direzione occorre lavorare per superarla e assumere una fisionomia compatta?

«È proprio questa la differenza tra commercio tradizionale e commercio moderno. Le aziende che noi rappresentiamo mostrano una maggior tenuta alle difficoltà rispetto al commercio al dettaglio e le catene sostituiscono il piccolo imprenditore isolato perché offrono fiducia. Negli ultimi 10 anni il successo del retail è evidente: sono almeno 30 mila i nuovi punti vendita aperti che si sono sviluppati in via autonoma. Nel più vasto panorama del retail, il franchising conquista vette importanti su numerosi settori merceologici, con investimenti che possono essere molto contenuti (il 31 per cento delle aziende richiede un investimento iniziale tra i 20 e i 50 mila euro) o raggiungere cifre importanti per investitori che desiderano diversificare l'attività».. • GG

IL FENOMENO DEGLI ACQUISTI ONLINE

Non è arginabile. L'importante per le imprese è mantenere il contatto con il cliente grazie al click&collect, per farlo arrivare in negozio a ritirare l'ordine effettuato online

Un partner affidabile al fianco delle aziende

Grange Antonella Sicurezza & Ambiente è una realtà specializzata in servizi di consulenza direzionale integrata qhse, che opera sul territorio a fianco di piccole, medie e grandi imprese ed enti pubblici e privati, con passione, competenze e professionalità



Le novità normative in materia di igiene, sicurezza e ambiente oggi si succedono con una velocità disorientante, soprattutto per le nostre Pmi, che devono far fronte a innumerevoli adempimenti e stentano a tenere il passo. Avere un unico referente per la fornitura di servizi integrati in ambito di igiene, salute, sicurezza sul lavoro, ambiente, che aiuti a comprendere e a interpretare quanto richiesto dalla legge e ad agire di conseguenza, diventa pertanto un valore aggiunto fondamentale per aziende ed enti. Grange Antonella Sicurezza & Ambiente è un'azienda specializzata nei servizi di consulenza direzionale integrata qhse, con sedi in Liguria e in Valle d'Aosta. Forte di un team di esperti professionisti, opera sul territorio nazionale al fianco delle piccole, medie e grandi aziende nonché di enti pubblici e privati mettendo a punto soluzioni di consulenza integrata basate sulla propria profonda competenza maturata in anni di attività a fianco degli imprenditori. «L'interdisciplinarità delle competenze con-

SERVIZI PERSONALIZZATI

Attraverso soluzioni tailor made garantiamo servizi specifici in base alle esigenze di ogni singolo cliente andando ad affiancare soluzioni consulenziali

sente di proporci quale unico referente per l'impresa attraverso servizi personalizzati per la creazione di ambienti di lavoro più sani e sicuri» spiega il ceo dello studio, Antonella Grange.

Quali sono i principali servizi della vostra azienda?

«Attraverso soluzioni tailor made garantiamo servizi specifici in base alle esigenze di ogni singolo cliente andando ad affiancare soluzioni consulenziali. Ci impegniamo costantemente per garantire ambienti di lavoro sicuri e salubri al fine di favorire il benessere di lavoratori e lavoratrici, ponendo la persona al centro, attraverso soluzioni consulenziali relative a igiene, salute e sicurezza sul lavoro, sicurezza alimentare Haccp. Attraverso il servizio di privacy e

Gdpr compliance forniamo consulenza completa sul Gdpr, assistendo le aziende nell'applicazione delle normative, grazie ad attività di informazione, consulenza e sorveglianza dell'osservanza del regolamento, incarichi di data protection officer (Dpo) per garantire la protezione dei dati personali e aziendali. Forniamo servizi per la gestione dell'ambiente nella consapevolezza che, quando si tratta di gestione ambientale e di miglioramento delle performance, ogni impresa ha esigenze uniche. Il nostro team valuta attentamente le specificità fornendo soluzioni su misura nel rispetto delle normative vigenti. Ci impegniamo da anni a fornire assistenza sulla corretta gestione dei rifiuti speciali ad aziende, produttori, trasportatori attraverso consulenze e formazione dedicate, nel rispetto degli adempimenti previsti dalla normativa vigente in materia di tracciabilità dei rifiuti e recentemente dal RENTRI».

La vostra consulenza si estende anche alle certificazioni?

«Grazie alla nostra esperienza, seguiamo passo passo il percorso di certificazione: progettiamo, realizziamo e aiutiamo le imprese a mantenere attivi i sistemi di gestione che vengono poi certificati dall'organismo di certificazione e le accompagniamo in questo percorso. Il nostro ruolo è quello di prendere per mano l'azienda, gli enti, le associazioni lungo tutto

l'iter e assisterli anche successivamente. Ogni azienda, indipendentemente dal settore, può migliorare la propria efficienza e competitività attraverso l'adozione di un sistema di gestione certificato assicurando conformità e ottimizzazione dei processi, rendendo la gestione più snella ed efficace. Lavoriamo a stretto contatto con le aziende per sviluppare ed implementare procedure e buone prassi rispondenti alle specifiche esigenze del cliente, offrendo supporto completo: progettazione, sviluppo, realizzazione, certificazione, mantenimento ed auditing dei sistemi di gestione aziendale, in un'ottica integrata, assicurando efficacia, efficienza e conformità agli standard internazionali delle norme Uni En Iso. Collaboriamo con i principali organismi di certificazione accreditati. La certificazione di parità di genere Uni/PdR125 è importante per eliminare il gender gap al fine di migliorare le condizioni di lavoro delle donne anche in termini qualitativi, di remunerazione e di ruolo, e promuovere la trasparenza sui processi lavorativi nelle imprese. Collaboriamo con l'OdC accreditato per la certificazione Dca Esg, lo standard D&C:2023 garantisce e certifica le caratteristiche, non i servizi, delle strutture ricettive (hotel e ville private) a clienti finali, agenzie e interme-



*Antonella Grange, ceo dell'omonimo studio che ha sede in Liguria e Valle d'Aosta
www.grangesicurezzaeambiente.com*

diari in modo indipendente e super partes».

Avete anche stretto numerose partnership. Che vantaggi offre questo ai vostri clienti?

«Solo con la collaborazione si può crescere. Negli anni abbiamo rafforzato partnership importanti con Confindustria e Federalberghi Valle d'Aosta; personalmente credo molto nel network quale componente essenziale del lavoro, in quanto ci permette di sviluppare competenze trasversali di conseguenza offrire ai clienti prestazioni multi-settoriali di qualità. Dal 2022 siamo parte del network di eccellenza "Partner 24 Ore" del Sole 24 Ore che ha aggiunto valore al business creando relazioni, collaborazioni e confronti di alto profilo tra business partners, professionisti ed imprenditori».

• **Cristiana Golfarelli**

Centro di formazione AiFOS

Dal 2015 Grange Antonella Sicurezza & Ambiente è centro di formazione AiFOS, Associazione italiana formatori operatori della sicurezza sul lavoro, per l'erogazione di corsi di formazione validi in tutta Italia, convegni e seminari rivolti a professionisti, datori di lavoro, dirigenti, preposti e lavoratori.

«Oltre ai corsi di formazione in materia di sicurezza sul lavoro erogati con AiFOS, progettiamo e proponiamo percorsi formativi sia in materia privacy, gestione e trattamento dei dati, che ambientale. Inoltre eroghiamo corsi per la qualificazione degli auditor: qualità, ambiente, sicurezza, parità di genere».

Sui cantieri delle grandi opere

Dante Bussatori racconta il percorso di Elosambiente, specializzata in bonifiche ambientali e nella gestione dei rifiuti dei cantieri infrastrutturali

Nel mercato già saturo delle bonifiche ambientali, la società Elosambiente è riuscita a ritagliarsi una nicchia che riguarda la gestione ambientale dei cantieri delle grandi opere. Infrastrutture che al giorno d'oggi sono chiamate a confrontarsi con la nuova normativa ambientale all'interno dei cantieri ma che non trovano un adeguato interfaccia con le imprese di consulenza. È così che nel maggio 2001 nasce la società Elos che si prefigge come missione quella della gestione dei rifiuti. Questa sua vocazione darà la configurazione al nome con cui viene attualmente riconosciuta nel mercato ambientale: Elosambiente. Dal 2004 diviene un'impresa operativa ed entra nel settore delle bonifiche ambientali. L'azienda, con questa organizzazione, si è quindi resa capace di individuare le giuste modalità di gestione di queste genere di attività che richiedono partner molto autonomi sul piano operativo, in grado di saper coniugare le esigenze di due mondi così diversi: quello infrastrutturale e quello ambientale.

In occasione di Expo 2015, la società acquisisce il riconoscimento dal mercato di azienda leader dei cantieri delle grandi opere dedicandosi contestualmente anche ad altri importanti cantieri infrastrutturali come la nuova tangenziale di raccordo alla Brebemi e la ristrutturazione del tratto autostradale della A4 a Novara.

Attualmente Elosambiente è presente sui più importanti cantieri infrastrutturali del Nord Italia come: il cantiere Alta Velocità Brescia-Verona realizzato dal Consorzio Eni Cepavdue in cui l'azienda sta effettuando la gestione integrale della parte ambientale del cantiere, per poi proseguire sul tracciato

Dante Bussatori, titolare di Elosambiente che ha sede a Piacenza - www.elosambiente.it



NON SOLO INFRASTRUTTURE Operiamo anche nel settore delle bonifiche dell'amianto sia per la tipologia compatta che friabile e nella bonifica dei terreni contaminati, soprattutto al servizio delle società di rigenerazione urbana

Verona-Padova in campo al Consorzio Iri-cavdue dove collabora puntualmente sia con il Consorzio che con alcuni appaltatori. Sempre in campo ferroviario è presente nel cantiere ConsorzioCociv Terzo Valico di Genova, presso il cantiere del nodo di Firenze per conto di Consorzio Florentia e sul collegamento Gallarate/Terminal2 di Malpensa, oltre ai cantieri stradali del Raccordo della Valtrompia a Brescia. Inoltre, sono in fase di avvio l'esecuzione delle attività di bonifica amianto delle tratte del Lotto nord del progetto ferroviario Ermts, un progetto del valore di 1.330.000.000 euro aggiudicato ad un Consorzio di imprese di cui è capofila Hitachi Rail e in

cui Elosambiente è stata indicata come esecutrice delle attività ambientali. Il cantiere si stima che avrà una durata di tre anni, questo progetto rappresenta non solo una sfida, ma anche un'opportunità per consolidare la propria posizione di leader nel settore. La società è poi aggiudicataria anche delle attività di bonifica del cantiere Pedelombarda sulle aree contaminate da diossina della Ex Icmesa a Seveso che saranno attraversate dal tracciato autostradale. Sono già state avviate le attività di cantierizzazione. «Oltre a questo settore operiamo da sempre in quello delle bonifiche dell'amianto sia per la tipologia compatta che friabile e nella bonifica dei terreni contaminati, soprattutto al servizio delle società di rigenerazione urbana, a cui abbiamo aggiunto nel tempo le attività di

demolizione degli edifici, gli scavi e i consolidamenti con diaframmi o pali» spiega Dante Bussatori, responsabile aziendale. In tal senso, sono in corso le attività di assistenza ambientale ed esecutiva alla realizzazione del nuovo Palarena nell'area Santa Giulia a Milano. «Per restare nel comparto dell'ambiente – aggiunge ancora Bussatori – ci siamo ritagliati un importante ruolo nella riqualificazione delle ex discariche sia per rifiuti urbani che industriali. Solo per indicare le attività svolte negli ultimi quattro anni, possiamo dire di aver eseguito e di stare completando la bonifica dell'ex discarica di Maleo (Lo) con intervento di mineralizzazione dei rifiuti organici con la tecnologia del bioventing, la copertura finale della discarica di Trento, la diaframmatura della discarica Aamps di Livorno, il Landfillmining parziale della discarica Ex Feralpi a Lonato (Bs) nell'ambito del tracciato dell'Alta Velocità Brescia-Verona e abbiamo realizzato le nuove vasche di stoccaggio fanghi Afo e Acc per Ilva Spa a Taranto, a cui è stato anche affidato a fine 2024, lo smantellamento delle stesse». La società è inoltre risultata aggiudicataria, in Rti con Dec Deme e Semataf, della bonifica delle discariche 2A e 2B a Bussi sul Tirino per conto del Ministero dell'Ambiente, uno degli interventi ambientali più importanti d'Europa. Elosambiente è aggiudicataria anche dell'intervento di cinturazione con diaframma plastico della discarica con rifiuti radioattivi più grande d'Italia a Capriano del Colle (Bs).

In un contesto in cui la sostenibilità e la conformità alle normative ambientali diventano sempre più cruciali, Elosambiente si posiziona come un attore fondamentale nella gestione dei rifiuti nei cantieri delle grandi opere. Con una chiara visione orientata alla sostenibilità, l'azienda continua a espandere le proprie attività e a rafforzare la collaborazione con partner strategici, contribuendo così a un futuro più verde e responsabile per le infrastrutture italiane.

• Beatrice Guarneri



IN COSTANTE CRESCITA

Elosambiente dispone delle iscrizioni Soa e Anga 8,9,10 di classe illimitata per la parte ambientale e delle certificazioni Iso 9001, 14001, e 45001 nonché della Sa 8000. Pertanto, è un'impresa molto attenta alla sostenibilità e, nella sua attività di gestione dei rifiuti speciali, privilegia l'avvio al recupero della massima percentuale di rifiuti. Nel 2023 sono state movimentate 438.000 tonnellate di rifiuti, avviate prevalentemente alle filiere del recupero. Si distingue inoltre per essere un'impresa molto operativa con un parco mezzi di rilievo, di proprietà, dotato delle migliori tecnologie disponibili, tra cui mezzi ibridi. Lo staff tecnico comprende ingegneri ambientali, geologi, biologi e tecnici di cantiere e attualmente ammonta a circa 70 addetti. Il 2023 si è chiuso con un fatturato di 42,035 milioni di euro e il 2024 segnala un'ulteriore crescita di portafoglio e ricavi.



COLNAT, LA LOGISTICA SÓLIDA E FLESSIBILE

Colnat Srl nasce come azienda di trasporti a temperatura controllata per la distribuzione di prodotti alimentari, freschi, secchi e surgelati in tutta la Sardegna. Nel corso degli anni la società ha maturato competenze e professionalità che la contraddistinguono nel settore ampliando la sua gamma di servizi. Con la nuova piattaforma di 2.200 metri quadrati ad Abbasanta (Or), nel centro Sardegna, ad appena 200 metri dalla Ss 131, l'arteria principale dell'isola, dispone di celle frigo per lo stoccaggio dei prodotti freschi, surgelati e ampi spazi pallettizzati per lo stoccaggio di prodotti a temperatura ambiente. Siamo un'azienda solida, flessibile, capace di ascoltare e lavorare in stretta sinergia con il cliente. Grazie alla posizione strategica al centro dell'isola, possiamo garantire un servizio capillare, snello e puntuale su tutta la Sardegna. Con un parco mezzi di proprietà e collaboratori diretti, mettiamo il cliente al centro dell'attenzione, le risorse umane infatti sono un capitale fondamentale su cui investire.

Via Sant'Agostino, 9
09071 Abbasanta (Or) - Tel. 0785 53327

www.colnatsardegna.it - info@colnatsardegna.it



COLNAT
Temperature controlled logistics and transport

Le opportunità delle certificazioni per le Pmi

Consulcert offre supporto completo e specializzato per l'implementazione di sistemi di gestione aziendale, dalla qualità alla sicurezza, dall'ambiente alla responsabilità sociale. Il punto della titolare, Giuseppina Pinna

Le piccole e medie imprese che implementano e certificano sistemi di gestione per la sostenibilità ambientale e la parità di genere possono beneficiare di numerosi vantaggi. Queste certificazioni non solo migliorano l'immagine aziendale, ma facilitano anche l'accesso a finanziamenti, agevolazioni e bandi pubblici. Le Pmi certificate sono infatti spesso preferite nei processi di selezione per bandi e gare d'appalto, poiché dimostrano un impegno concreto verso pratiche sostenibili e inclusive. Ma il percorso verso le certificazioni è piuttosto complicato, per questo diventa necessario affidarsi a società che sappiano indirizzare le aziende per il meglio.

Consulcert è una società di consulenza e organizzazione aziendale che offre servizi innovativi e ad alto livello di professionalità. «La nostra missione è supportare le aziende nelle loro attività di creazione e di sviluppo del loro business. Ogni giorno, aiutiamo i nostri clienti a gestire al meglio i loro progetti e accresciamo la loro performance grazie all'esperienza decennale in analisi e riorganizzazione dei processi aziendali. Il nostro obiettivo è portare l'innovazione in azienda, trasformando la conoscenza in competitività, attraverso progetti di formazione innovativi», spiega la titolare Giuseppina Pinna.

Qual è in sostanza il vostro approccio? «Per garantire risultati tangibili e duraturi, Consulcert adotta un approccio strutturato e personalizzato. Il processo di consulenza si sviluppa in cinque fasi principali: si parte da un'analisi iniziale in cui valutiamo lo stato attuale e identifichiamo le esigenze e i punti critici dell'organizzazione. Passiamo poi alla pianificazione vera e propria definendo un piano d'azione personalizzato, stabilendo obiettivi, tempi e risorse. In terzo luogo, assistiamo l'azienda nella realizzazione del sistema di gestione, ottimizzando flussi di lavoro e responsabilità. Formiamo il perso-

nale e forniamo assistenza continua per garantire un'applicazione efficace e conforme. Infine, effettuiamo audit interni e supportiamo durante le verifiche dell'ente di certificazione, assicurando la continua evoluzione e ottimizzazione del sistema».

Quali vantaggi traggono i vostri clienti dalle certificazioni?

«Affidarsi a Consulcert significa ottenere non solo la conformità normativa, ma anche una serie di vantaggi concreti che migliorano la competitività e l'efficienza aziendale. La certificazione conforme agli standard internazionali migliora innanzitutto l'immagine aziendale, aumentando la fiducia da parte di clienti, fornitori e stakeholder, dando quindi la possibilità di essere maggiormente competitivi sul mercato. L'ottimizzazione dei processi e la gestione integrata delle risorse permettono di ridurre le inefficienze e contenere i costi operativi, contribuendo così alla riduzione dei costi. Implementare sistemi di gestione in materia di qualità, sicurezza e sostenibilità consente di identificare, controllare e ridurre i rischi operativi e reputazionali. Infine, le certificazioni ambientali ed energetiche favoriscono pratiche sostenibili, riducendo l'impatto ambientale e promuovendo un uso più efficiente delle risorse».

Responsabilità sociale e inclusione rappresentano il passo avanti necessario per le organizzazioni moderne. Cosa suggerisce alle aziende in merito a questo aspetto?

«In un mondo che evolve rapidamente, le aziende non possono più limitarsi a soddisfare gli standard di produttività e profitto. Oggi, la responsabilità sociale, l'inclusione e la parità di genere sono diventati elementi imprescindibili per costruire un futuro sostenibile e competitivo. Questi principi non rappresentano solo una risposta alle sfide etiche e normative, ma sono un'opportunità per creare valore condiviso, migliorare la reputa-



Giuseppina Pinna, titolare della Consulcert di Torino - www.consulcert.it

di lavoro che promuovono l'equità, la partecipazione attiva e lo sviluppo personale».

Perché è importante la parità di genere all'interno di un'azienda?

«L'adozione di pratiche inclusive e di pari opportunità è il primo passo per costruire organizzazioni più equilibrate e resilienti. Consulcert supporta le imprese nell'implementazione della certificazione sulla parità di genere (PdR 125), accompagnandole in un percorso che non si limita alla conformità normativa, ma mira a integrare questi principi nella cultura aziendale. Grazie a un approccio personalizzato, aiutiamo le aziende a identificare le barriere sistemiche e culturali, proponendo soluzioni concrete per valorizzare la diversità come risorsa strategica».

La responsabilità sociale può essere un investimento per il futuro?

«Le aziende sono sempre più consapevoli del loro ruolo nella società. Promuovere politiche di responsabilità sociale significa andare oltre gli obblighi di legge per adottare pratiche che migliorano il benessere dei dipendenti, riducono l'impatto ambientale e creano relazioni positive con le comunità locali. Consulcert, con la sua esperienza, aiuta le organizzazioni a sviluppare strategie di sostenibilità (Sa 8000 e Pas 24000) che si integrano nei processi aziendali, portando a risultati tangibili in termini di reputazione e vantaggi competitivi». • BG

VALORI FONDAMENTALI

Oggi, la responsabilità sociale, l'inclusione e la parità di genere sono diventati elementi imprescindibili per costruire un futuro sostenibile e competitivo



Le persone al centro

Ciò che rende Consulcert un partner unico è la capacità di combinare conoscenze multidisciplinari con un approccio umano e collaborativo. Crediamo che il successo di un'organizzazione dipenda dalla capacità di adattarsi alle nuove esigenze globali, costruendo un modello di business che metta al centro le persone e l'ambiente. In un'epoca in cui le aspettative dei consumatori e degli stakeholder sono in costante crescita, le aziende che investono in responsabilità sociale, inclusione e parità di genere non solo rispettano i loro valori, ma si posizionano come leader di un cambiamento positivo. Consulcert è pronta a essere al fianco delle imprese in questo percorso, con soluzioni innovative e un impegno costante per un futuro più equo e sostenibile.

Export, l'incognita dei dazi

Il punto sulle esportazioni alla luce degli ultimi dati. L'analisi del presidente di Agenzia Ice Matteo Zoppas sui settori trainanti, il timore dei dazi e le opportunità in arrivo dal Medio Oriente e dall'Africa



Nei primi undici mesi del 2024, l'export ha registrato una sostanziale tenuta rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso (-0,7 per cento), afferma Matteo Zoppas, presidente Agenzia Ice, commentando i dati Istat sul commercio con l'estero. Il mese di dicembre, continua il numero uno dell'Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, «sarà decisivo per capire se l'export complessivo del 2024 riuscirà a superare il risultato dell'anno precedente, ovvero 626 miliardi di euro». A livello congiunturale le esportazioni sono cresciute dell'1,4 per cento a novembre su ottobre, mentre hanno subito una flessione attorno al 2,7 per cento rispetto allo stesso mese dell'anno precedente. A pesare maggiormente è il calo dell'export verso i Paesi europei (-6 per cento), a fronte di una sostanziale tenuta di quelle verso l'area extra Ue (+0,9 per cento).

EXPORT E SETTORI

Da gennaio a novembre 2024, i settori maggiormente in difficoltà sul versante export sono stati: autoveicoli (-16,4 per cento); coke e prodotti petroliferi raffinati (-15,9 per cento); mezzi di trasporto (-10,8 per cento nel complesso, con un -16,4 per cento per gli autoveicoli); metalli di base e prodotti in metallo (esclusi macchine e impianti) hanno fatto segnare un -3,8 per cento; articoli in pelle, escluso abbigliamento e simili (-8,3 per cento). A fronte della crisi concomitante dell'automotive e delle criticità della moda, alcuni settori del made in Italy continuano però ad avere performance incoraggianti, come l'alimen-

UN COMPARTO IN SALUTE

È senza dubbio quello orafo, il cui export nei primi nove mesi del 2024 è cresciuto del 37 per cento, raggiungendo i 10,8 miliardi di euro ed eguagliando già il valore delle esportazioni di tutto il 2023

tare, la farmaceutica e l'aerospazio. «Bacini di potenzialità importanti da sviluppare» spiega Zoppas - che fanno il paio con il contributo che potrebbero dare la ripresa di settori in crisi ed aree oggi bloccate come Russia e Cina». Un comparto in salute è senza dubbio quello orafo, il cui export nei primi nove mesi del 2024 è cresciuto del 37 per cento, raggiungendo i 10,8 miliardi di euro ed eguagliando già il valore delle esportazioni di tutto il 2023.

«L'Italia rispetto al 2023 conquista due posizioni e sale dal sesto al quarto posto tra i maggiori esportatori mondiali, dopo India, Cina e Hong Kong, distinguendosi per un posizionamento unico grazie all'alto valore unitario e al design di lusso dei suoi prodotti», ha rimarcato Matteo Zoppas alla conferenza di apertura di Vicenzaoro.

L'OMBRA DEI DAZI

C'è, tuttavia, da monitorare con attenzione il nodo delle barriere tariffarie e non tariffarie. «Dal 2014 al 2024, il numero di misure protezionistiche a livello globale è cresciuto esponenzialmente, passando da 380 a 2.800», rimarca il presidente Ice. «Questi ostacoli rappresentano una sfida per il nostro export, soprattutto verso mercati strategici come quello statunitense dove dopo l'insediamento della nuova presidenza, come è sempre accaduto, ci

aspettiamo un probabile aumento della domanda per il prodotto italiano». Il tema dazi resta un'incognita. «L'Italia può contare su ottimi rapporti bilaterali, confermati anche dall'azione del governo, e confido quindi ci possa essere un dialogo costruttivo per prevenire nuove misure restrittive e favorire scambi più fluidi tra i due Paesi.

Matteo Zoppas, presidente Agenzia Ice

Bisogna però considerare che la competenza in questo caso rimane comunque europea», ha concluso il presidente dell'Ice.

GLI ORIZZONTI FUTURI

Matteo Zoppas è stato in Israele e Palestina per dare supporto all'importante missione del ministro degli Affari esteri e della cooperazione internazionale Antonio Tajani. «L'Italia dal punto di vista commerciale può giocare un ruolo importante: con la fase che speriamo inizierà quanto prima di ricostruzione, si apre una finestra che potrà rappresentare un'opportunità reciproca per l'Italia e il territorio che interessa la striscia di Gaza». Durante gli incontri bilaterali, prima con le rappresentanze istituzionali israeliane e poi quelle palestinesi, si è iniziato a valutare lo sviluppo di progetti di cui può beneficiare il commercio estero italiano, ha aggiunto Zoppas. «Su Israele si è evidenziato uno spazio per la partecipazione alle attività della space economy. Oggi a incidere sulle esportazioni italiane verso Israele, che si attestano intorno ai tre miliardi e mezzo di euro, sono soprattutto i prodotti dell'alta tecnologia e i prodotti di altissima gamma che rispecchiano il core business del nostro made in Italy». Anche l'Africa si conferma continente strategico per l'export italiano. Agenzia Ice è presente sul territorio, con tre nuovi uffici a Lagos, Dakar e Nairobi, «che portano così a 12 il numero degli uffici operativi che, in collaborazione con le Ambasciate, individuano i settori e le aree di maggiore interesse, e altrettanti desk», ha dichiarato il presidente Ice, in occasione dell'assemblea pubblica di Confindustria Assafrica & Mediterraneo. • **Francesca Druidi**



Auto di lusso, come difendersi da furti e frodi

San Giorgio Servizi punta su un approccio innovativo per il recupero dei beni su tutto il territorio nazionale e internazionale, garantendo risultati concreti e tempestivi grazie a un servizio personalizzato, etico e innovativo

Un fenomeno sempre più diffuso come denunciano le crescenti richieste di assistenza internazionale diffuse dalla polizia sulla banca dati Sis (Sistema d'informazione Schengen) della Fedpol e Interpol è quello dei furti di auto di lusso, a danni delle società di leasing e noleggio. Le auto vengono acquisite o noleggiate con contratti regolari e poi portate all'estero dove vengono fatte sparire, per essere poi rivendute. «Siamo consapevoli che l'interesse criminale per le autovetture rappresenta una minaccia sempre in evoluzione, ma il nostro impegno è quello di rimanere un passo

Salvatore Palumbo, direttore operativo di San Giorgio Servizi che ha sede a Genova



avanti attraverso la continua ricerca, l'adozione delle migliori tecnologie disponibili e la formazione del nostro personale. Nel corso degli anni, abbiamo sviluppato partnership strategiche con diverse aziende che offrono servizi complementari ai nostri. Questo ci permette di gestire in modo efficiente il recupero, la movimentazione e la custodia di veicoli leggeri e pesanti, grazie alla nostra rete logistica ben consolidata. La nostra esperienza ci consente di offrire un servizio completo e integrato per le aziende del settore automotive» spiega Sal-

vatore Palumbo, direttore di San Giorgio Servizi, azienda con una lunga storia e una solida esperienza nel settore del recupero crediti e beni, sia a livello nazionale che internazionale.

Quali servizi offrite?

«San Giorgio Servizi si distingue per una gamma completa di servizi che coprono ogni aspetto del recupero crediti e beni, sia in Italia che all'estero. La nostra esperienza pluridecennale ci permette di offrire soluzioni su misura per ogni esigenza, garantendo sempre professionalità e competenza. Il recupero crediti è una delle nostre attività principali e viene svolto attraverso un servizio di home collection, dove i nostri incaricati si recano direttamente presso i debitori per risolvere le situazioni di insolvenza. Questo approccio diretto e personalizzato ci consente di ottenere risultati efficaci e tempestivi. Siamo specializzati nel recupero di veicoli in via stragiudiziale, rintracciando e recuperando i mezzi senza dover ricorrere a procedimenti legali complessi. Il core business del settore automotive si è spostato negli ultimi anni dal leasing al noleggio. La nostra esperienza ci permette di gestire anche le querele, redigendo e depositando denunce presso le autorità competenti, e di presentare istanze di dissequestro per veicoli sequestrati, sia in ambito penale che amministrativo».

Quali sono i punti di forza?

«Ci poniamo sul mercato con l'obiettivo di essere un punto di riferimento per i nostri clienti, grazie alla nostra capacità di innovarci e di introdurre approcci sempre più tecnologici. L'utilizzo di servizi di geolocalizzazione, l'implementazione di strumenti gestionali avanzati e il miglioramento continuo dei nostri processi aziendali sono solo alcune delle iniziative che ci permettono di offrire un servizio sempre più efficiente e all'avanguardia. L'attenzione e la dedizione verso le esigenze dei nostri clienti, l'innovazione tecnologica e il benessere delle



*Lo staff di San Giorgio Servizi
www.sangiorgioservizi.eu*

nostre persone rappresentano i pilastri fondamentali del nostro operato. A rafforzare ulteriormente la nostra struttura operativa, abbiamo accolto nuovi colleghi con un'elevata expertise e spiccate competenze, che ci permettono di fare un ulteriore salto di qualità: Luca Potenza, Massimo Dell'Annunziata e Vittoria Canali. Grazie al loro contributo, possiamo affrontare con ancora maggiore efficienza le sfide del settore e consolidare il nostro ruolo di leader nel mercato. Uno dei punti di forza di San Giorgio Servizi è la nostra rete logistica. Siamo in grado di rintracciare, recuperare e rimpatriare veicoli, anche in situazioni di contenzioso o post-sinistro, garantendo un servizio completo e altamente professionale. Gestiamo tutte le pratiche amministrative necessarie, come la ripunzonatura e la reimmatricolazione dei veicoli, assicurando che ogni mezzo sia conforme alle normative vigenti. Inoltre, ci occupiamo delle procedure di rottamazione, garantendo che i veicoli vengano smaltiti in modo corretto e sicuro, nel pieno rispetto delle normative ambientali. Con uno sguardo sempre rivolto all'innovazione e al miglioramento continuo, ci impegniamo ogni giorno per offrire ai nostri clienti soluzioni sempre più efficienti e all'avanguardia».

Quali altre attività svolgete?

«San Giorgio Servizi si occupa anche di tutte le attività amministrative legate al recupero e alla gestione dei veicoli. Questo include la gestione delle pratiche di reimmatricolazione, l'apposizione di etichette per le nuove targhe, la richiesta di revoche di segnalazioni e la demolizione dei veicoli. Inoltre, gestiamo la redazione e il deposito di atti amministrativi, civili e penali, come querele, istanze e remissioni. La nostra esperienza in questo campo ci permette di offrire un servizio preciso e puntuale, riducendo al minimo i tempi di

attesa e garantendo sempre la massima efficienza. Un altro aspetto fondamentale delle nostre attività è la prevenzione e la gestione delle frodi. Offriamo servizi di antifrode che includono il monitoraggio e l'analisi delle transazioni sospette, la verifica dell'autenticità dei documenti e la collaborazione con le autorità competenti per individuare e contrastare eventuali attività fraudolente. La nostra esperienza e le nostre competenze in questo settore ci permettono di offrire un servizio di alta qualità, proteggendo i nostri clienti da rischi e perdite economiche».

Qual è il segreto del vostro successo?

«È il risultato di un impegno costante verso l'eccellenza e la professionalità. Tuttavia, è fondamentale riconoscere che nessun risultato

Marcello Gambardella, ceo di San Giorgio Servizi



significativo può essere raggiunto senza una stretta collaborazione e cooperazione tra tutte le parti coinvolte. La nostra capacità di offrire soluzioni efficaci e tempestive è strettamente legata alla sinergia che riusciamo a creare con i nostri partner, collaboratori e clienti. Lavorare insieme, condividere obiettivi comuni e mettere in campo le competenze di ciascuno è ciò che ci permette di superare le sfide e raggiungere i nostri traguardi».

• **Cristiana Gofarelli**

Un riconoscimento meritato

Di recente San Giorgio Servizi ha conseguito il premio Awards Eccellenza dell'anno, innovazione & leadership, recupero crediti, per essersi saputa distinguere grazie alla capacità di combinare un'esperienza consolidata con un approccio innovativo, sviluppando strategie efficaci e sostenibili per il rintraccio e il recupero dei beni su tutto il territorio nazionale e internazionale. Per la leadership visionaria che garantisce ai propri clienti risultati concreti e tempestivi attraverso un servizio personalizzato, etico e innovativo. «Questo premio rappresenta una tappa importante del nostro percorso, ma sappiamo che il viaggio continua. Ci spinge a migliorare costantemente per offrire sempre il meglio ai nostri clienti e partner».

The IVECO logo, consisting of the word "IVECO" in a bold, black, sans-serif font, with a horizontal blue bar replacing the letter "E".

Guida la strada del cambiamento



Guidare non è solo un verbo, ma anche un'esperienza.

Nuovi motori, nuovi sistemi di assistenza alla guida, nuovi servizi. Tutto ciò che serve a rendere il trasporto più sostenibile, produttivo e a misura di autista. Tutto questo è la nuova gamma IVECO.



Il profilo dei nuovi leader

Bain & Company contribuisce al rinnovamento generazionale della leadership italiana, che necessita di una visione strategica «per anticipare trend e opportunità». Anche la consulenza cambia, come spiega Pierluigi Serlenga

Proprio un anno fa, Bain & Company ha presentato un'analisi sulle difficoltà del Sistema Italia a costruire e valorizzare una nuova classe manageriale. La leadership italiana è infatti in media più "anziana" rispetto a quella di altri paesi europei. «L'Italia affronta sfide strutturali nel rinnovamento generazionale della leadership», spiega Pierluigi Serlenga, managing partner Italia di Bain & Company.

Quali sono le principali criticità del nostro Paese su questo fronte?

«Una scarsa crescita economica, l'assenza di incentivi per il ricambio dei manager, il prolungamento della vita lavorativa e la riduzione delle posizioni manageriali dovuta alla ricerca di efficienza. Dal lato dell'offerta, pesano il ritardo nell'ingresso dei giovani nel mercato del lavoro, una limitata formazione manageriale, scarsa attenzione alle soft skill e una bassa presenza di startup. Inoltre, la minore attrattività salariale e il predominio delle Pmi rendono difficile la permanenza e l'ascesa dei giovani talenti in ruoli di leadership».

Per affrontare queste sfide, Bain & Company ha lanciato iniziative concrete volte a favorire il ricambio generazionale.

«Sì, tra queste c'è Forward100, un programma annuale di formazione gratuito ed esclusivo, dedicato a 100 giovani professionisti ad alto potenziale provenienti da aziende italiane e dal settore pubblico. Questo programma offre competenze strategiche, accesso a contenuti di alto livello e un network internazionale, con l'obiettivo di accelerare l'ingresso dei talenti italiani nella C-suite».

Può indicare le caratteristiche indi-

spensabili che i leader di oggi e di domani devono avere per rispondere alla complessità del mondo attuale?

«Le caratteristiche essenziali includono visione strategica e capacità di innovazione per navigare la complessità globale e anticipare trend e opportunità. Competenze digitali e tecnologiche saranno cruciali per guidare la trasformazione digitale delle imprese. Occorre inoltre sensibilità verso internazionalizzazione, multiculturalità e sostenibilità: pilastri fondamentali per competere in uno scenario globale sempre più interconnesso».

Partecipate, insieme ad altre prestigiose realtà, al Master in Management Consulting, nato dalla collaborazione tra Assoconsult e Sole 24 Ore Formazione. Come sta cambiando il mondo della consulenza a fronte di un contesto in cui la velocità del cambiamento tecnologico è più evidente che mai?

«Il panorama attuale, segnato dalla velocità del cambiamento tecnologico e dall'intensità delle crisi globali, sta trasformando profondamente il ruolo della consulenza strategica. In questo scenario di continua evoluzione, il Master in Management Consulting - a cui Bain contribuisce con casi reali, metodologie innovative e competenze operative - rappresenta un'iniziativa cruciale per formare consulenti capaci di affrontare le sfide di un mercato sempre più complesso. L'adozione tecnologica accelera, ridefinendo modelli di business e dinamiche competitive: per rimanere rilevante, la consulenza strategica deve sviluppare soluzioni che combinino agilità, capacità predittiva sui trend di mercato e ottimizzazione delle performance aziendali. In sostanza, la consulenza oggi non si limita a rispondere al cambiamento: lo deve anticipare, supportando le aziende nel cogliere opportunità e mitigare i rischi di un progresso tecnologico senza precedenti».

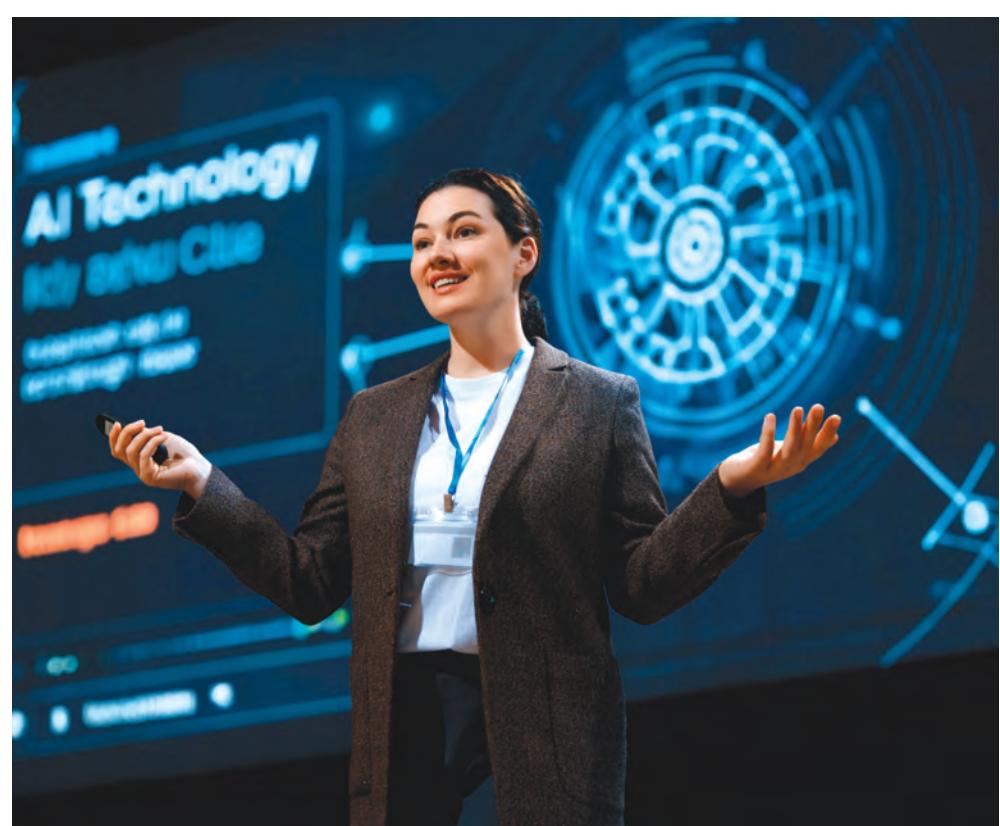
I Bain Digital (R)Evolution Awards assegnati lo scorso novembre hanno riconosciuto realtà avanzate nell'adozione e integrazione di robotica avanzata, innovazione e Ai generativa. Cosa ostacola l'adozione dell'Ai nelle aziende italiane? E come state supportando le imprese a sviluppare una roadmap di implementazione?

«L'ultima edizione dei Bain Digital (R)Evolution Awards ha evidenziato come l'adozione dell'intelligenza artificiale richieda una visione strategica che integri innovazione, sostenibilità e sviluppo del capitale umano. In Italia, le principali barriere sono la mancanza di competenze specializzate, i costi iniziali elevati, la resistenza culturale e la difficoltà nella



LA CONSULENZA OGGI

Non si limita a rispondere al cambiamento: lo deve anticipare, supportando le aziende nel cogliere opportunità e mitigare i rischi di un progresso tecnologico senza precedenti



gestione dei dati. Bain supporta le aziende sviluppando roadmap personalizzate che bilanciano automazione e valorizzazione delle competenze interne, promuovendo formazione e riqualificazione. Attraverso

progetti pilota e partnership strategiche, aiutiamo le imprese a superare le resistenze e a cogliere le opportunità offerte dall'Ai, trasformando le sfide in vantaggi competitivi». • FD

Pierluigi Serlenga, managing partner Italia di Bain & Company





SPEDIZIONIERI DOGANALI ESPERTI, EFFICIENTI, PROFESSIONALI

Alisped Srl nasce nel 1977 come casa di spedizioni con delega doganale. I fondatori non erano nuovi nel settore in quanto, con diversa ragione sociale, erano già presenti nel comparto delle case di spedizione dal 1926.

Attualmente, la totale proprietà della ditta fa capo alla famiglia Dapelo, che da sola fornisce più della metà della forza lavoro.

Alisped conta oggi quindici addetti che operano presso la sede, con due uffici tattici dislocati nel Porto Nuovo e presso l'Autoporto di Ferneti. Si occupa di trasporti via terra, via mare, gestione dei servizi doganali, contabilità e assistenza ai clienti.

La conduzione dell'azienda pur essendo "familiare" si avvale di tutte le tecnologie più avanzate che possano migliorare l'efficienza e la produttività, oltre alla totale informatizzazione di tutte le fasi di lavoro, dispone anche di due linee dedicate per lo scambio di dati con la Dogana, sito internet e indirizzo email sono gestiti in maniera totalmente isolata (per motivi di sicurezza) e una postazione dedicata al remote banking permette di effettuare in tempo reale qualsiasi tipo di operazione bancaria nazionale ed estera. Tutto questo permette di offrire al cliente un servizio personalizzato, di alta qualità.



alisped s.r.l.



www.alispeds.com

Ufficio del Porto di Trieste
via Ottaviano Augusto, 9 - 34123 Trieste (TS)
Tel. 040 303 544 - Fax 040 303 946
operativo@alispeds.com

Ufficio di Ferneti - Interporto di Trieste
Località Ferneti - 34016 Monrupino (TS)
Tel. 040 2199 175/176
fernetti@alispeds.com

Il futuro del turismo

Innovazione, esperienze personalizzate, sostenibilità e un modello di business solido sono alla base del successo del Gruppo Nicolaus Valtur, tra i primi tre tour operator di matrice italiana



Una visione imprenditoriale coraggiosa è riuscita a trasformare il Gruppo Nicolaus Valtur da piccolo tour operator in un grande gruppo turistico organizzato, attualmente tra i primi tre tour operator di matrice italiana, capace anche di sviluppare un nuovo ramo d'azienda come la gestione di catene alberghiere con marchi proprietari. Il ceo Giuseppe Pagliara spiega come si è consolidata l'ottima posizione del Gruppo.

Il vostro successo in un settore così competitivo come quello turistico, da quali fattori è determinato?

«Questo risultato di squadra, di cui siamo molto fieri, è frutto di una commistione di

SUL FRONTE DELL'HOSPITALITY COMPANY

«È in atto una crescita ulteriore sul segmento upscale e upper upscale con la finalizzazione dell'innalzamento a 5 stelle di tutto il nostro Valtur Cervinia Cristallo Ski Resort e il progetto del Valtur Gallipoli Beach Resort»

fattori. Inizierai dal coraggio e dalla visione imprenditoriale, che avrebbero potuto, però, essere annientati dalla mancanza di sinergia tra me e il presidente del Gruppo, mio fratello Roberto. Come è normale che sia, siamo diversi, ma questa caratteristica è sempre stata uno stimolo, anche alla coesione e alla lettura attenta del mercato, altro fattore determinante per la nostra attività. Il coraggio, senza analisi dei dati e dei trend, funzionali ad anticipare il mercato, è un vicolo cieco. Ed è anche grazie al polso del mercato rilevato e compreso costantemente che abbiamo saputo mettere in atto un approccio al business guidato dal non avere paura nel contaminare modelli assestati, per innestarli con soluzioni di business che ne evolvano la portata. Il nostro successo è frutto di un impegno davvero corale e questo è possibile grazie a un lungo lavoro di costruzione della reputazione del gruppo, che ha saputo consolidare la propria posizione di operatore e partner affidabile e forte presso i propri partner e i propri clienti, e anche grazie a un'attenta selezione delle prime e seconde linee, funzionale a creare una linea di management in perfetto accordo con il nostro progetto di sviluppo».

Qual è la vostra strategia aziendale?
«La parola chiave è innovazione. Non

vuota né stereotipata, ma innestata in ogni ramo aziendale. Non potrebbe esserlo senza una visione technology based, che ci ha portato a implementare grandi cambiamenti, anche dal punto di vista gestionale, che hanno comportato un grande sforzo da parte di tutta l'azienda, ma che ora ci permettono non solo di lavorare in ottica data driven, ma anche di gestire modelli complessi, leggere in anticipo il mercato e processare con grande flessibilità e velocità le richieste della distribuzione e della clientela, gestendo al meglio le risorse. Con la stessa agilità abbiamo immaginato la nostra catena alberghiera per farla operare fin dall'inizio con un'impostazione capace di interpretare il meglio della contemporaneità, anche dal punto di vista del lifestyle, rendendola per questo anche fortemente riconoscibile».

Quali sono i progetti futuri del Gruppo?

«Per ciò che concerne il tour operating, stiamo implementando un ampliamento di gamma, che andrà a diversificare ulteriormente la tipologia dell'offerta per rispondere a un pubblico sempre più segmentato ed esteso. Il prodotto generico sta perdendo sempre più terreno perché le persone vedono la vacanza come un

momento di qualità che deve gratificare sogni e aspirazioni. Per questo, creare possibilità di personalizzazione è importante, come lo è aiutare la distribuzione e il cliente potenziale a individuare la proposta di vacanza ideale. In particolare, stiamo lavorando per rafforzare la specializzazione sulla destinazione italiana, e confermare il posizionamento sul segmento del medio e lungo raggio mediante un forte presidio di prodotti a marchio proprietario mixati a proposte di resortistica di qualità e varietà sulla destinazione. Sul fronte dell'hospitality company, è in atto una crescita ulteriore sul segmento upscale e upper upscale con la finalizzazione dell'innalzamento a 5 stelle di tutto il nostro Valtur Cervinia Cristallo Ski Resort, portato a termine per questa riapertura invernale, e il progetto del Valtur Gallipoli Beach Resort, che rappresenta una novità assoluta anche dal punto di vista del format. In via di sviluppo anche altri importanti progetti sulla destinazione pugliese che andremo a comunicare prossimamente».

Quali sono le maggiori criticità che state incontrando?

«Vorremmo anche maggiore progettualità a livello istituzionale, con un'interlocuzione tarata su di noi. Il messaggio, davvero riduttivo, che spesso passa è che il turismo sia soltanto portare gli stranieri in Italia. A prescindere dall'orientamento politico della compagnie di governo».

Il tema sostenibilità anche nel vostro settore è diventato cruciale. Quali sono i vostri impegni e progetti in questa direzione?

«La sostenibilità è la nostra cartina tornasole. Il turismo non può più prescindere dal non tenerla in considerazione, ma facendolo in modo articolato e sistematico. Non si tratta solo di pensare all'ambiente, come a un'entità priva di contestualizzazione. La sostenibilità passa dal rapporto con le comunità locali e dal cercare di dare concretezza a questo rapporto. Così come dalla capacità di destagionalizzare per evitare che, passata l'alta stagione, i territori turistici diventino una sequela di attività chiuse, con un territorio sommersamente in letargo. A Zanzibar, per esempio, sostieniamo il progetto Zanzibar Help, che opera direttamente sull'isola con iniziative, solo per citarne un paio, dedicate alle risorse idriche e all'istruzione. Parlando di sostenibilità, anche se potrebbe apparentemente sembrare una criticità, abbiamo mantenuto il nostro quartier generale a Ostuni e siamo impegnati fortemente in Puglia con progetti di formazione e per sostenere eccellenze come la squadra di basket di Brindisi, di cui siamo diventati main sponsor. Naturalmente, abbiamo aperto sedi distaccate a Milano e a Roma, ma abbiamo l'ambizione di creare valore aggiunto per il nostro territorio d'origine. E visto che i dati sono fondamentali per sostanziare la concretezza, stiamo completando un percorso che ci porterà alla redazione del primo bilancio di sostenibilità nel 2026». • **Cristiana Galfarelli**

Giuseppe Pagliara ceo Gruppo Nicolaus Valtur





T + TISSOT
FOCUS FORWARD



TISSOT T-TOUCH CONNECT SPORT



brics.it