

Modernità, bellezza e radici



Valorizzare le eccellenze italiane, ponendo al centro un forte impegno sociale e promuovendo la cultura della meritocrazia, il più potente vettore di parità. Fin dagli esordi, è la missione che ogni anno rinnova la Fondazione Guido Carli, onorando la memoria di uno statista illuminato che considerava il merito «non un privilegio individuale, ma un dovere verso la collettività». A ricordarlo con stima e affetto è la nipote prediletta Romana Liuzzo, presidente della Fondazione che da 16 anni assegna l'omonimo riconoscimento a personalità e imprese che hanno saputo interpretare al meglio la lezione del celebre nonno. «Il Premio Guido Carli- sottolinea Liuzzo- non celebra solo i risultati, ma i modelli capaci di ispirare le nuove generazioni».

Ispirarle agli insegnamenti virtuosi di nonno Guido, indimenticato governatore di Bankitalia e ministro del Tesoro. Come confluiscono nello spirito della fondazione a lui intitolata?

«Nonno ricordava spesso che "la speranza è un rischio da correre". Da governatore della

Romana Liuzzo, presidente della Fondazione Guido Carli

Banca d'Italia ha sempre creduto nei giovani e nel loro talento, convinto che il compito delle istituzioni fosse creare le condizioni per farlo emergere. È questo lo spirito che anima la Fondazione: non premiare il successo fine a sé stesso, ma chi ha saputo trasformare competenza, visione e integrità in un bene condiviso».

Con il progetto "Caivano 2" avete offerto opportunità concrete a studenti valorosi in contesti difficili. Come si può far emergere il talento quando sboccia lontano dai riflettori?

«Abbiamo voluto testimoniare che la cultura è il primo vero strumento di emancipazione. Con Caivano 1 abbiamo donato alla cittadina campana una collezione di 200 volumi appartenuti a Carli; da qui nasce una biblioteca che porta il suo nome. Con Caivano 2 siamo andati oltre: abbiamo premiato Eugenia Carfora, dirigente scolastica simbolo di coraggio e rigore.

>>> Segue pag. 4

A difesa della libertà di pensiero

In una società incapace di raccontare i propri eroi che per sentirsi viva ha bisogno di creare nemici, Daniele Capezzone si scaglia contro chi, per mettere in fuorigioco gli avversari, usa la violenza verbale

di FD

Si è tenuta a fine settembre a Roma la quarta edizione della conferenza L'Italia dei Conservatori, organizzata da Fondazione Tatarella e Nazione Futura, con la collaborazione di The European Conservative. Tra le figure di spicco del mondo politico, culturale e imprenditoriale presenti Fabrizio Tatarella, il ministro dell'Istruzione e del merito Giuseppe Valditara e il direttore editoriale di Libero Daniele Capezzone. «Un'occasione per affrontare e discutere i temi più urgenti dell'attualità, offrendo una piattaforma per un dibattito costruttivo sui valori dell'Occidente e della libertà». Durante l'evento è stato presentato anche il libro di Daniele Capezzone Trumpisti o muskisti, comunque fascisti. Sinistra a caccia di nemici. Proprio con il direttore editoriale di Libero parliamo di merito, conflitti ideologici e polarizzazioni politiche.

Se dovesse spiegare a un giovane cosa significa davvero essere meritevoli in Italia oggi, cosa direbbe?

«Faticare, applicarsi, restare liberi, e avere sempre pronta in tasca una lettera di dimissioni».

In un paese come l'Italia, dove spesso contano conoscenze e burocrazia, come si può



Daniele Capezzone, direttore editoriale di Libero

davvero premiare il merito?

«Se dobbiamo essere sinceri, la strada è vergognosamente lunga e tortuosa.

>>> Segue pag. 23

AgID

L'alleata digitale

Migliorare l'accessibilità dei cittadini ai servizi pubblici digitali, modernizzando la Pa e producendo valore non solo in termini economici, ma anche sociali ed etici. In questa direzione guarda il progetto Citizen Inclusion, di cui l'Agenzia per l'Italia digitale (AgID) è soggetto attuatore nell'ambito delle misure collegate al Pnrr. «Si tratta di un progetto che ha previsto tre importanti linee d'azione- spiega il direttore generale Mario Nobile- e da cui nei prossimi mesi aspettiamo outcome positivi, sia per il settore pubblico che privato».

>>> Segue pag. 8

IL VALORE SOCIALE DELL'IMPRESA

Dal welfare aziendale alla sicurezza sul lavoro. Dalla sostenibilità al tema delle competenze. L'analisi di Andrea Amalberto, presidente Confindustria Piemonte



Eccellenze italiane

La storia imprenditoriale, l'esperienza, la cultura aziendale, le sfide e i progetti di Basicem, Doleran, Bitossi Home, Caffè Borbone, Sacmi, Terra Moretti e Faver



Tecnologia e inclusione

Impresa femminile che coniuga eccellenza It e responsabilità sociale. Per Laser Romae la tecnologia è mezzo di inclusione: dal bullismo alle discriminazioni


Pineider
FIRENZE 1774





Colophon

Direttore onorario
Raffaele Costa



Direttore responsabile
Marco Zanzi
direzione@golfarellieditore.it

Vice Direttore
Renata Gualtieri
renata@golfarellieditore.it

Redazione
Tiziana Achino, Lucrezia Antinori, Tiziana Bongiovanni, Silvia Brundu, Eugenia Campo di Costa, Cinzia Calogero, Anna Di Leo, Alessandro Gazzo, Cristiana Golfarelli, Simona Langone, Leonardo Lo Gozzo, Michelangelo Marazzita, Guia Montefamelio, Marcello Moratti, Michelangelo Podestà, Desna Ruscica, Debora Stampone, Giuseppe Tatarella

Relazioni internazionali
Magdi Jebreal

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

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

Relazioni pubbliche
Via del Pozzetto, 1/5 - Roma



Modernità, bellezza e radici

E, non ultimo, il talento a servizio del bene collettivo. Sui migliori eredi di questi valori di cui Guido Carli era un maestro, la Fondazione guidata da Romana Liuzzo punta i riflettori. Premiandone il modello e la capacità di ispirare



Valorizzare le eccellenze italiane, ponendo al centro un forte impegno sociale e promuovendo la cultura della meritocrazia, il più potente vettore di parità. Fin dagli esordi, è la missione che ogni anno rinnova la Fondazione Guido Carli, onorando la memoria di uno statista illuminato che considerava il merito «non un privilegio individuale, ma un dovere verso la collettività». A ricordarlo con stima e affetto è la nipote prediletta Romana Liuzzo, presidente della Fondazione che da 16 anni assegna l'omonimo riconoscimento a personalità e imprese che hanno saputo interpretare al meglio la lezione del celebre nonno. «Il Premio Guido Carli- sottolinea Liuzzo- non celebra solo i risultati, ma i modelli capaci di ispirare le nuove generazioni».

Ispirarle agli insegnamenti virtuosi di nonno Guido, indimenticato governatore di Bankitalia e ministro del Tesoro. Come confluiscono nello spirito della fondazione a lui intitolata?

«Nonno ricordava spesso che “la speranza è un rischio da correre”. Da governatore della Banca d'Italia ha sempre creduto nei giovani e nel loro talento, convinto che il compito delle istituzioni fosse creare le condizioni per farlo emergere. È questo lo spirito che anima la Fondazione: non premiare il successo fine a sé stesso, ma chi ha saputo trasformare competenza, visione e integrità in un bene condiviso».

Con il progetto “Caivano 2” avete offerto opportunità concrete a studenti valorosi in contesti difficili. Come si può far emergere il talento quando sboccia

IL VALORE DELLE DONNE

Non va riconosciuto per “quote rosa”, ma perché rappresenta una risorsa imprescindibile. Le donne hanno una naturale capacità di unire visione e concretezza, di portare avanti più sfide insieme, introducendo spesso un'attenzione al bene comune che diventa forza collettiva

lontano dai riflettori?

«Abbiamo voluto testimoniare che la cultura è il primo vero strumento di emancipazione. Con Caivano 1 abbiamo donato alla cittadina campana una collezione di 200 volumi appartenuti a Carli; da qui nasce una biblioteca che porta il suo nome. Con Caivano 2 siamo andati oltre: abbiamo premiato Eugenia Carfora, dirigente scolastica simbolo di coraggio e rigore, e coinvolto alcune aziende partner della Fondazione affinché offrissero esperienze lavorative ai ragazzi del territorio. Almeno venti tirocini sono diventati realtà la scorsa estate».

Alla leadership delle donne e ai pregiudizi che si trovano ad affrontare dedicate iniziative periodiche. Cercando di trasmettere quale messaggio di fondo?

«Il valore delle donne non va riconosciuto per “quote rosa”, ma perché rappresenta una risorsa imprescindibile. Le donne hanno una naturale capacità di unire visione e concretezza, di portare avanti più sfide insieme, introducendo spesso un'attenzione al bene comune che diventa forza collettiva. Doti che negli ultimi anni abbiamo raccontato attraverso voci di-

verse e di grande caratura».

Alcune delle più recenti e interessanti?

«Claudia Parzani, presidente di Borsa Italiana, con la lectio magistralis “Elogio dell'insuccesso. Le nuove leadership tra gentilezza e diversità”, ha mostrato come cadute e fragilità possano trasformarsi in opportunità; Beatrice Venezi, oggi direttore musicale della Fenice di Venezia, con “Cantare fuori dal coro. Le voci delle donne, oltre i pregiudizi”, ha testimoniato la forza di affermarsi in un mondo tradizionalmente maschile; Claudia Gerini, con “Imperfetti e felici. Il coraggio della fragilità contro la dittatura dell'apparenza”, ha portato l'attenzione sulla salute mentale, soprattutto tra i giovani».

In piena tempesta dei dazi, nei mesi scorsi avete celebrato l'eccellenza del made in Italy nella giornata dell'Europa. Quali punti di forza avete messo in mostra per resistere a questa delicata fase storica?

«Il made in Italy non è un marchio commerciale, è un patrimonio identitario che unisce tradizione e innovazione. Moda, agroalimentare, design, manifattura avanzata: in ogni settore racchiudiamo secoli

di cultura e una creatività che il mondo continua a invidiarci. Per questo riteniamo che il cibo italiano, e più in generale il made in Italy, debbano essere riconosciuti come patrimonio immateriale dell'umanità, per proteggerne il valore e consegnarlo alle nuove generazioni. In un mondo attraversato da tensioni e barriere, la nostra forza rimane la capacità unica di coniugare bellezza, qualità e sostenibilità. Il compito della Fondazione Guido Carli è tenere vivo un insegnamento che non appartiene al passato, ma al nostro presente: il merito, la cultura, la gentilezza e l'identità italiana sono strumenti per affrontare le sfide di oggi».

A novembre organizzerete una grande Convention nella Sala Koch del Senato dal titolo “Il futuro in movimento: strategie per un'Italia protagonista”. Su quali settori deve puntare il nostro Paese per essere più competitivo nello scacchiere internazionale?

«Per essere protagonista, l'Italia deve guardare avanti senza dimenticare le sue radici. Energia, innovazione, infrastrutture, impresa e sicurezza sono i pilastri di un futuro competitivo: l'energia ci lega alla transizione ecologica, l'innovazione alla ricerca e alla conoscenza, le infrastrutture al dialogo tra territori, l'impresa al lavoro e alla crescita, la sicurezza alla fiducia dei cittadini. La sfida è saper tenere insieme tradizione e modernità, eccellenza e visione, perché solo così l'Italia potrà non inseguire il cambiamento, ma guidarlo».

• **Gaetano Gemiti**

Romana Liuzzo, presidente della Fondazione Guido Carli



brosway



BROSWAY.COM

La Pubblica Amministrazione inverte la rotta

Valorizzare il merito, investire nella formazione e semplificare. Sono le tre leve strategiche su cui il ministro Paolo Zangrillo sta costruendo una Pa moderna e al passo con i tempi

La Pubblica Amministrazione negli ultimi 10 anni ha vissuto un grande impoverimento, sia dal punto di vista quantitativo che qualitativo. «Il blocco del turnover - precisa il ministro della Pubblica Amministrazione Paolo Zangrillo - ha fatto perdere 300mila persone, ha fatto aumentare l'età media dei dipendenti pubblici fino a superare i 51 anni, ha creato una situazione in cui è difficile affrontare le sfide richieste in un momento cruciale come quello che sta vivendo il nostro Paese. Ma ora abbiamo finalmente invertito la rotta.

Il Governo Meloni sta ormai arrivando al terzo anno: quali sono le maggiori criticità che ha dovuto superare la Pubblica Amministrazione?

«La prima vera grande criticità che abbiamo dovuto affrontare in questi tre anni riguarda il personale e fa riferimento proprio alla necessità di recuperare e di rispondere alle conseguenze del blocco del turnover che abbiamo avuto nei 10 anni precedenti, dal 2008 al 2019 che ci ha fatto perdere 300mila persone. Questo ha aggravato una situazione già abbastanza critica. In Italia il rapporto tra residenti e dipendenti pubblici non arriva al 6 per cento, è dunque decisamente inferiore rispetto al 9 per cento degli altri Paesi europei. Siamo quindi intervenuti subito per assicurare un processo di reclutamento efficace considerato che prima del 2022 i concorsi duravano più di 2 anni. L'altra criticità che abbiamo dovuto affrontare è quella della formazione. In un'epoca caratterizzata da grandi trasformazioni anche dal punto di vista tecnologico dobbiamo essere in grado di utilizzare tutti gli strumenti per offrire ai nostri utenti, cittadini e imprese, risposte sempre più efficienti».

Quali risposte avete dato per risolvere queste criticità?

«Per quanto riguarda il reclutamento abbiamo riprogettato le procedure concorsuali, le abbiamo digitalizzate con il potenziamento del portale inPA, diventato l'unica porta di accesso alla Pubblica Amministrazione, accessibile tramite App



IL NUOVO PERCORSO "ESSERE PA"

Promuove una formazione per rafforzare anche le competenze umanistiche e comportamentali, contribuendo a costruire una comunità di lavoro più consapevole e responsabile

anche attraverso lo smartphone. In questo modo l'iscrizione ai concorsi è diventata semplice e rapida e la durata delle procedure è scesa a circa 180 giorni. Abbiamo avviato una nuova stagione che ci ha portato a inserire tra il 2023 e il 2024 più di 350.000 persone e più della metà di queste hanno meno di 40 anni. Solo nei primi 8 mesi del 2025 sono stati pubblicati 11.500 bandi per più di 100mila posizioni: è senza dubbio un record storico. Abbiamo così

abbassato l'età media dei dipendenti pubblici da 51 anni agli attuali 49. Per la prima volta dopo più di 15 anni la Pa cresce».

Sulla formazione invece che risultati avete realizzato?

«La formazione è una leva strategica fondamentale. Alla fine del 2022 il tempo medio dedicato alla formazione dei dipendenti pubblici era di sei ore all'anno. Siamo passati, in meno di un anno, a 24 e ora abbiamo l'obiettivo di arrivare almeno a 40 ore. Nell'ultima direttiva del 2025 ho specificato che il rispetto dell'obiettivo delle 40 ore è uno degli items su cui valuteremo la performance delle nostre persone. Abbiamo potenziato il portale digitale Syllabus, che offre a tutti i dipendenti pubblici un catalogo di corsi in continuo aggiornamento. Oggi conta 10.000 amministrazioni iscritte, con oltre 500.000 dipendenti che hanno avviato corsi di formazione. Solo su Syllabus nei primi sei mesi del 2025 sono state erogate 1,6 milioni di ore di forma-

zione. Abbiamo inoltre avviato, in diverse regioni d'Italia, i poli formativi territoriali insieme alla Scuola nazionale di amministrazione. Si tratta di hub di formazione che riuniscono Università, imprese e Pubbliche Amministrazioni e si occupano di offrire corsi su tematiche specifiche. Non solo, con il nuovo percorso "Essere PA" stiamo promuovendo una formazione per rafforzare anche le competenze umanistiche e comportamentali, contribuendo a costruire una comunità di lavoro più consapevole e responsabile».

Quanto occorre ancora fare per dare al Paese una Pubblica Amministrazione adeguata alle sfide del presente?

«La Pa come ogni organizzazione deve sapersi adattare al contesto in cui opera. Abbiamo bisogno di acquisire una capacità manageriale che ci permetta di vivere il cambiamento come un'opportunità. Stiamo lavorando moltissimo con i dirigenti per cercare di creare una classe di dipendenti pubblici che abbia consapevolezza del ruolo che svolgono, che abbia le competenze adeguate e le capacità di tradurre il sapere in saper fare. Questo è il motivo per cui una delle finalità che ci siamo posti è stato introdurre dei sistemi di gestione per obiettivi, come del resto succede in tutte le organizzazioni del mondo. Un esempio concreto è quello del toolkit

IL PORTALE "ITALIA SEMPLICE"

Gestito dal Dipartimento della funzione pubblica, è online da fine settembre. Con pochi click, gli utenti potranno consultare tutte le procedure semplificate a partire dall'avvio del PNRR. Per ciascun ambito tematico sono descritte le procedure ed è spiegato cosa cambia per cittadini e imprese. «Per la prima volta gli utenti e le amministrazioni avranno uno strumento che li aiuterà a capire in modo intuitivo e veloce come stiamo semplificando il Paese».

“Minerva”, uno strumento in via di sperimentazione che coinvolge circa 300 amministrazioni, e che permette di mappare l'organico, rilevare il fabbisogno di competenze e pianificare percorsi di upskilling e reskilling».

Cosa consente la gestione per obiettivi?

«Consente da un lato alle persone di avere chiarezza sui risultati che l'organizzazione si aspetta da loro e dall'altro offre la possibilità di misurare la performance delle nostre persone e di poter premiare i meritevoli».

L'altra grande sfida che la Pa deve affrontare è quella del merito.

«Esatto. Vogliamo introdurre dei sistemi di valutazione delle nostre persone che consentano di premiare il talento e creare un contesto organizzativo che sia soddisfacente e motivante. La Corte dei Conti nel suo ultimo report ha sottolineato l'inefficienza del sistema di misurazione e valutazione della performance con la conseguenza che il 99 per cento dei dirigenti sono eccellenti. Questo sistema è figlio di un processo di valutazione della performance che è solo burocratico e non risponde alla realtà. Dobbiamo avere dei sistemi di valutazione che consentano di verificare in modo chiaro i risultati raggiunti».

Come state affrontando questa sfida?

«In maniera pragmatica. Ho lavorato nell'ultimo anno sulla costruzione di un disegno di legge che è stato approvato in Consiglio dei ministri ed è approdato in Parlamento. Nelle prossime settimane approfondiremo il contenuto di questo provvedimento che introduce novità sostanziali nella gestione delle persone».

Quali sono queste novità?

«Si prevede che le eccellenze non possono essere più del 30 per cento dei valutati. Vengono assegnati ai dipendenti pubblici non solo obiettivi di mestiere, ma anche di comportamento. In questo modo introduciamo un concetto fondamentale: al sapere bisogna aggiungere il saper fare e il saper essere. Le competenze non bastano più, diventa imprescindibile puntare su comportamenti organizzativi virtuosi per creare un contesto nel quale le persone sanno fare squadra, affrontano il cambiamento non come una minaccia, ma come un'opportunità. In sintesi, valutiamo la leadership delle nostre persone. Questo nella convinzione che la Pubblica Amministrazione, al pari di qualsiasi altra organizzazione, ha bisogno di manageria, di persone che sappiano leggere il contesto in cui operano, abbiano capacità di visione, sappiano avere dei comportamenti che facciano crescere il team. Si tratta di una vera e propria “rivoluzione” nella Pubblica Amministrazione».

Qual è l'altro aspetto importante di questo disegno di legge?

«L'altro aspetto importante di questo disegno di legge è che introduciamo per la prima volta la possibilità di fare carriera non solo tramite concorso ma attraverso



MINERVA

È uno strumento in via di sperimentazione che coinvolge circa 300 amministrazioni, e che permette di mappare l'organico, rilevare il fabbisogno di competenze e pianificare percorsi di upskilling e reskilling

percorsi di crescita. Oggi, nella Pubblica Amministrazione si entra con concorso e si fa carriera con concorso. Questa modalità deresponsabilizza la classe dirigente dal gestire le proprie persone. Nella Pa italiana viene data la possibilità ai dirigenti di poter proporre per la crescita un proprio collaboratore. Naturalmente a determinate condizioni per garantire un percorso di crescita trasparente e imparziale. Possono essere proposti per lo sviluppo di carriera solo i funzionari che hanno svolto questo ruolo per cinque anni esprimendo un profilo adeguato in termini di performance. Il dirigente che propone il funzionario deve poi svolgere una relazione a una commissione membri estratti a sorte. A valle di questo percorso non si arriva al ruolo, ma a un incarico temporaneo che deve essere valutato ed eventualmente rinnovato in un altro periodo di osservazione che dura quattro anni. Per la prima volta avremo la possibilità da parte del management della

Pa di poter proporre le proprie persone per la crescita. Questa è una spinta al sistema pubblico ad avere dei dirigenti che si occupino delle loro persone, e si assumono la responsabilità di farle crescere. Ci avviciniamo a pratiche di gestione delle persone che sono quelle che adottano tutte le organizzazioni del mondo».

Altra grande partita che state giocando è la semplificazione delle procedure. Come state procedendo?

«Il nostro obiettivo, come previsto dal PNRR, è di semplificare 600 procedure amministrative entro il 2026. Il Dipartimento della funzione pubblica ha raggiunto tutti gli obiettivi nei tempi stabiliti con 261 procedure semplificate e approvate dalla Commissione europea. Un risultato importante che non è frutto di un'attività referenziale, ma di un lavoro di squadra con le amministrazioni, le associazioni di categoria e gli utenti. In quest'ottica, con “Facciamo semplice l'Ita-

lia” stiamo attraversando tutto il Paese raccogliendo sui territori proposte da cittadini, imprese e associazioni di categoria. Si aggiunge, poi, la consultazione “La tua voce conta”, disponibile sul sito partecipa.gov.it, che raccoglie i suggerimenti degli utenti per trasformare in opportunità la percezione degli ostacoli burocratici incontrati nell'esperienza quotidiana». •CG



Paolo Zangrillo,
ministro per la Pubblica Amministrazione

L'alleata digitale

È il volto "amico", inclusivo e innovativo che la Pa italiana sta assumendo anche grazie al lavoro di AgID, impegnata su direttrici strategiche quali la, cybersicurezza e creazione di un ecosistema Europa. Il punto di Mario Nobile

Migliorare l'accessibilità dei cittadini ai servizi pubblici digitali, modernizzando la Pa e producendo valore non solo in termini economici, ma anche sociali ed etici. In questa direzione guarda il progetto Citizen Inclusion, di cui l'Agenzia per l'Italia digitale (AgID) è soggetto attuatore nell'ambito delle misure collegate al Pnrr. «Si tratta di un progetto che ha previsto tre importanti linee d'azione - spiega il direttore generale Mario Nobile - e da cui nei prossimi mesi aspettiamo outcome positivi, sia per il settore pubblico che privato».

Quali output concreti ha generato finora e che progressi sta favorendo sul versante dell'inclusione digitale?

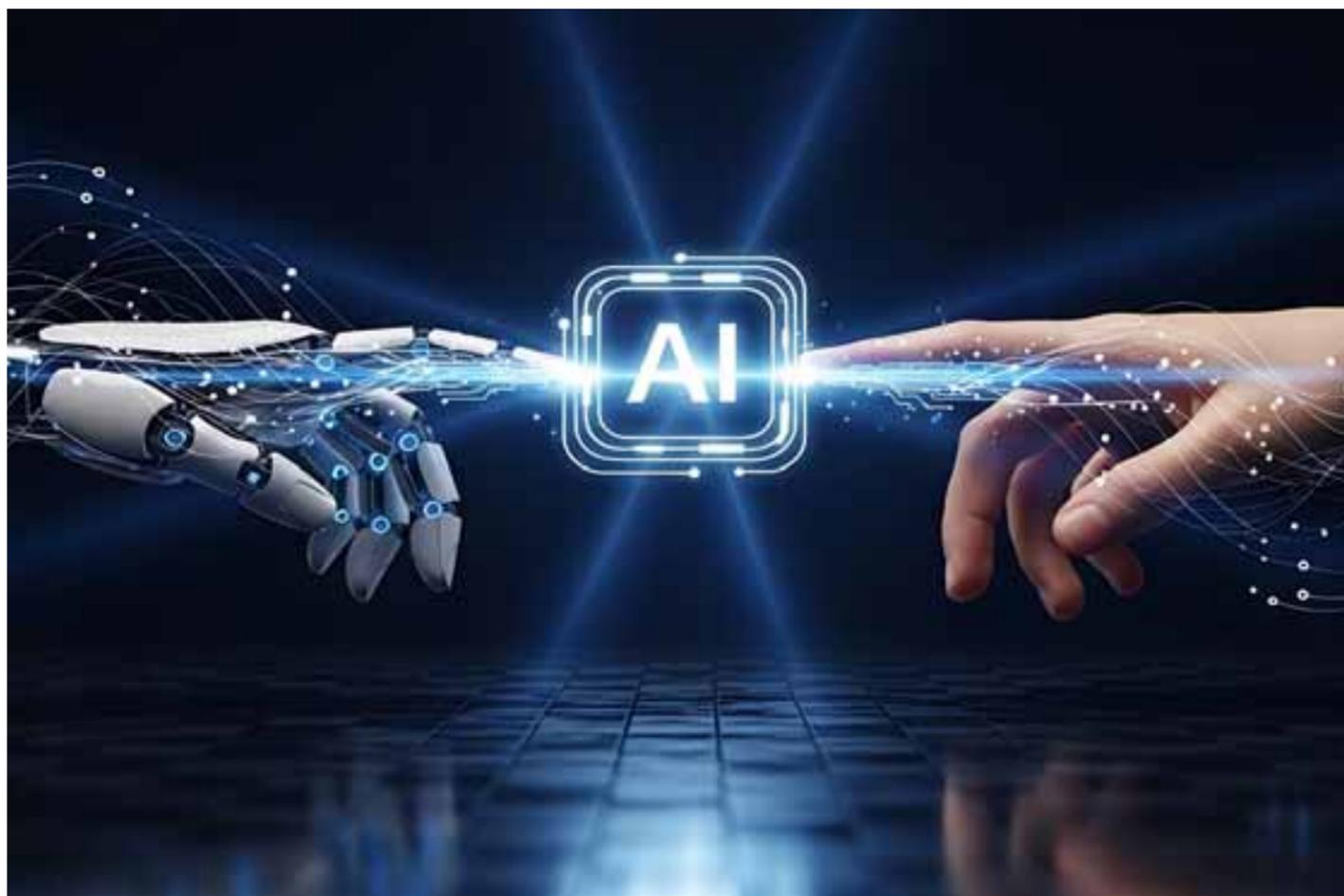
«Siamo partiti con una fase di monitoraggio per mappare il livello di conformità, rispetto ai criteri di accessibilità, di circa 23 mila tra siti web e app e realizzato un portale per monitorare l'andamento dell'accessibilità digitale nel tempo. Il secondo punto è stato quello della formazione: abbiamo realizzato più di 200 corsi online, destinati a dipendenti pubblici e privati e ai professionisti che realizzano servizi digitali. Infine, è stato erogato un supporto finanziario a oltre 60 enti locali per l'acquisto di tecnologie assistive nell'accesso ai servizi pubblici digitali, correggendo gli errori che i loro prodotti presentavano. Un contributo che genererà valore indiretto anche per le imprese che sono insediate in quei territori».

L'intelligenza artificiale è indubbiamente la traiettoria tecnologica più sfidante all'orizzonte. A che stato di adozione si trova la Pa italiana?

«Siamo in una fase di notevole slancio. Qualche mese fa AgID ha condotto un'indagine relativa ai progetti di Intelligenza artificiale avviati dalle Pa centrali e i gestori di servizi pubblici nazionali. La ricognizione ha individuato 120 progetti, di cui circa i due terzi già in fase esecutiva. Questo dimostra che non siamo in una fase puramente esplorativa, ma stiamo già producendo risultati».

Come state operando per sviluppare un ecosistema la sostenibile?

«Anche qui stiamo agendo su tre fronti. Il primo è normativo, con l'approvazione della prima legge nazionale sull'Intelligenza artificiale, la pubblicazione delle prime linee guida per l'adozione dell'la nella Pa e il lavoro in corso su quelle relative all'approvvigionamento e allo sviluppo di soluzioni. Il secondo riguarda le competenze, attraverso attività di formazione mirate e capillari. Infine, ci sono gli investimenti e gli incentivi previsti dal Governo, per promuovere progetti di qualità. L'interazione di questi aspetti garantirà l'utilizzo di questa nuova tecno-



NELL'AMBITO DEL PROGRAMMA DIGITAL EUROPE AgID contribuisce alla realizzazione di progetti strategici in materia di interoperabilità, identità digitale e gestione dei dati

logia non solo in tempi rapidi, ma anche in modo sicuro, coerente con i nostri principi e scalabile nel lungo periodo».

In un contesto europeo sempre più attento alla sovranità digitale, le sfide legate alla cybersicurezza e alla protezione dei dati risultano cruciali. Come le state affrontando a livello di Agenzia?

«Monitorando costantemente, tramite la nostra struttura interna CERT-AgID, la diffusione delle minacce informatiche: raccogliamo e analizziamo informazioni sulle varie vulnerabilità che emergono, sulle campagne malevole in atto e su attacchi che possono colpire enti pubblici. Questi dati poi vengono condivisi con le Pa tramite un flusso di indicatori di compromissione (IoC), che permette loro di conoscere tempestivamente IP, domini, hash di file malevoli e URL che sono stati compromessi e aggiornare i propri sistemi di difesa. In generale, quello che cerchiamo di fare è avvicinare la sicurezza informatica considerandola non come un'attività separata, ma come un elemento by design».

L'AgID è stata la prima Pa italiana a ricevere la certificazione per la parità di genere. Quali ulteriori percorsi di inclu-

sione state promuovendo?

«Da anni AgID è impegnata su questo tema, con l'adozione a gennaio 2023 del Piano per la parità di genere, e la certificazione Uni PdR125:2022 arrivata a luglio dello stesso anno. Abbiamo adottato anche un piano di comunicazione dedicato con diverse azioni e misure, riscontrando peraltro una sensibilità diffusa sia da parte dei dipendenti che del management. Tra queste, la diffusione di un vademecum di buone pratiche, da mettere in atto per una comunicazione rispettosa delle differenze di genere, e rivolto diverse iniziative - anche formative - al personale, grazie al lavoro del Comitato Unico di Garanzia».

Come si inserisce AgID nel panorama delle iniziative continentali legate al programma Digital Europe e in quali avrà un ruolo da protagonista nei prossimi mesi?

«Sin dalla sua nascita, AgID svolge un ruolo chiave di coordinamento, attuazione e partecipazione rispetto alle politiche e ai progetti dell'Unione Europea nell'ambito digitale. In questo quadro, il programma Digital Europe rappresenta uno degli ambiti privilegiati in cui AgID

esprime il proprio ruolo, contribuendo alla definizione di standard comuni e alla realizzazione di progetti strategici in materia di interoperabilità, identità digitale e gestione dei dati, favorendo la creazione di un ecosistema digitale europeo più sicuro, inclusivo e innovativo, facendo in modo che le amministrazioni e le imprese italiane possano cogliere appieno le opportunità, anche economiche, offerte dalle iniziative comunitarie».

•Gaetano Gemiti



Mario Nobile, direttore generale dell'Agenzia per l'Italia digitale

Un ponte tra le tecnologie e le persone

Digitecno, società che opera nel settore del software tecnico ingegneristico industriale, si pone come affidabile partner professionale per gli imprenditori, offrendo servizi integrati altamente specializzati con elevati standard qualitativi

Negli ultimi anni, il mondo dell'ingegneria, e non solo, sta attraversando una profonda trasformazione grazie alla digitalizzazione e all'adozione di tecnologie avanzate. Questo cambiamento punta a ottimizzare l'intero ciclo di vita di edifici e infrastrutture attraverso l'uso di strumenti digitali.

L'innovazione nel settore è ormai indispensabile per affrontare le sfide moderne, dalla crescente complessità dei progetti alla sostenibilità ambientale, fino alla riduzione dei costi e all'efficienza operativa. Fondamentale è la sinergia tra il mondo dell'ingegneria e quello dei servizi digitali: oggi non si può progettare un'infrastruttura tecnica senza considerare la sua integrazione con il cloud, le piattaforme software aziendali, la virtualizzazione dei sistemi o le tecnologie di automazione. La digitalizzazione permette di superare i limiti dei metodi tradizionali, migliorando la progettazione, la costruzione e la gestione degli edifici, garantendo maggiore precisione e un controllo più efficace su tempi, risorse e qualità del risultato finale.

Ed è proprio in questo contesto che nel centro dell'Abruzzo, a Teramo, batte da oltre trentacinque anni il cuore tecnologico di una realtà che ha saputo evolversi anticipando i tempi. Digitecno, fondata nel 1989, è molto più di un'azienda informatica: è un ecosistema di competenze trasversali che fonde ingegneria, software, innovazione e servizi, diventando un punto di riferimento nazionale nel campo dei sistemi tecnici digitali.

«Il vero tratto distintivo di Digitecno è l'approccio multidisciplinare. L'azienda integra servizi e prodotti in settori che, nel linguaggio comune, spesso non dialogano tra loro, ma che nel mondo reale sono sem-



CONCRETA PRESENZA SUL TERRITORIO

Il nostro obiettivo è fornire ai nostri clienti soluzioni flessibili e innovative che rispecchino le loro reali esigenze suscettibili di variazioni nel tempo

pre più interconnessi» spiega l'amministratore delegato, ingegnere Alfonso Marcozzi.

Tra questi: Bim (Building Information Modeling) con interoperabilità openBim (formati Ifc, Dwf, Dwg), per progetti che integrano progettazione architettonica, calcolo strutturale e gestione di cantiere. Industria 4.0 e smart manufacturing, con focus su IoT, big data e realtà aumentata al servizio delle linee produttive. Servizi Gis e gestione del territorio, per comuni e professionisti che operano nel campo della pianificazione urbanistica. Sviluppo software e app su misura, con competenze avanzate in Crm, gestione documentale e

manutentiva e digital twin.

«Ogni settore ha un team dedicato ma la forza sta proprio nel far dialogare questi ambiti tra loro, creando progetti digitali che non si fermano al dato tecnico, ma lo trasformano in valore strategico per il cliente».

Uno dei campi più all'avanguardia in cui Digitecno eccelle è quello della modellazione 3d e del rilievo tecnico, con l'integrazione di strumenti come laser scanner 3d, fotogrammetria e tecnologia LiDAR,

Alfonso Marcozzi, amministratore delegato Digitecno

uniti a software Bim avanzati. «Questo consente la creazione di digital twin di edifici e impianti industriali: veri e propri gemelli digitali che riproducono fedelmente lo stato fisico di un'opera e ne permettono la gestione in tempo reale».

Il comparto software rappresenta un altro pilastro centrale. L'approccio di Digitecno è chiaro: partire dal problema del cliente, non dalla tecnologia. Da qui nascono soluzioni web e mobile pensate per esigenze molto specifiche, che spaziano dalla manutenzione impiantistica alla gestione di workflow complessi, dalla contabilità dei lavori alla simulazione dei costi nel ciclo di vita dell'opera (Bim 5d).

«La struttura è in grado di supportare lo sviluppo agile e continuo, integrandosi anche con strumenti di gestione documentale, sistemi Scada, interfacce IoT o basi dati cloud. Il tutto con un'attenzione costante ai temi della cybersecurity, sempre più centrali nei processi di digitalizzazione». Oltre ai prodotti e ai servizi, Digitecno offre consulenza tecnica avanzata, con particolare attenzione alla normativa Bim (Uni 11337), ai modelli collaborativi, alla clash detection e alle simulazioni 4d/5d. «In un mondo in cui i software evolvono rapidamente, ma le competenze non sempre riescono a seguirli, Digitecno si posiziona come ponte tra tecnologia e persone. Il nostro approccio consulenziale si estende anche ai processi di trasformazione digitale, accompagnando il cliente nella definizione di obiettivi, strategie e strumenti, con un affiancamento concreto sul campo».

Il successo di Digitecno non si misura solo nei numeri ma nel modo in cui ha saputo mantenere un'identità territoriale forte, investendo nelle professionalità locali e contribuendo allo sviluppo dell'Abruzzo, senza perdere di vista l'evoluzione tecnologica globale. «Il nostro obiettivo è fornire ai nostri clienti soluzioni flessibili e innovative che rispecchino le loro reali esigenze suscettibili di variazioni nel tempo. L'impegno che ci assumiamo con i nostri clienti è anche quello di una concreta presenza sul territorio, con consulenti costantemente a disposizione del cliente. Vogliamo essere "partner professionale per imprenditori, amministratori pubblici, progettisti e gestori tecnici", trasformando la tecnologia in strumento strategico di efficienza, trasparenza e merito».

• BG

L'ACADEMY INTERNA

Con una forte vocazione al supporto operativo per enti pubblici, industrie manifatturiere, professionisti e imprese di costruzioni, Digitecno è oggi un modello italiano di trasformazione digitale intelligente. Il tutto con un'impronta chiara: restare radicati nel territorio, senza rinunciare all'orizzonte internazionale dell'innovazione. Uno dei punti di forza è l'Academy interna, autorizzata Autodesk, grazie alla quale l'azienda non solo impiega questi strumenti, ma forma i professionisti all'utilizzo avanzato di AutoCAD, Inventor, Revit, Civil 3d, InfraWorks e altri ambienti di modellazione. In questo modo, Digitecno genera competenze diffuse, in grado di espandere l'impatto tecnologico oltre i propri confini aziendali.



Il nuovo capitale umano

Il sistema educativo fatica e sono le imprese oggi a fornire competenze. L'analisi del Rapporto Assoknowledge 2025 si concentra sugli effetti dello shift: dal fare all'essere. La riflessione della presidente Laura Deitinger

È una rivoluzione copernicana" nel legame tra persona e impresa quella che restituisce il Rapporto Assoknowledge 2025. A illustrarla è Laura Deitinger, presidente dell'Associazione italiana dell'Education e del Knowledge di Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici, che approfondisce le direttrici dell'indagine dedicata allo stato dell'Education nelle imprese italiane.

Come si delinea il nuovo rapporto tra persona e impresa?

«È la conseguenza diretta di un cambiamento radicale: nella maggioranza dei casi, le persone che aspirano a essere assunte dalle grandi imprese non sono più portatrici delle conoscenze immediatamente necessarie a queste ultime. La rapidità con cui evolvono mercati e tecnologie rende difficile mantenere aggiornati i saperi specialistici. L'unico vero "asset" che i candidati possono offrire all'impresa risiede dunque nell'unicità della propria persona: ciò che ciascuno è come individuo, la propria identità e la capacità di esprimersi in modo autentico. Non si tratta più, come avveniva un tempo, di ciò che ciascuno sa fare o del bagaglio tecnico posseduto in ingresso, bensì della qualità del proprio "essere" e della disponibilità ad apprendere in modo continuo. In questo senso, il rapporto diventa dinamico: l'individuo mette a disposizione potenziale e motivazione, mentre l'impresa fornisce strumenti e contesti formativi per trasformare quel potenziale in valore concreto».

Come questo mutato paradigma influenza il recruiting e la gestione del capitale umano di un'azienda, così come lo sviluppo delle Academy interne alle imprese?

«Nei criteri di selezione, le grandi imprese partono dalla premessa di possedere esse stesse le conoscenze più aggiornate di cui



hanno bisogno. Di conseguenza, l'attenzione si concentra meno sul bagaglio tecnico pregresso e più sull'osservazione delle attitudini: la propensione ad apprendere, la curiosità, la capacità di reinventarsi e di accogliere il cambiamento. Il capitale umano è visto come una risorsa in evoluzione, da guidare verso nuove sfide. Le Academy industriali assumono un ruolo cruciale: sono laboratori di conoscenza che sperimentano metodologie didattiche avanzate e trasferiscono alle persone i contenuti più innovativi. Non si limitano a formare, ma diventano hub strategici di innovazione. È qui che l'azienda concretizza il nuovo paradigma, trasformando il potenziale in competenza concreta».

Dal saper svolgere una mansione all'essere. Quali sono allora le competenze e le caratteristiche che occorre avere?

«Le grandi imprese attribuiscono oggi un'enorme importanza al possesso delle cosiddette "power skill", competenze trasversali che non invecchiano e restano rilevanti in qualsiasi contesto. Le principali sono: la flessibilità, ovvero la disponibilità ad adattarsi e rimettere in discussione convinzioni; la capacità di impegnarsi con passione e consapevolezza; l'attitudine a collaborare in squadra, valorizzando la diversità dei punti di vista; la capacità di costruire relazioni profonde e autentiche, basate sull'ascolto e sulla fiducia reciproca; la sensibilità nel leggere la realtà da prospettive diverse; infine, una visione orizzontale e interdisciplinare nell'affron-

tare i problemi, integrando saperi diversi per individuare soluzioni originali. Si tratta, in definitiva, di competenze che mettono al centro la dimensione umana e relazionale, oggi considerata imprescindibile per navigare in scenari complessi».

Come incidono in questo scenario le nuove tecnologie?

«Le nuove tecnologie, soprattutto digitali, sono determinanti: supportano innovazione, comunicazione e nuovi modelli di business. Ciò che si richiede è un rapporto equilibrato: devono essere impiegate come strumenti a servizio di obiettivi chiari e condivisi, e non come fini a sé stessi. Troppo spesso, però, soprattutto i giovani rischiano di diventarne vittime, trasformandosi inconsapevolmente in strumenti delle tecnologie stesse. Questo accade quando l'uso è passivo, dispersivo o guidato da logiche di consumo anziché di crescita. La sfida è imparare a padroneggiarle in modo consapevole, affinché diventino leve di valorizzazione e potenziamento delle capacità individuali. Chi saprà governarle potrà coglierne le opportunità, evitando automatismi e omologazione».

Il Liceo del Made in Italy nasce dalla

LE ACADEMY INDUSTRIALI

Sono laboratori di conoscenza che sperimentano metodologie didattiche avanzate e trasferiscono alle persone i contenuti più innovativi.

Non si limitano a formare, ma diventano hub strategici di innovazione

collaborazione tra pubblico e privato. Quanto occorrerà aspettare per avere un primo bilancio di questo progetto formativo?

«Il Liceo del Made in Italy è un'iniziativa perfettamente in linea con le esigenze delle imprese. È frutto del dialogo tra pubblico e privato, con il contributo contenutistico e metodologico delle Academy Industriali delle grandi imprese associate ad Assoknowledge. L'obiettivo è formare nuove generazioni di studenti capaci di coniugare cultura umanistica, sensibilità economica e conoscenza delle filiere produttive del Paese. Un vero bilancio si potrà tracciare solo al termine del primo ciclo quinquennale. Tuttavia, sebbene l'iniziativa sia stata avviata lo scorso anno, il corrente anno scolastico può essere considerato il primo vero banco di prova, in cui verificare l'efficacia dei programmi e la loro coerenza con le attese del sistema produttivo. Nel frattempo, si osservano segnali positivi: la curiosità degli studenti, l'interesse delle famiglie e l'attenzione del mondo imprenditoriale dimostrano che la direzione è promettente». • **Francesca Druidi**



Laura Deitinger, presidente Assoknowledge

Come creare valore con l'infrastruttura It

Progettare e configurare reti telematiche su misura per rispondere a ogni esigenza di imprese e Pa. È la mission di Willo, società pluripremiata per crescita e know-how. L'esperienza del ceo, Francesco Elia

L'infrastruttura di rete, o network, è il cuore pulsante di ogni azienda moderna. Consiste in un insieme di dispositivi hardware, software, connessioni e protocolli che permettono la comunicazione, la condivisione di dati e l'operatività aziendale. Una rete ben progettata garantisce velocità, sicurezza e flessibilità, adattandosi alle esigenze di business in continua evoluzione. Se non ci si dota di una rete ben organizzata e performante, il rischio è il blocco delle attività aziendali con conseguente calo della produttività.

Ma è necessario affidarsi a un partner qualificato che fornisca servizi informatici e che sia in grado di costruire e di gestire anche da remoto il suo networking, in modo da garantire una continuità di servizio (soprattutto se viene progettata in modo flessibile e modulare, così da limitare gli interventi di modifica e di integrazione), una maggiore sicurezza, un alto livello di efficienza.

Willo, nata nel 2019 come Isp - Internet Service Provider occupandosi di connettività in relazione alle varie tecnologie, si è evoluta nel tempo in Msp - Managed Service Provider e fornisce soluzioni di connettività, impianti wi-fi, hotspot, sistemi di unified communication per aziende e uffici, sistemi di videosorveglianza integrati, sistemi di digital signage per veicolare contenuti in modalità centralizzata

«La nostra azienda è strutturata in due divisioni: la prima si occupa di progettare, realizzare e certificare soluzioni di cablaggio strutturato e più in generale l'infrastruttura di rete dati, mentre la seconda di gestire i servizi IT, nonché la sicurezza dei dati che viaggiano sull'infrastruttura di rete. La società, pur con base nella provincia di Lecce, opera in tutta Italia; infatti gestiamo da remoto l'infrastruttura di rete di villaggi turistici in Sardegna, Sicilia, Calabria ed in Val d'Aosta oltre che in Puglia, e di hotel a Roma, Firenze, Ve-



RICONOSCIMENTI

Per due anni consecutivi la società è stata premiata come leader della crescita per gli anni 2024 e 2025 e rientra fra le Stelle del Sud Italia nel triennio 2020-2023

nezia, Taormina, Siracusa e Matera» spiega il ceo Francesco Elia.

Qual è la vostra mission?

«La mission che ci siamo dati come società è quella di rispondere alle specifiche esigenze dei nostri clienti, progettando e costruendo delle soluzioni tecnologiche su misura per rispondere a ogni richiesta. A tal fine mettiamo a disposizione il nostro know how di professionisti con un'esperienza più che ventennale nelle reti telematiche e nel settore It e il nostro sapere tecnico facendo dialogare fra loro vari sistemi, che in linguaggio tecnico si definiscono aperti, in maniera da offrire al cliente una soluzione unica che risponda a più esigenze, gestendone sia

impianti che servizi».

Cosa vi contraddistingue?

«Progettiamo soluzioni su misura e sulle specifiche esigenze del cliente, occupandoci di volta in volta di affiancarlo in un percorso di consulenza che dalla mera definizione delle necessità concrete e degli obiettivi conduce fino alla messa in opera del progetto e al suo rodaggio sul campo. Per essere sempre più efficienti abbiamo curato forti collaborazioni con i fornitori, intessendo vere e proprie par-

Francesco Elia, ceo di Willo



tnership strategiche».

Ci può fare un esempio tra i vostri ultimi progetti?

«Abbiamo da poco collaudato un progetto per un camping di circa 33 ettari, che dispone di oltre 1000 piazzole di sosta, dove era stata realizzata negli anni scorsi un'infrastruttura ottica per il trasporto di dati di varia tipologia. Su questa infrastruttura già venivano veicolate le immagini del sistema di videosorveglianza, i dati del wi-fi utilizzato dagli ospiti con una loro rete virtuale dedicata, i dati del personale su altra rete dedicata. Quest'anno è stata implementata un'ulteriore rete wi-fi virtuale, alla quale si collegano 1000 sensori che gestiscono le 1000 prese elettriche, una per singola piazzola dove soggiorna l'ospite con il suo camper. Il sensore si collega al wi-fi e il suo stato "aperto/chiuso" viene gestito da un'applicazione software, progettata dai nostri tecnici, che è stata integrata nel gestionale alberghiero».

Quali vantaggi ottiene il cliente con questo progetto?

«Si riducono i consumi elettrici della struttura perché il cliente può disporre di una sola presa come da contratto; si aumentano le revenue dal momento che qualora il cliente abbia necessità di maggiori assorbimenti elettrici sottoscrive un contratto di categoria superiore; si tiene sotto controllo l'infrastruttura elettrica perché eventuali guasti sono più facilmente localizzabili, dal momento che il singolo sensore è geolocalizzato; si tiene monitorata l'infrastruttura wi-fi dal momento che il software di gestione monitora il valore del parametro con cui il sensore è agganciato alla rete».

La qualità di Willo è certificata anche dai diversi riconoscimenti che avete ottenuto.

«Ci è stato conferito il premio Industria Felix nel 2023 e nel 2024 per l'impegno nell'affrontare la sfida della transizione digitale. Il premio è arrivato dopo un percorso fatto di soluzioni fornite alle aziende che hanno consentito un miglioramento della qualità dell'offerta turistica italiana e rafforzamento delle infrastrutture sui territori, in particolare in Puglia. Per due anni consecutivi la società è stata premiata come leader della crescita per gli anni 2024 e 2025 e rientra fra le Stelle del Sud Italia, ovvero le aziende che hanno ottenuto la migliore performance in termini di crescita del fatturato, numero dei dipendenti e immobilizzazioni materiali e immateriali nel triennio 2020-2023. Venire premiati ripaga del sacrificio quotidiano ed è un motivo di orgoglio per la capacità di fare squadra».

• Bianca Raimondi

UN NUOVO, IMPORTANTE INCARICO

Si è tenuta ad inizio giugno l'assemblea elettiva della Cna- artigiani imprenditori di Italia di Lecce che ha eletto Francesco Elia come presidente. «Una nuova sfida, affascinante ed intensa - risponde il neo presidente -. Un dovere civico verso questo territorio. Dobbiamo lavorare fattivamente per evitare che i più giovani vadano a cercare fortuna altrove. Dobbiamo puntare sul fare squadra e sulla cultura artigiana: abbiamo un'identità e una cultura produttiva d'eccellenza che deve essere raccontata e fatta comprendere a tutti. Le nostre imprese hanno know how e conoscenze che permettono loro di trovare sempre la migliore soluzione alle diverse dinamiche aziendali e sociali. Questo si deve incrociare con le sfide della formazione e della digitalizzazione».

Innovazione mirata alla prevenzione

Raffaele Correale, amministratore delegato di NanoTech Analysis, racconta lo sviluppo della sua impresa da start up ad azienda attiva nel campo delle nanotecnologie applicate al biomedicale, per una nuova generazione di strumenti analitici

Il futuro della tecnologia è nella riduzione delle dimensioni di tanti dei suoi componenti, soprattutto quando si tratta di applicativi ad altissima precisione e di qualità superiore. La nanotecnologia ha già fatto passi da gigante e la torinese NanoTech Analysis ne è uno dei più fulgidi esempi. Raffaele Correale ha fondato la società sulla base di un'esperienza accademica ventennale. «Dopo la laurea in fisica teorica e la specializzazione nello stesso campo, ho continuato con il dottorato in fisica molecolare: questo è stato un cambiamento radicale, che mi ha permesso di avvicinarmi al mondo dell'industria, in cui poter declinare le nostre tecnologie e le nostre competenze in applicazione industriale ad alto livello. Il laboratorio è stato la mia palestra, un esercizio accademico che mi ha permesso di creare una base molto forte, grazie alla quale ho avuto modo di gestire il gruppo dei meccanici, quello degli elettronici, quello dei chimici e così via. Finito il dottorato, ho lavorato per dodici anni per una multinazionale americana con sede a Torino, centro di eccellenza per le metodologie di vuoto di cui io ero l'R&D Turbo Molecular Pump Manager».

Quando ha deciso di fondare NanoTech Analysis?

«Dopo questa esperienza ho deciso di mettere a frutto in proprio l'esperienza manageriale, gestionale e accademica acquisita: così è nata NanoTech Analysis. La società formalmente è nata a gennaio 2014 a Torino come una start-up innovativa, dall'unione di quattro soci e il primo settore di lavoro è stato l'homeland security, quindi l'analisi di detenzione di manufatti pericolosi e illegali. Il nucleo tecnologico dell'azienda mutuava esperienze multidisciplinari e soprattutto multinazionali, che ci ha portato a costruire un corpus di brevetti.



IL PRIMO PRODOTTO

Helitron V CO2-H2 è un dispositivo preposto a misurare i marcatori per il tumore allo stomaco assolutamente innovativo, anche in termini di volume: pesa 20 kg, mentre lo strumento utilizzato prima pesava un quintale

Abbiamo depositato i primi otto in Italia: oggi la società ha a suo carico 64 brevetti, tutti concessi in Russia, Stati Uniti, Cina, Brasile e nella Comunità europea in Paesi come Germania e Francia, oltre all'Italia. Nel 2017, la grossa holding familiare Laser Line, il cui presidente è Enrico Magni, ha acquisito il 24 per cento della NanoTech Analysis, permettendoci di sviluppare tutte le iniziative strategiche e tutte le attività che avevamo messo a punto negli anni precedenti. Così siamo passati dal mondo dell'homeland security a quello del biomedicale, arrivato circa nel 2020 per ragioni che possiamo immaginare».

Quindi il periodo del Covid ha cambiato

un po' la vostra visione.

«Come per molti altri, suppongo. Nel 2020 tutti gli aeroporti erano chiusi e le società che lavoravano intorno alla sicurezza aeroportuale non avevano lavoro, per cui ci siamo mossi verso il biomedicale e non l'abbiamo più lasciato, grazie anche ai risultati eccellenti. Sei mesi fa abbiamo lanciato il primo prodotto che si chiama Heli-

Raffaele Correale, amministratore delegato di NanoTech Analysis

tron V CO2-H2, un dispositivo preposto a misurare la presenza dell'*Helicobacter Pylori*, un microbo che si annida nello stomaco e considerato uno dei marcatori per il tumore gastrico assolutamente innovativo nel suo campo, anche in termini di volume: lo strumento che abbiamo oggi sul mercato pesa 20 kg, mentre lo strumento utilizzato prima pesava un quintale. Questo è solo grazie alla nostra tecnologia proprietaria. Oltre a questo primo prodotto nato, cresciuto, lanciato e certificato, abbiamo altri progetti in sviluppo che ci stanno dando grande soddisfazione, uno dei quali a breve, circa un anno, vedrà la luce sul mercato. Nel frattempo, abbiamo collaborazioni importanti con centri universitari come il Politecnico di Torino e l'Università di Bologna. Abbiamo pubblicato articoli accademici importanti, che ci permettono di mostrare il nostro portfolio anche a livello teorico e renderci quindi interessanti anche per il settore accademico, anche se non è il nostro obiettivo primario».

Lavorando in campo ultratecnologico, avete subito disagi a causa della recente crisi di approvvigionamento delle materie prime?

«Decisamente sì, poiché oltre all'approvvigionamento delle materie prime di base, come petrolio, uranio, acciaio che deve essere lavorato su nostro disegno, ci sono poi altri componenti commerciali già pronti sul mercato, come pompe, transistor, schede elettroniche, per i quali l'approvvigionamento nell'ultimo anno e mezzo è diventato disastroso, con ritardi di mesi. Da un certo punto di vista siamo stati fortunati, perché non eravamo pieni di ordini e abbiamo gestito al meglio le commesse anche grazie alla lungimiranza. Purtroppo in questi casi non conta il portafoglio con il fornitore, il problema è strutturale. La crisi è pian piano rientrata, ma i disagi ci sono ancora oggi, anche a causa della situazione internazionale difficoltosa. In ogni caso, questa situazione è cominciata ben prima della guerra in Ucraina e della guerra in Palestina. C'è un problema sistematico che, per fortuna, negli ultimi anni si è un po' risolto. Comunque io sono ottimista per mestiere e vedo un futuro molto positivo».

• **Elena Bonacorso**

UN ROSEO PROSSIMO FUTURO

«Quando ho in mente un prodotto - aggiunge Correale - ho in mente l'applicazione e la soluzione. Ora noi siamo piccoli, presenti da poco sul mercato, ma l'interesse che c'è dietro il nostro prodotto è impressionante.

Tra aziende farmaceutiche e distributori c'è grande sensibilità sull'innovazione mirata alla prevenzione, in particolare riguardo alcuni tipi di malattie, come nella fattispecie i tumori gastrici ma in futuro altri tipi di tumori e patologie. Per la salute si è sempre disposti a investire, quindi ci sono ottime prospettive di crescita in questo settore, soprattutto se, come penso, riusciremo a mantenere le promesse. E la mia sensazione è molto positiva».



Insieme per un Paese in salute

Confindustria Dispositivi Medici compie 40 anni e lancia un percorso in 6 tappe, lungo tutto l'arco dell'anno, pensato per raccontare e valorizzare un settore che ogni giorno genera ricchezza per il Paese e innova continuamente.

Ne parliamo con il presidente Fabio Faltoni

Il settore dei dispositivi medici conta oggi 4.648 imprese, che occupano 130.520 dipendenti e sviluppa un mercato di quasi 19 miliardi tra export e mercato interno. «Non esiste oggi un atto medico che non coinvolga un dispositivo: nei grandi ospedali come nelle realtà territoriali e al domicilio, la nostra tecnologia-sottolinea il presidente di Confindustria Dispositivi Medici Fabio Faltoni- è determinante per garantire qualità ed efficacia alle cure, permettendo a milioni di persone di accedere a tecnologie sanitarie all'avanguardia».

Quali sono le iniziative principali che avete organizzato per celebrare i 40 dell'associazione?

«Abbiamo scelto di celebrare i 40 anni di Confindustria Dispositivi Medici con il progetto 'Insieme per un Paese in salute', un percorso in sei tappe lungo tutto l'anno pensato per raccontare e valorizzare un settore che ogni giorno genera ricchezza per il Paese e innova continuamente. Le imprese del comparto forniscono dispositivi fondamentali per la prevenzione, la diagnosi, la cura e la riabilitazione, migliorando concretamente la qualità della vita delle persone e offrendo ai medici strumenti tecnologici insostituibili. Il progetto mette in luce le eccellenze territoriali, i distretti produttivi e la collaborazione con le associazioni del sistema Confindustria, mostrando come il settore impatti in modo significativo sia a livello regionale che nazionale. Il roadshow 2025 ha già toccato regioni come Emilia-Romagna, Puglia, Lombardia e Toscana, con una tappa europea a Bruxelles, e si concluderà con un evento nazionale a Roma a dicembre. Il bilancio finora è molto positivo: stiamo ascoltando le storie delle imprese, osservando le politiche territoriali e comprendendo l'importanza delle alleanze locali. Partire dai luoghi in cui le tecnologie vengono prodotte ci permette di capire meglio le necessità delle aziende e confrontarci con la politica territoriale su come sostenere lo sviluppo dei distretti e favorire la crescita del settore».

In quale modo sostenete lo sviluppo del settore?

«Sosteniamo lo sviluppo del settore lavorando su più fronti. Da un lato, dialoghiamo costantemente con le istituzioni e con tutti gli stakeholder per far comprendere il reale valore dei dispositivi medici per la salute dei cittadini, per la sostenibilità del Servizio Sanitario Nazionale e per l'innovazione del Paese. Dall'altro, supportiamo concretamente le nostre imprese sui temi cruciali che impattano la loro crescita: dal rispetto dei criteri Esg alle normative europee Mdr e Ivdr, dalla gestione del payback alla digi-



LE IMPRESE DEL COMPARTO

Forniscono dispositivi fondamentali per la prevenzione, la diagnosi, la cura e la riabilitazione, migliorando concretamente la qualità della vita delle persone e offrendo ai medici strumenti tecnologici insostituibili

talizzazione e all'innovazione tecnologica. Offriamo strumenti di aggiornamento, formazione e confronto per renderle più forti e competitive sui mercati nazionali e internazionali. Inoltre, favoriamo la creazione di reti e collaborazioni tra imprese, università, centri di ricerca e startup, perché crediamo che solo attraverso un ecosistema integrato si possa davvero accelerare il trasferimento tecnologico e portare più rapidamente soluzioni innovative ai pazienti».

Nella prossima Legge di Bilancio verrà eliminato il payback relativo agli anni 2019-2024?

«Occorre che la prossima Legge di Bilancio elimini definitivamente il payback per il periodo 2019-2024. Una buona notizia è arrivata nei giorni scorsi: il Ministero della salute ha firmato l'avvio del tavolo di lavoro sulla governance del settore. È necessario discutere misure concrete, a partire dalla revisione e dall'attualizzazione dei tetti di spesa, fino a un nuovo modello di governance dei dispositivi medici, che sappia promuovere innovazione, sostenibilità e una programmazione più coerente con i bisogni reali del Servizio Sanitario Nazionale, senza scaricare sui fornitori oneri insostenibili. È urgente che il legislatore comprenda come questa incertezza e iniquità normativa del payback erodano radicalmente la fiducia delle imprese nel sistema, mettendo a rischio non solo la loro sopravvivenza economica,

ma la stessa capacità del Servizio Sanitario Nazionale di garantire forniture, innovazione e servizi essenziali per i cittadini».

Qual è il vostro impegno per fare comprendere alle aziende l'evoluzione della transizione verso i Regolamenti europei 745 e 746 e la loro sostenibilità?

«La proposta di revisione dei regolamenti europei sui dispositivi medici e diagnostici è un passaggio che il settore attendeva da tempo e che consideriamo molto positivo. I tempi annunciati dal commissario Várhelyi sono stretti, ma questo è un bene: significa che c'è la volontà di arrivare rapidamente a una riforma che alleggerisca un sistema oggi troppo complesso. Come associazione nazionale, insieme all'associazione europea Medtech Europe, stiamo seguendo il processo di revisione raccontando alla Commissione i nodi cruciali per le imprese come la semplificazione normativa: i regolamenti MD e IVD sono nati con l'obiettivo di innalzare la sicurezza, ma nella pratica hanno finito per appesantire il sistema. La revisione deve focalizzarsi su ciò che ha davvero valore per la sicurezza e per l'innovazione, eliminando procedure ridondanti. Per le imprese italiane questo significherebbe avere diverse opportunità: tempi più rapidi di autorizzazione per portare sul mercato le innovazioni, regole più semplici per le Pmi, un accesso più competitivo ai mercati internazionali e un contesto regolatorio

che può attrarre investimenti e ricerca in Italia».

Quali sono le sfide che affronterete nel prossimo futuro?

«Le sfide principali riguardano una governance stabile del settore e l'eliminazione del payback, la corretta applicazione di Mdr e Ivdr e la capacità di sviluppare una strategia industriale nazionale ed europea che attragga investimenti e valorizzi l'innovazione. Le imprese, e in particolare le Pmi, devono affrontare la crescente sfida della sostenibilità e dei criteri Esg, trasformandola in opportunità di competitività. Inoltre, dobbiamo fare i conti con l'instabilità internazionale, dai dazi alle crisi delle materie prime fino ai conflitti, che influenzano la produzione e la supply chain globale. È cruciale avere regole chiare per l'la applicata alla salute e continuare a investire su competenze e talenti, perché il futuro del settore passa anche dal capitale umano». • **Cristiana Golfarelli**



Fabio Faltoni,
presidente Confindustria Dispositivi Medici

La rivoluzione delle siringhe preriempite

Paolo Dell'Omo, general manager di Aguettant Italia, azienda specializzata in farmaci iniettabili essenziali, racconta come le soluzioni ready-to-use stiano trasformando la pratica clinica e migliorando la sicurezza in ospedale

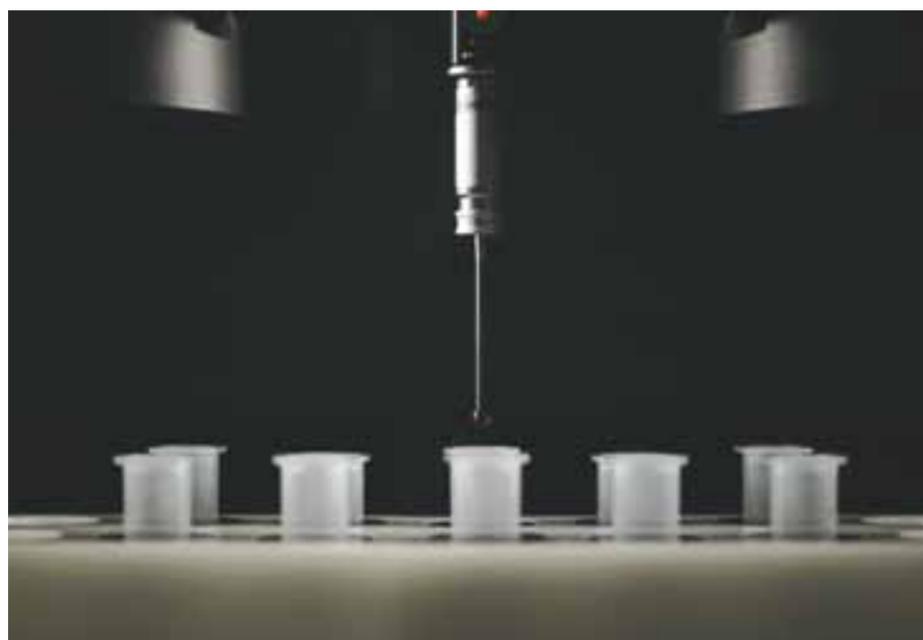
La sicurezza di un farmaco iniettabile non riguarda solo il paziente, ma anche gli operatori sanitari che lo preparano e somministrano ogni giorno.

La preparazione manuale da fiale è un processo complesso, composto da più fasi e spesso da più operatori, con inevitabili rischi: scambio di siringhe, errori di etichettatura, contaminazioni microbiche. Ogni passaggio aggiunge tempo, carico di lavoro e possibilità di errore.

Le siringhe preriempite monouso (Pfs – pre-filled syringes) rappresentano un'innovazione strategica: sono sterili, monodose, tracciabili e pronte all'uso. Eliminano la necessità di manipolazioni manuali, riducono i tempi di preparazione fino al 50 per cento, semplificano la logistica e la gestione delle scorte, migliorano la sicurezza per pazienti e operatori e contribuiscono a una sanità più sostenibile.

Lo conferma anche in Italia lo Studio OASI condotto dall'Università Liuc, che ha evidenziato come l'adozione delle Pfs migliori la sostenibilità economica, riduca gli errori e aumenti l'efficienza organizzativa nei reparti ospedalieri.

Per Aguettant Italia – filiale del Gruppo Laboratoire Aguettant, azienda farmaceutica internazionale fondata a Lione nel 1903 – le Pfs sono una tecnologia chiave. «Mettiamo a disposizione dei reparti ospedalieri farmaci iniettabili di alta qualità, sicuri e standardizzati, con l'obiettivo di aumentare la sicurezza del paziente, ridurre il rischio clinico e operativo, ottimizzare le risorse e ridurre gli sprechi – spiega Paolo Dell'Omo, general manager di Aguettant Italia –. Le nostre Pfs sono prodotte in stabilimenti francesi certificati e, dal 2016, lavoriamo al fianco degli ope-



VANTAGGI

Le Pfs garantiscono: sicurezza per pazienti e operatori, riduzione degli errori terapeutici fino a 17 volte, sostenibilità ambientale, efficienza operativa e ottimizzazione delle risorse, benefici economici concreti per il sistema sanitario

ratori sanitari italiani per promuovere una sanità più efficiente, sicura e sostenibile».

Le siringhe preriempite stanno trasformando la somministrazione dei farmaci in ospedale, soprattutto in anestesia, terapia intensiva e pronto soccorso: quali vantaggi clinici hanno rispetto alla preparazione manuale da fiale?

«Si tratta di dispositivi che migliorano la sicurezza del paziente, riducono gli errori e ottimizzano i processi. Le Pfs offrono farmaci pronti all'uso, sterili e dosati con

precisione, eliminando passaggi critici come la diluizione e l'etichettatura manuale. Questo riduce il rischio di errori fino a 17 volte rispetto alla preparazione tradizionale, oltre a diminuire lo stress per il personale sanitario».

Paolo Dell'Omo, general manager di Aguettant Italia



Cosa ci dice la letteratura scientifica sulle performance delle Pfs in termini di accuratezza del dosaggio?

«La letteratura scientifica dimostra che le Pfs garantiscono un dosaggio accurato al 100 per cento, con scarti minimi rispetto al valore ideale, al contrario delle preparazioni manuali che possono presentare variazioni significative, con concentrazioni fino al 10-15 per cento inferiori o superiori rispetto al dosaggio prescritto, con possibili implicazioni cliniche».

Dal punto di vista della sicurezza del personale sanitario, le Pfs offrono ulteriori vantaggi?

«Assolutamente sì. Le fiale in vetro espongono gli operatori sanitari a rischio di lesioni: circa il 6 per cento ha riportato tagli alle mani, spesso con esiti cicatriziali. Le Pfs, essendo dispositivi chiusi e monouso, eliminano questo rischio, migliorando le condizioni di lavoro e aumentando la rapidità e la sicurezza degli interventi».

Quali farmaci vengono comunemente distribuiti in forma di Pfs?

«Aguettant offre un'ampia gamma di Pfs per anestesia, terapia intensiva ed emergenza: anestetici, vasopressori, curari. Tutti i prodotti sono privi di alcol, lattice, derivati suini e solfiti, per garantire la massima sicurezza e tollerabilità».

E per quanto riguarda la sostenibilità ambientale?

«Le Pfs aiutano a ridurre drasticamente lo spreco di farmaci e il volume di rifiuti ospedalieri. In alcuni casi, il passaggio da fiale a Pfs può abbattere lo spreco dall'84 al 13 per cento, con una riduzione del 97 per cento delle emissioni di CO₂ equivalenti. Eliminando dosi inutilizzate e riducendo gli errori, promuovono un uso più responsabile delle risorse».

A livello economico, le Pfs sono davvero vantaggiose per il sistema sanitario?

«Sì. Il costo unitario più alto è compensato dal risparmio complessivo: meno sprechi, meno eventi avversi e meno tempo dedicato alla preparazione. Esperienze internazionali, come quella francese, hanno dimostrato un impatto rilevante, con una sensibile riduzione degli eventi avversi (-47 per cento) e risparmi annuali significativi. In Italia, lo Studio OASI appena pubblicato e condotto dall'Università Liuc ha confermato questi vantaggi, insieme a una diminuzione degli errori e a un aumento dell'efficienza organizzativa. La spesa complessiva può ridursi fino al 24 per cento, con risparmi medi annui per reparto compresi tra 18.000 e 35.000 euro, che nei contesti ad alta intensità possono superare i 100.000 euro».

Il vantaggio è anche organizzativo?

«Decisamente. Le Pfs semplificano i flussi operativi, permettendo al personale di concentrarsi sull'assistenza diretta al paziente. In ambienti ad alta intensità come le terapie intensive o le sale operatorie, questo si traduce in maggiore efficienza, tempestività e riduzione del carico cognitivo». • Bianca Raimondi

SOLUZIONI READY-TO-USE

Aguettant Italia opera in modo diretto su tutto il territorio nazionale con una struttura snella, concreta e vicina ai professionisti della salute, offrendo soluzioni ready-to-use che semplificano la pratica clinica, aumentano la sicurezza e migliorano l'efficienza dei reparti ospedalieri. L'azienda è impegnata nello sviluppo di nuove tecnologie per le aree cliniche più critiche, integrandole con dispositivi e soluzioni logistiche intelligenti. Parallelamente, prosegue le collaborazioni con strutture sanitarie e centri di ricerca per sviluppare soluzioni sempre più innovative, in grado di anticipare le esigenze dei reparti e migliorare la qualità dell'assistenza.

La gestione virtuosa della sanità italiana

Prevenzione, qualità clinica e preclinica, accessibilità territoriale alle cure sono tra le parole d'ordine dell'agenda Iss. Al lavoro anche sul fronte la per creare protocolli di utilizzo in campo epidemiologico, come spiega Rocco Bellantone

Con una popolazione che invecchia, e quindi sempre più a rischio, puntare sulla prevenzione innanzitutto per contrastare le malattie croniche è fondamentale. Non solo per diventare anziani in salute, ma anche per liberare risorse da destinare a chi ha bisogno di più assistenza. Questo è uno dei settori principali su cui lavora l'Istituto superiore di sanità attraverso iniziative come la sorveglianza Passi o il progetto Cuore, che monitorano attentamente gli stili di vita e i principali parametri di salute degli italiani, o le attività di controllo sull'abuso di sostanze del Dipartimento dipendenze e doping. «Su questi argomenti siamo attivi anche nella ricerca», aggiunge Rocco Bellantone, presidente dell'Iss, «partecipando a diversi progetti europei dedicati».

Per citarne uno?

«Basti pensare che proprio l'Istituto è capofila di Jacardi, la principale Joint Action europea sul tema con un impegno, mai visto prima, di 53 milioni di euro. Fin dal mio arrivo all'Istituto poi, mi sono impegnato perché si facesse più comunicazione su questi temi, soprattutto cercando di coinvolgere le scuole. La prevenzione si impara, e scuola e famiglia hanno insieme a noi questa missione educativa, e per questo stiamo lavorando con il ministero dell'Istruzione per portare la prevenzione nelle aule».

Tra le nuove malattie infettive in circolazione, desta apprensione in questi mesi il virus West Nile. Di che numeri stiamo parlando in Italia?

«Il West Nile, e più in generale i virus trasmessi da vettori come le zanzare, sono un problema crescente non solo in Italia, per effetto dei sempre maggiori spostamenti internazionali e dei cambiamenti climatici, che aumentano i periodi e le aree di attività degli insetti. In particolare il virus West Nile è già endemico nel nostro Paese da diversi anni, soprattutto nelle zone della pianura Padana. Al momento i numeri per il 2025 parlano di una stagione a elevata intensità, anche se probabilmente al di sotto dei picchi del 2020, ed è facile prevedere che terminerà con alcune centinaia di casi e purtroppo alcune decine di decessi. Ricordiamo che la malattia data dal virus è in gran parte dei casi asintomatica, mentre i più fragili come gli anziani rischiano conseguenze più gravi».

Cosa raccomandate su questo versante?

«Trattandosi di un virus per cui al momento non abbiamo cure o vaccini, il contrasto deve essere fatto agendo su due fronti: da una parte le persone devono cercare il più possibile di evitare il contatto con i vettori,



LA STRUTTURA DELL'ISS PER L'IA

Nasce con l'obiettivo di guidare, formare e creare protocolli che mettano i medici in condizione di utilizzare l'intelligenza artificiale nel migliore interesse del paziente e della sostenibilità dell'intero sistema sanitario

con le precauzioni usuali contro le zanzare; dall'altra gli Enti locali devono essere tempestivi con le disinfestazioni, sia prima che inizi la stagione che se si trova un caso positivo, per circoscriverlo ed evitare focolai. Non stiamo sottovalutando il fenomeno: ricordo che il contrasto alle arbovirosi, appunto le malattie trasmesse da vettori, è regolato da un piano nazionale alla cui stesura hanno partecipato anche i nostri esperti, e che la sorveglianza messa in piedi da Ministero della salute, Iss, Istituti zooprofilattici ed Enti locali è tra le più avanzate in Europa».

Le terapie avanzate sono una stimolante frontiera per la medicina. Come orientate l'attività dell'Istituto per farle entrare nel novero degli standard di cura?

«Le terapie avanzate si confrontano con due sfide altrettanto importanti che sono quelle dell'accesso all'innovazione e del trasferimento delle cure dal laboratorio al letto del paziente. Oggetto di studio e indagine scientifica da parte dei nostri ricercatori sono in primo luogo i percorsi patologici e molecolari che portano allo sviluppo delle malattie, in maniera tale da sviluppare piattaforme tecnologiche per veicolare dentro le cellule gli agenti terapeutici. Presso l'Iss inoltre opera la Commissione per l'ammissibilità alla sperimentazione clinica di Fase I, che si esprime su aspetti di qualità, pre-

clinica, clinica e non solo. Inoltre l'Istituto fornisce il suo contributo sia all'interno della Commissione scientifica-economica (Cse) di Aifa».

All'Iss un gruppo di studio è al lavoro sul monitoraggio costante delle differenze territoriali nell'accesso alle cure. Cosa state osservando in particolare e quali strategie di riequilibrio si profilano all'orizzonte?

«L'istituzione del Gruppo di lavoro su equità e salute nelle Regioni è stata una delle mie prime iniziative appena insediato alla guida dell'Istituto, e ha già prodotto due report. Uno sui due principali tumori che colpiscono gli italiani, quello della mammella e quello del colon, e uno sulle malattie cardiovascolari. I risultati purtroppo sono molto simili per queste patologie, e parlano di un'Italia a due velocità, con le regioni del Sud indietro sia a livello di prevenzione che poi di capacità di cura. L'effetto di questo squilibrio è che gli anni di vita persi per queste malattie sono maggiori nel Meridione. È un'analisi che offriamo ai decisori politici, che sono chiamati a sanare queste differenze per garantire il diritto costituzionale alla salute».

L'evoluzione tecnologica e l'intelligenza artificiale stanno rivoluzionando anche il panorama sanitario. Quali criti-

cià pone la sanità digitale?

«L'intelligenza artificiale può rappresentare una rivoluzione epocale in campo medico, rendendo le diagnosi più precise e precoci, individuando terapie ad alta precisione, disegnate su misura per il singolo paziente. Sempre l'ia può velocizzare l'analisi di dati e cartelle cliniche, supportando il monitoraggio da remoto dei pazienti, riducendo il carico amministrativo. Per questo ho voluto fortemente una nuova struttura che studierà come l'intelligenza artificiale possa ad esempio aprire una nuova era nel campo dell'epidemiologia, grazie alla capacità di elaborare modelli predittivi con un grado di probabilità maggiore e diventare uno strumento centrale a supporto delle decisioni specie in scenari di emergenza. Ma una decisione clinica è molto più di un calcolo delle migliori probabilità».

Come lavorerete nei prossimi mesi in Iss per facilitare questo processo?

«Queste enormi potenzialità vanno governate dall'uomo. I dati forniti dagli algoritmi restano dati la cui applicazione va misurata alla realtà, poiché non è detto che i dati indicati dalla macchina coincidano sempre con l'interesse del paziente e che rispondano a tutte le istanze etiche che sono alla base della cura umana. La capacità di gestire la relazione tra le indicazioni fornite dalle macchine e l'uso che se ne deve fare, in medicina richiede formazione e un sistema di orientamenti e di regole che devono essere alla base del loro utilizzo. La struttura dell'Iss per l'ia nasce proprio con l'obiettivo di guidare, formare e creare protocolli che mettano i medici in condizione di utilizzarla nel migliore interesse del paziente e della sostenibilità dell'intero sistema sanitario» • **Gaetano Gemiti**



Rocco Bellantone,
presidente dell'Istituto superiore di Sanità

Un bene essenziale con un forte valore sociale

L'intera filiera è strategica per la crescita dell'economia ed è un tassello fondamentale per il sistema Paese. Benedetto Lavino, presidente di presidente Cosmetica Italia, delinea un quadro dell'intero settore, analizzando criticità e futuri sviluppi



Nel contesto di uno scenario geopolitico complesso, l'industria cosmetica nazionale continua a crescere costantemente, confermandosi un settore chiave per l'economia del Paese e un moltiplicatore naturale di competitività. «Il cosmetico è diventato un bene essenziale con un forte valore sociale» precisa Benedetto Lavino, presidente

Benedetto Lavino, presidente Cosmetica Italia



LA MILANO BEAUTY WEEK

«È un format unico nel suo genere, con cui ci rivolgiamo al grande pubblico, spiegando l'indispensabilità del cosmetico nei gesti quotidiani di igiene, cura di sé, benessere, prevenzione e protezione, oltre ai primati della nostra filiera»

Cosmetica Italia, Associazione nazionale imprese cosmetiche che rappresenta circa 650 imprese associate sull'intero territorio nazionale- perché risponde a esigenze legate al benessere, all'igiene, alla cura di sé, alla prevenzione e alla protezione: con una spesa pro-capite di 219 euro, rientra tra i beni primari a uso ricorrente nei consumi quotidiani delle famiglie con dinamiche analoghe a quelle dei beni per la salute».

Quali sono le maggiori criticità del settore e come pensa si possano risolvere?

«Il comparto cosmetico deve affrontare un pesante sovraccarico normativo (ad esempio, le direttive Green Claims, Eco-design e Trattamento Acque Reflue Urbane e il regolamento sul Packaging and Packaging Waste): questa complessità regolatoria, unita all'aumento dei costi energetici- tra i più alti in Europa- mette a rischio la capacità competitiva delle imprese. Una semplificazione regolatoria

a livello europeo, integrata con strategie nazionali, porterebbe le aziende del settore a liberare risorse da investire in export, innovazione e occupazione. Entro il 2030, il fatturato potrebbe raggiungere un totale di 26,2 miliardi di euro grazie a quello "abilitato" di 9,7 miliardi di euro, mentre l'occupazione crescerebbe di 54.000 nuovi posti di lavoro».

Quali sono le previsioni per la chiusura del 2025 e per il 2026?

«Secondo le ultime rilevazioni, il fatturato totale del settore cosmetico toccherà i 17,4 miliardi di euro a fine 2025, in crescita del 5,1 per cento rispetto all'anno precedente e in linea con la crescita media annua degli ultimi 10 anni. Le esportazioni si confermano un forte traino e raggiungeranno gli 8,5 miliardi di euro (+7 per cento rispetto al 2024). Sul fronte del mercato interno, il fatturato del comparto arriverà a 8,9 miliardi di euro, segnando un +3,3 per cento in rallentamento rispetto alle stime di inizio

anno».

Quali sono le opportunità di crescita anche all'estero?

«Con una quota di export pari a circa il 50 per cento del fatturato, il settore cosmetico italiano esprime una spiccata vocazione internazionale. A fronte di questi numeri importanti e in un contesto di dinamiche commerciali incerte, occorre quindi ribadire come l'assenza di strumenti di accompagnamento e mitigazione rischi di frenare la propensione all'export delle imprese cosmetiche italiane, soprattutto in mercati strategici come gli Stati Uniti. Nella prima metà del 2025 abbiamo già notato che l'export verso l'area del Mercosur ha segnato ritmi superiori al 40 per cento rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente: un segnale di come l'accordo di libero scambio tra l'Unione Europea e il Mercosur aprirà nuove prospettive per l'export italiano».

Come è andata la Milano Beauty Week?

«La quarta edizione della Settimana dedicata alla cultura della bellezza e del benessere si è dimostrata, ancora una volta, un appuntamento atteso dai visitatori, in grado di concretizzare un progetto culturale che coinvolge tutti i protagonisti del mondo beauty. Eventi, convegni, mostre e laboratori, inclusi appuntamenti legati alla solidarietà e alla prevenzione, tutti gratuiti, si sono alternati nelle diverse location della manifestazione: 3 "hub" di Palazzo Giureconsulti, Palazzo Castiglioni e, da quest'anno, Palazzo Bovara; 18 Beauty Cube disseminati da Piazza Cordusio a Piazza San Babila; 3 Beauty Tram che hanno percorso le vie del centro; gli eventi legati al palinsesto della Milano Beauty Week e realizzati in numerose altre location, spazi commerciali, luoghi d'arte e di cultura anche grazie al coinvolgimento delle aziende aderenti. Milano Beauty Week resta un format unico nel suo genere, con cui ci rivolgiamo al grande pubblico, spiegando l'indispensabilità del cosmetico nei gesti quotidiani di igiene, cura di sé, benessere, prevenzione e protezione, oltre ai primati della nostra filiera».

Quali sono i prossimi progetti che vi siete prefissati?

«L'intera filiera dell'industria cosmetica italiana è strategica per la crescita dell'economia ed è un tassello fondamentale per il sistema paese. Siamo una delle eccellenze del made in Italy che ha bisogno di essere sostenuta adeguatamente per potersi affermare come l'"Italian Beauty". Questo significa che dobbiamo sia coinvolgere gli imprenditori nel lavorare assieme per il bene comune dell'intera filiera sia collaborare con le istituzioni affinché riconoscano il settore e ne possano sostenere il tessuto industriale anche attraverso una semplificazione normativa che rischia di frenare innovazione, competitività, transizione sostenibile e investimenti». • **CG**

Un laboratorio di idee audaci

K Project non è solo un'azienda: è un esempio di eccellenza italiana che guarda al futuro con rigore, immaginazione e coraggio. In un'epoca in cui la scienza è spesso guidata dal profitto, questa realtà dimostra che è possibile innovare con etica, indipendenza e visione

Nel cuore della provincia di Como, una piccola impresa italiana sta silenziosamente ridefinendo il concetto stesso di biotecnologia.

La K Project, erede degli studi trentennali del ricercatore indipendente svizzero Fulvio Balmelli, ha sviluppato una tecnologia unica al mondo: la Citoalgoritmica. Non si tratta di una scoperta da laboratorio isolato, ma di un sistema già applicato in centinaia di centri medici italiani e testato da università internazionali, con risultati promettenti in ambiti che spaziano dalla medicina rigenerativa all'agricoltura sostenibile. Per chi ha responsabilità istituzionali, questa realtà rappresenta molto più di un caso di eccellenza imprenditoriale: è un'opportunità concreta per rafforzare la sovranità scientifica, promuovere la salute pubblica, sostenere l'occupazione qualificata e accelerare la transizione ecologica.

SALUTE PUBBLICA E MEDICINA PERSONALIZZATA

La tecnologia Kyminasi, basata sulla Citoalgoritmica, interviene sui processi biologici attraverso segnali bioelettrici codificati, senza l'uso di farmaci o sostanze chimiche. Questo approccio non invasivo apre nuove prospettive per la medicina preventiva e rigenerativa, con potenziali ricadute

Il ricercatore indipendente Fulvio Balmelli



UNA SVOLTA STRATEGICA

Investire in tecnologie che favoriscono diagnosi precoci, terapie personalizzate e riduzione degli effetti collaterali, in un contesto in cui la spesa sanitaria è in costante crescita

positive sulla sostenibilità del sistema sanitario nazionale.

In un contesto in cui la spesa sanitaria è in costante crescita, investire in tecnologie che favoriscono diagnosi precoci, terapie personalizzate e riduzione degli effetti collaterali può rappresentare una svolta strategica. Kyminasi propone un modello di salute come equilibrio dinamico, da preservare con precisione e innovazione.

SICUREZZA ALIMENTARE E AGRICOLTURA SOSTENIBILE

Le applicazioni della Citoalgoritmica su organismi vegetali hanno dimostrato la possibilità di migliorare la resa agricola, ridurre l'uso di pesticidi e aumentare la resistenza delle colture agli stress ambientali. In un'epoca segnata dai cambiamenti climatici e dalle crisi alimentari, questa tecnologia può contribuire

a rafforzare la sicurezza alimentare nazionale e promuovere un'agricoltura più resiliente. Per i decisori pubblici, sostenere l'adozione di soluzioni biotech come Kyminasi significa investire in una filiera agroalimentare più competitiva, sostenibile e autonoma. La Citoalgoritmica si inserisce perfettamente nel paradigma della bioeconomia: un'economia che valorizza le risorse biologiche e riduce l'impatto ambientale. I dispositivi Kyminasi, già utilizzati anche nel settore cosmeceutico e nutraceutico, offrono soluzioni innovative nei settori con più profitti e crescita.

Questa tecnologia può diventare un alleato concreto per il raggiungimento degli obiettivi dell'Agenda 2030, in particolare quelli legati alla salute, all'ambiente e alla sostenibilità.

OCCUPAZIONE QUALIFICATA E FORMAZIONE

La K Project è un esempio virtuoso di impresa che ha scelto di crescere senza fondi pubblici né capitali di rischio, puntando tutto sulla ricerca e sulla formazione interna. Guidata da Alessia Panizza, la squadra multidisciplinare dell'azienda rappresenta un modello di impresa agile, etica e innovativa. Sostenere realtà come questa significa promuovere l'occupazione qualificata, incentivare la formazione tecnico-scientifica e creare nuove opportunità per i giovani in settori ad alto valore aggiunto.

SOVRANITÀ TECNOLOGICA E COMPETITIVITÀ INTERNAZIONALE

In un settore dominato da multinazionali e brevetti esteri, Kyminasi rappresenta una rara eccellenza italiana che ha sviluppato una tecnologia proprietaria, già riconosciuta a livello internazionale. Il fondatore Fulvio Balmelli è stato persino candidato al Premio Nobel per la Pace per il potenziale della Citoalgoritmica nel migliorare l'agricoltura nei territori fragili. Investire in questa tecnologia significa rafforzare la sovranità scientifica del Paese, valorizzare il talento nazionale e posizionare l'Italia come leader in un settore strategico per il futuro.

UNA FUCINA DI ECCELLENZA

È una squadra brillante e coesa, che affronta con competenza le sfide del mercato globale, sostenendo il lancio di numerosi prodotti innovativi. Un collettivo che lavora con la precisione di un laboratorio d'avanguardia e la grinta di una start-up in piena espansione: una vera fucina di eccellenza italiana, dove ricerca e impresa si fondono in un equilibrio raro e potente.

Nonostante le dimensioni contenute, l'azienda sta compiendo una scalata silenziosa ma decisa tra le realtà più promettenti del settore. Non cerca visibilità mediatica, ma punta su risultati concreti e applicazioni reali. Un outsider che vuole conquistare il rispetto della comunità scientifica internazionale, passo dopo passo.

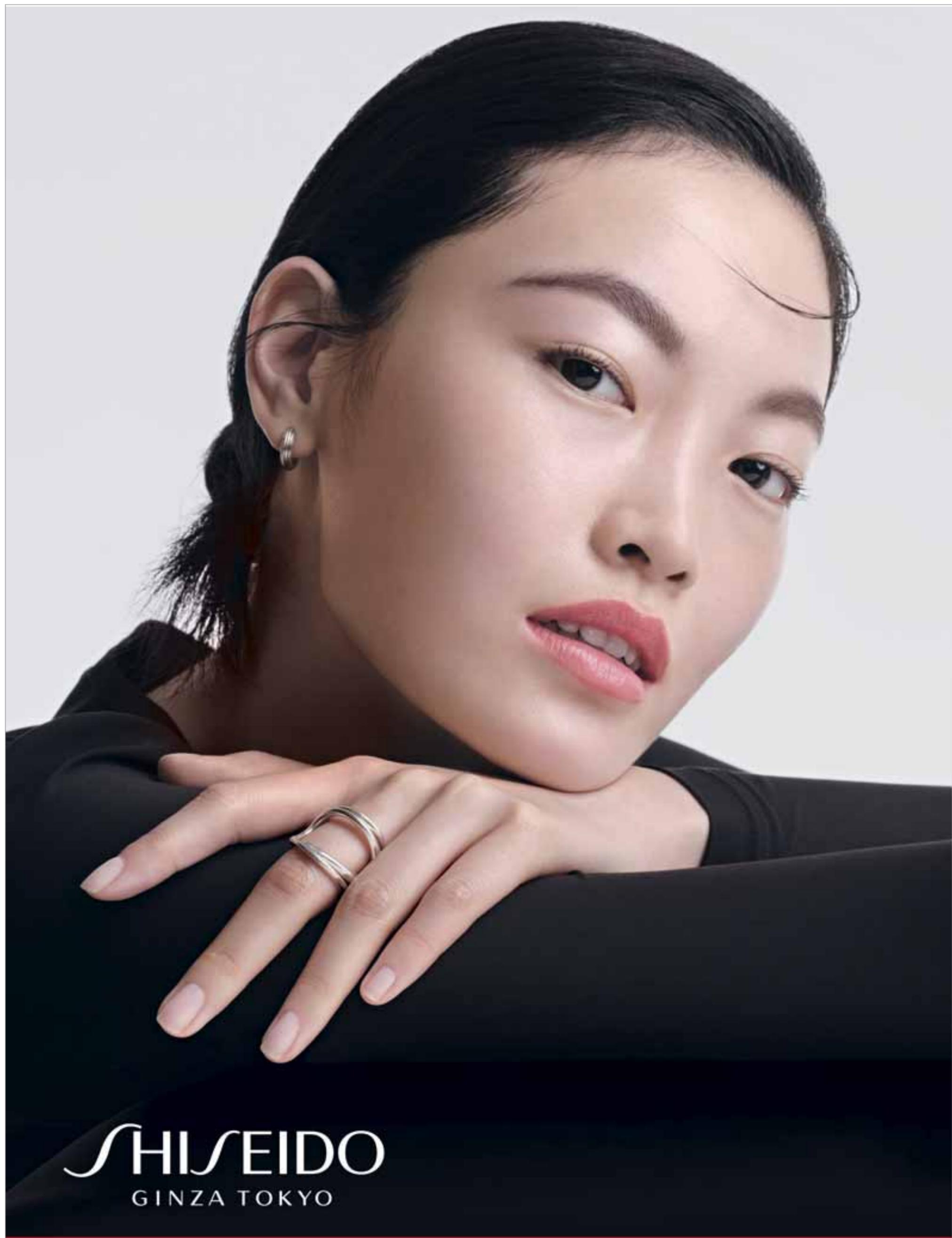
Kyminasi non è solo una tecnologia: è una visione del futuro. Un futuro in cui salute, ambiente, economia e conoscenza si intrecciano in modo armonico e sostenibile. Per chi ha il compito di orientare le politiche pubbliche, Kyminasi rappresenta un esempio che merita attenzione e sostegno. È il momento di ascoltare, sostenere e investire in chi sta già costruendo il domani, con coraggio, competenza e visione. La rivoluzione silenziosa della biotecnologia italiana è iniziata: ora serve una risposta istituzionale all'altezza della sfida. • **CG**

Alessia Panizza, legale rappresentante di K Project



TECNOLOGIA CHE MIGLIORA IL PIANETA

La K Project Srl è un'impresa innovativa con sede a Villa Guardia (Co), specializzata nella distribuzione e sviluppo di tecnologie biofisiche applicate al benessere umano, all'agricoltura e alla sostenibilità ambientale. L'azienda è nota per rappresentare il brand Kyminasi, frutto di oltre 30 anni di ricerca condotta dal ricercatore indipendente svizzero Fulvio Balmelli, ideatore della tecnologia Citoalgoritmica: un linguaggio matematico basato sulla decodifica delle frequenze elettromagnetiche tra molecole biologiche.



SHISEIDO
GINZA TOKYO

NUOVO ULTIMUNE

Power Infusing Serum

Clinicamente testato⁽¹⁾ per **rallentare i 7 segni dell'invecchiamento**:
Colorito spento, ruvidità, linee sottili, tono disomogeneo,
rughe, perdita di compattezza ed elasticità.

95% delle donne vede la pelle
più giovane in 1 sola settimana⁽²⁾

Risultati clinicamente testati
in **8 SETTIMANE**⁽³⁾:

+86% Elasticità

+51% Luminosità

-63% Ruvidità

#FreedomFromAge



(1) Test clinici - 32 volontari.

(2) Test consumatore su 107 donne.

(3) Test clinici - 34 volontari.



L'abilitatore di talenti

Come accade nello sport, il coach nelle aziende è un allenatore mentale che affianca la persona in un percorso strutturato. Lavorando con profitto sulle sue soft skills, spiega Giovanni Soldatich, per poi orientarle al risultato

Se il talento è la parte primaria del potenziale umano di una persona, il primo passo è acquisirne consapevolezza. Un discorso che vale per tutti a tutte le età e a maggior ragione per i giovani, che possono trarre «grande giovamento da un percorso di coaching finalizzato a scoprirlo e a valorizzarlo», per affermare le proprie differenze in una società che invece tende a omologare. Ne è fermamente convinto Giovanni Soldatich, presidente dell'Associazione italiana coach professionisti che non a caso ha voluto intitolare "Talent in fiore" il prossimo forum Aicp 2025, in calendario a Roma il 24 ottobre.

Come si può far sbocciare il talento attraverso l'attività di coaching fin dalla giovane età, alimentando di conseguenza la cultura del merito?

«Il coach abilita una persona a svelare, allenare e sviluppare il proprio talento. Per seguire i giovani ci sono scuole di formazione specializzate per formare adeguatamente i coach, dette di "teen coaching" E poi importante che il coach sappia interagire efficacemente anche con i genitori e le famiglie dei giovani, per cui ci sono scuole di formazione specializzate per formare adeguatamente i coach, dette di "parent coaching"».

Quali sono i principali vantaggi che un percorso di coaching determina nello sviluppo di una leadership professionale o di un business aziendale?

«Per quanto riguarda la leadership, il coaching può diventare esso stesso un modello, come già hanno fatto alcune importanti aziende. Attraverso l'ascolto attivo migliora la qualità della comunicazione tra persone e gruppi, condizione senza la quale anche i migliori processi falliscono. Lo sviluppo della responsabilità individuale rafforza la motivazione e porta ciascuno a dare il meglio di sé. L'individuazione degli obiettivi e la pianificazione condivisa, fondate su questi principi, trasformano il potenziale in risultati concreti e sostenibili per l'organizzazione».

Anche il mentoring è considerato un buon trampolino per lanciare una carriera. Cosa lo differenzia dal coaching e che grado di compatibilità c'è tra le due attività?

«Si tratta di due attività di empowerment diverse e compatibili, perché hanno fini diversi. Pensando allo sport, possiamo dire che il mentor è un allenatore tecnico, qualcuno che ha esperienza in uno sport e la trasmette all'atleta che allena. Il coach invece è un allenatore mentale, che mette in condizioni l'atleta che segue di esprimere al massimo il suo potenziale, di superare dei limiti mentali, di prendere consapevolezza del proprio valore, del pro-



LA FORMAZIONE PERMANENTE

Ogni anno i soci Aicp hanno a disposizione almeno 50 ore di formazione di ottima qualità, frequentano comunità di pratica e partecipano a tavoli di ricerca

prio talento».

Ruotando l'obiettivo e calandolo in una dimensione aziendale?

«Nelle aziende avviene lo stesso: il mentor è un manager o un dipendente senior che ha grande esperienza specifica in un lavoro e la trasmette a un giovane collaboratore. Il coach invece è un professionista qualificato, che non trasmette esperienze, non dà consigli, non indica possibili soluzioni. Il coach affianca in un percorso strutturato la persona, lo fa con profitto a partire dall'amministratore delegato fino a un giovane dipendente, e lavora assieme a lui perché raggiunga un obiettivo, che può essere un risultato aziendale o una qualità e caratteristica della persona, una soft skill, il cui sviluppo da benefici alla persona stessa e all'azienda».

Attraverso quali indicatori si possono misurare gli effetti positivi generati da un percorso di coaching e stabilirne l'effettivo successo?

«Con questo fine, Aicp ha sviluppato un importante progetto in collaborazione con l'Università di Padova, che ha portato alla realizzazione di uno strumento per misu-

rare l'efficacia in un'azienda di un progetto basato su percorsi individuali di coaching e attività di team e group coaching. Lo strumento coinvolge dipendenti e management attraverso dei questionari, somministrati all'inizio e al termine del progetto, che misurano otto variabili di performance dell'azienda, gli effetti positivi dell'attività di coaching, fornendo anche all'azienda un suo "posizionamento" rispetto alle altre aziende sulle quali si sono già svolte le stesse attività. Quanto all'efficacia dei singoli percorsi di coaching, questa è verificata sia in ogni incontro che alla fine, attraverso la misura delle azioni pianificate e il raggiungimento degli obiettivi individuati per il percorso».

Quali iniziative concrete promuove Aicp per supportare la crescita professionale del coach e quali buone pratiche si impegna ad affermare?

«Aicp è iscritta al registro del Ministero delle imprese e del made in Italy per la legge che definisce le regole per le professioni che non hanno un ordine. Essere soci di Aicp è quindi una garanzia di serietà e competenza: in questo la formazione per-

manente è il nostro impegno principale. Ogni anno i nostri soci hanno a disposizione almeno 50 ore di formazione di ottima qualità, frequentano comunità di pratica per il confronto e lo scambio di esperienze, partecipano a tavoli di ricerca. Dal 2024, Aicp ha pubblicato due manuali sul coaching con un importante editore italiano, uno dedicato alle neuroscienze e l'altro al coaching organizzativo, realizzati dai suoi soci impegnati nella ricerca».

•Gaetano Gemiti



Giovanni Soldatich, presidente di Aicp, Associazione italiana coach professionisti

Fiducia, ascolto ed empowerment

Nei team e nelle organizzazioni aziendali in cui il leader coach porta le sue competenze, questi sono tra gli effetti positivi che si generano. Beatrice Manzoni spiega come si allenano e quanto anche la creatività influisca in bene

Accrescere la capacità di pensiero e presa di decisione, migliorando l'efficienza interpersonale e la fiducia nell'esprimere il proprio ruolo e la prestazione individuale. Sono alcune delle competenze che un leader coach è in grado di attivare all'interno di un team di lavoro appartenente a qualsiasi area funzionale, come insegna Beatrice Manzoni nell'ambito dei corsi che tiene in qualità di associate professor di leadership practice e HR presso SDA Bocconi School of management. «Dati alla mano - spiega la direttrice dei programmi executive "HR Management", "Leader Coach" e "Creatività al lavoro" - un leader coach porta a maggiori livelli di commitment ed engagement delle proprie persone, e di conseguenza a performance più efficaci. Oltre a un ambiente lavorativo più inclusivo e orientato alla crescita del singolo e non solo dell'organizzazione».

Grazie a quali competenze un leader coach riesce a innescare questi cambiamenti all'interno di un'azienda?

«Questo accade grazie alla capacità di creare sicurezza psicologica e fiducia, che permettono alle persone di esprimersi al meglio, di costruire insieme alle persone obiettivi di sviluppo e piani di azione, di ascoltare attivamente e fare le cosiddette domande potenti, di evocare consapevolezza e facilitare quindi l'apprendimento e la crescita».

A oggi si conta solo lo 0,5 per cento di Pmi italiane certificate in materia di diversity&inclusion. Come entra il leader coach in questo processo e come viene formato per gestirlo?

«Il leader coach può contribuire nel quotidiano, attraverso il suo modo di relazionarsi con le proprie persone, un clima di maggior inclusione e valorizzazione delle caratteristiche individuali, attraverso un ascolto non giudicante, l'empowerment, la responsabilizzazione delle persone e il supporto nei percorsi di sviluppo e crescita. Questo è tanto più vero quanto più diventa un modus operandi diffuso tra tutti coloro che gestiscono persone in azienda».

Nei suoi corsi descrive la creatività come una componente in grado di generare effetti favorevoli in tutte le organizzazioni. Come viene "dosata" nelle attività di coaching e in quali ambiti funziona di più?

«La creatività è la capacità di trovare soluzioni nuove e utili ai problemi. Nel coaching è una risorsa imprescindibile. Il coaching parte proprio dal presupposto che ogni persona sia creativa e sia piena di risorse e per questo motiva possa essere l'artefice del proprio percorso di sviluppo. Un leader coach attiva la creatività delle proprie persone attraverso l'ascolto attivo e non giudicante, le domande "potenti"



UN BRAVO LEADER COACH

Aiuta a far emergere talento e merito aiutando le persone a mettere a fuoco punti di forza e aspirazioni individuali, supportandole nella definizione di obiettivi sostenibili, sfidanti e coerenti con gli obiettivi organizzativi e nella costruzione di piani di azione

(domande aperte più che chiuse, non indirizzanti, esplorative e riflessive) e il lavoro sulla consapevolezza».

Talento e merito sono pilastri fondanti di una realtà aziendale votata all'eccellenza. Cosa può fare un coach per farli emergere e valorizzarli, specie nei giovani?

«Un bravo leader coach aiuta a far emergere talento e merito aiutando le persone a mettere a fuoco punti di forza e aspirazioni individuali, supportandole nella definizione di obiettivi sostenibili, sfidanti e coerenti con gli obiettivi organizzativi e nella costruzione di piani di azione. Crea, inoltre, opportunità per mettersi alla prova in contesti diversi e usa il feedback reciproco come strumento di crescita. Coi più giovani, ma non solo con loro, aiuta a sviluppare senso di autoefficacia e a tradurre il potenziale in risultati concreti. Promuove equità, aiutando l'organizzazione a riconoscere e valorizzare contributi

distintivi».

Una delle unità tematiche del suo programma formativo "Il Leader Coach" punta ad alimentare il feedforward. Di che approccio si tratta?

«Il feedforward è un approccio alternativo al feedback. Come dice la parola stessa, guarda avanti e non guarda indietro. Se il feedback è un insieme di informazioni relative a come una persona ha operato nel perseguire un determinato obiettivo e nell'adottare specifici comportamenti, il feedforward è un insieme di informazioni relative a possibili azioni future che una persona potrebbe mettere in atto per raggiungere risultati attesi».

E in virtù di quali fattori sta affermando la sua validità, sia in termini di prestazioni che di crescita personale in azienda?

«Funziona perché il futuro si può cambiare, mentre il passato no. E perché la ricerca dell'errore (rischio in cui incorriamo facil-

mente se guardiamo indietro) mette sulla difensiva. Inoltre il feedforward può arrivare da chiunque perché non richiede di conoscere la persona, ma solo il contenuto e l'attività e genera idee in poco tempo. Nel coaching aiuta le persone a concentrarsi su possibilità e azioni, non su errori passati. Questo produce maggiore responsabilità, motivazione e velocità di apprendimento. In azienda si traduce in performance più elevate, crescita personale continua e una cultura più aperta al cambiamento e all'innovazione». •Gaetano Gemiti



Beatrice Manzoni, professoressa associata di Practice di Leadership e HR presso SDA Bocconi School of Management

residenzerealisabaude.com



RESIDENZE REALI SABAUDE PIEMONTE

Your Italian Royal Experience



In progetto di



Con la partecipazione di



In collaborazione con



Partner di



A difesa della libertà di pensiero

In una società incapace di raccontare i propri eroi che per sentirsi viva ha bisogno di creare nemici, Daniele Capezzone si scaglia contro chi, per mettere in fuorigioco gli avversari, usa la violenza verbale

Si è tenuta a fine settembre a Roma la quarta edizione della conferenza L'Italia dei Conservatori, organizzata da Fondazione Tatarella e Nazione Futura, con la collaborazione di The European Conservative. Tra le figure di spicco del mondo politico, culturale e imprenditoriale presenti Fabrizio Tatarella, il ministro dell'Istruzione e del merito Giuseppe Valditara e il direttore editoriale di Libero Daniele Capezzone. «Un'occasione per affrontare e discutere i temi più urgenti dell'attualità, offrendo una piattaforma per un dibattito costruttivo sui valori dell'Occidente e della libertà». Durante l'evento è stato presentato anche il libro di Daniele Capezzone *Trumpisti o muskisti, comunque fascisti. Sinistra a caccia di nemici*. Proprio con il direttore editoriale di Libero parliamo di merito, conflitti ideologici e polarizzazioni politiche.

Se dovesse spiegare a un giovane cosa significa davvero essere meritevoli in Italia oggi, cosa direbbe?

«Faticare, applicarsi, restare liberi, e avere sempre pronta in tasca una lettera di dimissioni».

In un paese come l'Italia, dove spesso



contano conoscenze e burocrazia, come si può davvero premiare il merito?

«Se dobbiamo essere sinceri, la strada è vergognosamente lunga e tortuosa. Chi non ha padrini e non ha consorterie, deve faticare il doppio. Ma almeno, se ottiene un risultato, avrà il triplo della soddisfazione. Mettiamola così...».

Nel mondo del giornalismo secondo lei conta davvero il merito o più le relazioni e l'appartenenza politica?

«Pesano entrambi i fattori, inutile negarlo. Diciamo però che il primo è una polizza di assicurazione che dura per tutta la vita, mentre gli altri sono un biglietto della lotteria che - forse - può rivelarsi vincente una sola volta».

Nel suo libro *Trumpisti o muskisti, comunque fascisti. Sinistra a caccia di nemici* fa la fotografia di un'epoca in cui la

ESSERE MERITEVOLI IN ITALIA OGGI

«Significa faticare, applicarsi, restare liberi, e avere sempre pronta in tasca una lettera di dimissioni»

lotta politica non si limita più a contrapporsi nelle idee, ma rischia di trasformarsi in una spirale di odio capace di giustificare persino l'eliminazione fisica: lo dobbiamo considerare un libro tristemente profetico?

«No, "profetico" è una parola troppo impegnativa. Mi sono limitato a unire i puntini, come in uno dei più banali giochi di enigmistica. Troppi negano ciò che è evidente: certo che c'è da anni una forte polarizzazione politica in entrambe le direzioni, ma da sinistra contro destra c'è qualcosa di più, una macchina dell'odio ben oliata, una capacità di evidenziare i bersagli da isolare, una folla che applaude quando il "reprobo" viene colpito, e un circoletto di intellettuali che - a cose fatte - organizza un processo morale postumo alla vittima».

Trump, Musk, Milei o Netanyahu, i quattro protagonisti scelti come simboli del libro, che caratteristiche hanno in comune?

«Ci sono tra loro molte differenze, e peraltro il libro non è certo una loro agiografia: il mio saggio prova a evidenziare, per ciascuno, non solo le luci ma anche le ombre. Eppure invariabilmente - la sinistra applica a tutti la medesima etichetta: "fascisti". Ma se non va bene niente (destra liberale, destra sociale, falchi, colombe, tecnodestra), se tutto è fascismo, siamo a una visione delle cose da

assemblea del liceo...».

Perché figure tanto divisive esercitano un fascino epico e magnetico su milioni di persone?

«Anche per reazione. Se tu demonizzi qualcuno, se ne fai l'oggetto di campagne ossessive di contrapposizione, gli stai regalando il centro della scena. E qui la sinistra non si rende nemmeno conto di questi suoi autogol».

• **Cristiana Golfarelli**



TRUMPISTI O MUSKISTI, COMUNQUE FASCISTI. SINISTRA A CACCIA DI NEMICI

È in libreria dal 16 settembre scorso il nuovo lavoro di Daniele Capezzone, edito da Piemme. «Un libro che non è tanto pro Trump, pro Musk, pro Milei o pro Netanyahu - come ci tiene a sottolineare l'autore - quanto piuttosto, sfacciatamente, programmaticamente, volutamente, anti anti-Trump cioè contro gli oppositori pregiudiziali, ossessivi, assatanati, dell'attuale inquilino della Casa Bianca. E lo stesso vale per gli altrettanto invasati nemici di Musk, di Milei, di Netanyahu». Daniele Capezzone denuncia la violenza verbale e politica che colpisce chiunque non si allinei alla visione progressista dominante. L'odio verbale che si trasforma in sangue come dimostra il recente omicidio di Kirk Charles.



Daniele Capezzone, direttore editoriale di Libero

A norma di legge: le imprese alla prova

Tutto il tessuto produttivo è chiamato a rispettare una legislazione sempre più complessa, in cui non è facile districarsi. D'altra parte, sicurezza e ambiente continuano a presentare numeri preoccupanti.

L'analisi di Davide Zanellato

Da una parte, l'attenzione dei media e della legislazione è aumentata esponenzialmente. Dall'altra, dati alla mano, manca ancora una cultura del lavoro che permetta il cambio di paradigma tanto invocato. Parliamo di sicurezza e tutela ambientale nel tessuto produttivo italiano: una selva di leggi estremamente complesse in cui è difficile districarsi ma che pure appaiono necessarie per ridurre inquinamenti, in alcuni casi pericolosissimi, infortuni e morti sul lavoro. In questo campo lavora Davide Zanellato, alla guida della Asp Servizi Srl di Torino. La sua azienda si occupa, infatti, di aiutare le imprese a ottemperare agli obblighi di legge in materia di sicurezza, ambiente e formazione. «Tutto il nostro lavoro parte da una coerenza normativa – spiega Zanellato –. Le aziende hanno norme sempre più complesse da rispettare: noi le aiutiamo a rispettare questi obblighi. La società è nata nel 2019 con la consapevolezza che offrire un unico referente per le attività di consulenza aiuta gli imprenditori a semplificare il rispetto delle norme. Per offrire questo servizio facciamo leva su un'esperienza ultraventennale e una formazione interna costante per i collaboratori».

Qual è il contesto attuale in cui vi muovete?

«Siamo in un periodo di crisi di vari settori, fra cui l'automotive. Pur essendo il nostro un servizio che si occupa di aspetti in molti casi obbligatori, quando l'azienda affronta emergenze che portano a cali di produzione, i primi tagli sono portati proprio su questo tipo di

Davide Zanellato ed Elisa Francescon, soci della Asp Servizi



UN PROBLEMA CULTURALE

Mi capita ancora di sentire lavoratori con anni di esperienza nell'edilizia dire cose come "se ti fai male ti entra il mestiere"

servizio perché è considerato meno essenziale. È una concezione in realtà ormai data e, infatti, le nuove generazioni di imprenditori vedono la cosa in modo diverso. Ma capita ancora spesso di dover spiegare ai clienti come certe accortezze aiutino significativamente tutta l'attività. Per esempio, avere un certificato sulla sicurezza significa ottenere degli sgravi Inail, oppure avere meno pro-

blematiche in caso di infortunio (che in anni di attività bisogna sempre mettere in conto)».

Dunque il problema riguarda gli imprenditori?

«Assolutamente no, riguarda tutto il mondo produttivo e la cultura generale del mondo del lavoro, così come anche l'impostazione sanzionatoria e non preventiva della normativa. Per cui, per esempio, nel caso di un infortunio si riesce sempre a trovare una responsa-

bilità in capo all'azienda anche se questa si è prodigata in tutti i modi per scongiurarlo. O ancora, la marcatura Ce (il prodotto che è a norma per essere venduto in comunità europea) è fatta per lo più in autodichiarazione, quindi non c'è mai la certezza che tutti i passaggi normativi durante la produzione siano stati effettivamente compiuti. E per esperienza posso dire che raramente tutti i processi vengono eseguiti. D'altro canto, come dicevo, è proprio un problema culturale. Basti pensare che ancora oggi mi capita di sentire lavoratori con tanti anni di esperienza nel settore edile dire cose come "se ti fai male ti entra il mestiere". Non è un caso, quindi, se la formazione obbligatoria è ancora vista come una perdita di tempo».

Nell'ambito della tutela ambientale va meglio?

«Purtroppo no, ci sono ancora grossi problemi. Per fare un esempio, mi sono trovato a far fare delle pratiche di autorizzazione per emissioni in atmosfera ad aziende che sono sul mercato da 25 anni. Un periodo di tempo enorme, va da sé, in cui nessuno ha fatto controlli sull'impresa di turno né ha spiegato loro che avevano bisogno di un'autorizzazione. Le normative ci sono e le sanzioni possono essere pesantissime, ma tante volte non ci sono ispezioni. E il motivo è che a livello statale manca il personale per fare i controlli necessari».

In che modo si pone la vostra attività all'interno di questo quadro così difficile?

«Il nostro mestiere è la consulenza, quindi l'obiettivo è mettere l'azienda nelle condizioni di operare a norma. Per farlo, ci siamo specializzati anche negli aspetti tecnici. Possediamo tutte le strumentazioni necessarie alle valutazioni tecniche previste, con un parco macchine di nuova generazione per garantire la qualità del dato. Questo aspetto è particolarmente significativo se si considera che la maggior parte delle imprese di consulenza non hanno la stessa disponibilità. Puntiamo molto anche sulla qualità e professionalità del nostro personale, per il quale vengono sempre effettuati corsi di formazione di aggiornamento in modo da garantire la miglior consulenza. Infine, la nostra politica interna è di evitare figure professionali che si occupino di tutti gli aspetti del lavoro, ma di creare figure specifiche nei singoli ambiti di competenza. È questo a garantire la migliore qualità». • Renato Ferretti



Un servizio trasversale

Davide Zanellato, alla guida della Asp Servizi Srl, si sofferma su alcune attività della società torinese. «La società – dice Zanellato – si occupa di effettuare la consulenza in materia di sicurezza aziendale per la predisposizione dei documenti di valutazione dei rischi con annesse tutte le perizie tecniche, con un focus sulla normativa antincendio. Altro punto di forza è la consulenza ambientale per ridurre gli inquinamenti atmosferici e acustici, arrivando al controllo sulla contaminazione di acque e terreni. La formazione in materia di sicurezza, poi, è punto focale per ridurre gli infortuni del domani, quindi occupa un punto importante dell'attività. La Asp offre consulenza a una clientela fatta sia da piccole realtà sia Spa e grandi multinazionali, fino a realtà pubbliche come presidi ospedalieri, comuni e province».

Declinare la responsabilità

Dalle nuove frontiere del welfare aziendale alla sicurezza sul lavoro. Dalla sostenibilità al tema delle competenze. L'analisi di Andrea Amalberto, numero uno di Confindustria Piemonte, sulle forme della responsabilità sociale d'impresa

Nata 52 anni fa a Torino, uno dei centri industriali italiani per eccellenza, Confindustria Piemonte riunisce otto storiche associazioni territoriali, radicate da oltre un secolo, e rappresenta oggi oltre 5.500 imprese, che danno lavoro a oltre 250mila persone. «Siamo attori della twin transition, e diamo concretezza alla responsabilità sociale e al merito», evidenzia la guida degli industriali piemontesi Andrea Amalberto. Lo dimostra l'impegno dell'Associazione sulle principali voci che declinano il concetto di responsabilità sociale d'impresa. «Ci occupiamo di formazione professionale grazie all'Obr Piemonte, l'Organismo bilaterale regionale che gestisce con imprese e sindacati le risorse raccolte attraverso Fondimpresa. Siamo in dialogo stretto e continuo con la Regione per le tematiche ambientali, penso ai Pfas, piuttosto che alla gestione dei rifiuti. Sempre con la Regione lavoriamo anche sui temi legati a sanità ed energia. Collaboriamo con Confindustria nazionale a tutti i principali progetti su infrastrutture materiali e immateriali, così come per la tecnologia».

Dall'osservatorio di Confindustria Piemonte, cosa significa valore sociale di impresa?

«Distinguiamo tra impegno verso l'esterno e impegno verso l'interno dell'impresa. Con il passare degli anni è chiaramente quest'ultima ad aver assunto un ruolo prioritario quando si parla di responsabilità d'impresa. Per scelta, ma anche per necessità. È, infatti, evidente come il welfare aziendale sia divenuto centrale per attrarre giovani e meno giovani, a cominciare dalla possibilità di lavorare in smart working. La tecnologia, e contestualmente la pandemia, hanno radicalmente cambiato il concetto di luogo di lavoro, quantomeno per quelli che chiamavamo white collar. Non dico che sia un obbligo, un'azienda che non dia la possibilità di lavorare da casa uno o più giorni a settimana, chiaramente sarà giudicata negativamente da chi deve iniziare a lavorarci. E tutto questo avviene anche in territorio prevalentemente manifatturiero come il nostro. Ma lo smart working non basta, anche l'ambiente di lavoro è impattato da questo cambiamento»

In che modo?

«I luoghi fisici devono essere accoglienti e offrire spazi comuni dove sviluppare il lavoro di squadra, quel team work che oggi è alla base di tutti i processi. Non solo, spesso noi imprese ci troviamo a dover insegnare ai giovani a lavorare in squadra con colleghi più anziani o di cul-



ture diverse, perché lungo tutto il percorso formativo, i percorsi sono quasi tutti individuali, e i giovani arrivano da noi spiazzati dall'essere inseriti in progetti avviati con partner interni ed esterni all'azienda. Lo stesso vale per i fringe benefit, così come la possibilità di trovare un buon equilibrio tra lavoro e vita privata, che spesso sono più importanti dello stipendio».

La manifattura sta vivendo, non senza problemi, la doppia transizione.

«La twin transition riguarda l'altra metà della mela, ovvero produzione e ciò che va fuori dall'azienda: perché in ciò che si programma di realizzare, circolarità e sostenibilità sono oramai imprescindibili in ogni strategia industriale. Noi come Confindustria Piemonte, insieme a Bper e alle università piemontesi, abbiamo lanciato quest'anno un premio dedicato alle migliori tesi di laurea proprio su questi temi, un impegno che rinnoveremo nel 2026 con l'obiettivo di sentire direttamente da chi in azienda sta per entrarci, quali siano le migliori pratiche sviluppate dalle imprese piemontesi».

Quali sono le principali sfide nell'equilibrio tra ricerca del profitto, indispensabile alle imprese, e benessere del territorio e dei lavoratori?

«Anche in questo caso la risposta è sfaccettata, ma al centro ci sono oggi le competenze, ovvero la necessità sempre più stringente per le imprese di avere personale formato e aggiornato professionalmente, per essere competitive e sviluppare al proprio interno i talenti. La metà delle posizioni lavorative viene oggi occupata con difficoltà in Piemonte; se a questo dato aggiungiamo il calo demografico, lo scenario appare cri-

I LUOGHI FISICI

Devono essere accoglienti e offrire spazi comuni dove sviluppare il lavoro di squadra, quel team work che oggi è alla base di tutti i processi

tico. Basta un numero: dal 2019, nelle scuole primarie piemontesi gli iscritti sono calati del 16 per cento e la slavina è appena partita. Tra dieci anni, avremo un sistema formativo di secondo livello chiaramente in difficoltà? No, se saprà aprirsi all'industria, all'interno di un piano industriale che sappia temperare profitto, benessere e crescita sociale. Noi imprese siamo pronte a collaborare, avvicinando domanda e offerta, perché anche le competenze avanzate, se non vengono aggiornate, diventano inutili. Lascio agli esperti la realizzazione delle soluzioni, badge elettronico e microcredenziali sono oggi attuabili, ma certamente abbiamo bisogno di un mercato del lavoro più dinamico e attrattivo, con effettivo riconoscimento del merito».

Un tema a lei caro è quello della sicurezza sul lavoro.

«Sì. Una delle attività che svolgo come imprenditore è fornire, da oltre 25 anni, consulenze tecniche relative alla sicurezza sul lavoro, valutando tutti i rischi progettando o riprogettando i posti di lavoro con 'Ela' e 'Sicurezza lavoro' di Asti. Offriamo anche consulenze per il rilascio del Certificato prevenzione incendi e infortuni, valutazione del rischio da stress lavoro correlato, assistenza per la gestione di impianti di trattamento acque, smaltimento di rifiuti industriali e tutte le certificazioni necessarie. Poi c'è la medicina del lavoro. In questi ambiti abbiamo

assistito a una forte produzione legislativa, ma dal punto di vista della formazione e del controllo sugli attestati, c'è ancora da fare. Ciononostante, è evidente l'impegno crescente delle imprese a soddisfare questi obblighi, vivendoli sempre più spesso come investimenti: perché un posto di lavoro sicuro è la premessa alla responsabilità sociale di cui parlavamo in precedenza. Si può fare di più certamente sì: è un dovere e una responsabilità che va condivisa con i lavoratori, giorno dopo giorno».

• **Francesca Druidi**



Andrea Amalberto,
presidente Confindustria Piemonte

Motore di competitività dal 1994

Non solo “suggerire”, ma “fare con l’impresa”, garantendo trasparenza e supporto costante: Studio Iniziativa e le società del gruppo offrono alle aziende italiane soluzioni capaci di unire sostenibilità, efficienza finanziaria e solidità amministrativa

Nel panorama imprenditoriale italiano, dove la complessità normativa e la rapidità del cambiamento tecnologico richiedono sforzi continui di adattamento, c’è chi trasforma queste sfide in opportunità concrete. È questo che fa di Studio Iniziativa e delle collegate, una realtà che affianca le imprese da decenni offrendo consulenza specialistica, supporto concreto ai progetti e una visione di lungo termine che unisce sostenibilità, competitività e concretezza. Il gruppo può vantare un’esperienza maturata in anni di collaborazione con Pmi e grandi imprese. Grazie a una profonda conoscenza del tessuto produttivo e delle sue peculiarità, il team ha progressivamente sviluppato competenze trasversali: dalla finanza agevolata alla gestione normativa, dall’innovazione tecnologica al rafforzamento delle capacità internazionali. Questo percorso di crescita si è caratterizzato dall’adattamento continuo: non solo seguire le novità del quadro legislativo, fiscale e normativo, ma anticiparle, interpretarle e applicarle con pragmatismo al contesto di ciascuna azienda.

LA MULTIDISCIPLINARIETÀ: IL VERO PUNTO DI FORZA

Uno degli aspetti che distingue il gruppo Studio Iniziativa nel panorama della consulenza italiana è la sua multidisciplinarietà. Le aziende del gruppo riuniscono competenze che spesso, in altre realtà, si trovano frammentate. Da un lato, un ufficio studi costantemente aggiornato sulle novità legislative e sui bandi nazionali ed europei garantisce alle imprese interpretazioni chiare e applicazioni pratiche delle normative. Dall’altro, la sezione Engineering porta in dote competenze tecniche avanzate, con figure specializzate in progetti di innovazione, transizione ecologica, digitalizzazione e processi industriali complessi, fornendo non solo consulenza, ma anche analisi tecniche di alto livello. A questo si aggiunge il contributo di un revisore contabile esperto, che assicura alle imprese una gestione fiscale ottimale, attenta sia alla conformità normativa sia alla pianificazione strategica delle risorse. Grazie a questa integrazione di competenze, il gruppo è in grado di affrontare i progetti con una visione a 360 gradi, offrendo alle aziende soluzioni capaci di unire innovazione, sostenibilità, efficienza finanziaria e solidità amministrativa.

COSA RENDE IL BRAND STUDIO INIZIATIVA UN PARTNER DIVERSO

Alcune società offrono consulenza “di pacchetto”, con soluzioni predefinite che spesso richiedono alle imprese di adattarsi; Studio Iniziativa invece punta su un approccio su misura. Ogni progetto nasce da un’analisi ri-



Stefania Marocco e Massimo Genesio, cofondatori di Studio Iniziativa

PROSPETTIVE

Le aziende che sapranno muoversi con visione, che adotteranno modelli flessibili, che investiranno in competenze, saranno quelle che avranno i maggiori successi

gorosa degli obiettivi, delle risorse e dei vincoli specifici del cliente, per costruire piani operativi personalizzati. Inoltre, non basta presentare una strategia: è fondamentale accompagnare l’impresa in tutte le fasi, dalla progettazione all’implementazione fino al monitoraggio dei risultati. È in questo accompagnamento che il gruppo dimostra il proprio valore aggiunto: non solo “suggerire”, ma “fare con l’impresa”, garantendo trasparenza e supporto costante.

COMPETENZE INTEGRATE, RISULTATI TANGIBILI

Le imprese che si rivolgono a Studio Iniziativa e alle sue collegate trovano competenze in ambiti che oggi sono decisivi per la sopravvivenza e la crescita: Finanza agevolata e contributi pubblici, mettendo in campo capacità volte a orientare le aziende nel panorama dei bandi nazionali, regionali ed europei, aiutandole a individuare le opportunità più adatte e a coglierle nei tempi corretti. Internazionalizzazione, ovvero espandersi verso mercati esteri con consapevolezza: analisi dei rischi, conoscenza degli strumenti finanziari, valutazione delle catene distributive e delle partnership internazionali. Innovazione digitale e tecnologica, assistendo chi vuole investire in trasformazione digitale, adozione di nuovi processi produttivi, Industria 4.0 e 5.0. Sostenibilità, non come etichetta, ma come elemento strutturale del

modello di business: attenzione all’impatto ambientale, utilizzo efficiente delle risorse, conformità alle normative Esg che ormai sono sempre più centrali per investitori, clienti e stakeholder.

CREDIBILITÀ, EFFICACIA E RITORNO PER L’IMPRESA

In un mercato in cui la consulenza è spesso percepita come costosa e astratta, Studio Iniziativa costruisce la sua reputazione sulla capacità di generare valore tangibile. I clienti vengono guidati attraverso progetti che permettono alle loro imprese di ottenere contributi che altrimenti non avrebbero saputo intercettare, processi che migliorano l’efficienza operativa, relazioni con enti pubblici e infrastrutture istituzionali per attraversare senza

intoppi la burocrazia. Altro aspetto che distingue il gruppo Studio Iniziativa è la trasparenza operativa: rendicontazioni chiare, tempi definiti, interlocutori esperti, con la priorità di ridurre rischi e incertezze. Anche le imprese più abituate alle sfide amministrative trovano in Studio Iniziativa non solo un supporto tecnico, ma un partner affidabile.

OPPORTUNITÀ IN UN MONDO IN TRASFORMAZIONE

Il contesto globale e italiano si evolve con velocità: digitalizzazione, transizione ecologica, infrastrutture verdi, politiche europee sempre più orientate alla sostenibilità e all’innovazione. Le aziende che sapranno muoversi con visione, che adotteranno modelli flessibili, che investiranno in competenze, saranno quelle che avranno i maggiori successi. Il gruppo Studio Iniziativa intende essere accanto a queste imprese. Il suo impegno è non solo seguire gli sviluppi normativi, ma contribuire a generarli: anticipare i bisogni, sperimentare approcci nuovi, offrire consulenza che tiene conto delle sfide globali senza perdere il rapporto diretto con le specificità locali.

• LG



UNA SCELTA CONSAPEVOLE PER CHI VUOLE CRESCERE

Scegliere il gruppo Studio Iniziativa significa scegliere più che un fornitore: significa scegliere un alleato che conosce a fondo il funzionamento del sistema pubblico e privato, che sa dialogare con le istituzioni, che sa individuare, attivare e rendere operativo tutto ciò che è necessario per far progredire un’azienda. Significa puntare su una consulenza che guarda non solo al presente, ma al domani, costruendo fondamenta robuste per la competitività e il successo duraturo.

Accompagnare la crescita professionale dei consulenti finanziari

Puntare sulla formazione e sull'educazione finanziaria come strumento concreto e strategico per affrontare un contesto economico complesso e in continua evoluzione, «affinché ogni consulente- sottolinea Luigi Conte- sia pronto a farsi protagonista del cambiamento»

«In un contesto in continua evoluzione come quello odierno, riteniamo imprescindibile offrire strumenti formativi di alto livello, in grado di supportare i professionisti nel loro percorso di aggiornamento». Ad affermarlo è Luigi Conte, presidente di Anasf, per tradizione e mission una associazione molto attenta alla formazione dei propri consulenti finanziari associati come a interventi di educazione finanziaria rivolti al mondo giovanile e degli adulti.

Quali sono gli interventi più rilevanti che avete fatto in ambito di formazione dei vostri consulenti finanziari e di educazione finanziaria?

«Un'iniziativa centrale è Anasf l'hub, un format itinerante che ha unito contenuti tecnici e momenti di networking, con un tour nazionale partito a maggio e che si concluderà a ottobre. Tre i temi cardine affrontati- previdenza, contratto di agenzia e pianificazione successoriale grazie al contributo di docenti di alto profilo. Accanto a questa iniziativa, l'attività formativa si è rafforzata grazie all'Hub Formazione, una piattaforma digitale che offre percorsi di alta formazione per i consulenti finanziari e non solo».

Con l'Hub Formazione quali obiettivi avete raggiunto?

«Con l'Hub Formazione abbiamo raggiunto un obiettivo fondamentale: offrire ai consulenti finanziari un mezzo per affrontare un contesto economico complesso. Attraverso una piattaforma digitale integrata e sempre aggiornata, mettiamo a disposizione corsi online in modalità sincrona e asincrona che rispondono a esigenze formative diversificate: dai percorsi preparatori per l'esame Ocf fino alle specializzazioni più avanzate su temi come Esg, criptovalute e gestione della relazione con i clienti».

Quale valore ha per voi l'intelligenza artificiale e come la utilizzate?

«L'intelligenza artificiale rappresenta per Anasf una leva strategica, non una minaccia. La consideriamo uno strumento per migliorare la qualità della consulenza finanziaria, a cui delegare le pratiche di routine per liberare tempo da dedicare alla relazione con il cliente. Non si può delegare all' algoritmo ciò che è insostituibilmente umano: il cuore pulsante della nostra professione resta la capacità di ascolto e la comprensione dei bisogni del cliente. La sfida è riuscire a governare l'intelligenza artificiale, non subirla. Se sapremo integrarla nei nostri processi mantenendo la nostra identità, potremo contribuire a costruire un futuro migliore per i risparmiatori e per il Paese. Per questo incentiviamo l'investimento in formazione continua e innovazione».

Quali sono le tecniche per promuovere una



L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Rappresenta per Anasf una leva strategica, non una minaccia. La consideriamo uno strumento per migliorare la qualità della consulenza finanziaria, a cui delegare le pratiche di routine per liberare tempo da dedicare alla relazione con il cliente

consulenza coerente e incisiva nei confronti del cliente?

«Promuovere una consulenza coerente e incisiva significa mettere al centro il cliente, con i suoi bisogni e i suoi obiettivi, non il prodotto. In Anasf crediamo che il valore della consulenza risieda nella capacità di costruire relazioni autentiche, basate sulla fiducia, sulla trasparenza e sulla competenza. Questo si traduce nell'ascoltare attentamente e attivamente il cliente, favorirne l'educazione finanziaria, aggiornarsi costantemente, integrare le nuove tecnologie con consapevolezza e giudizio e agire sempre secondo elevati standard etici e morali».

Il vostro Centro Studi e Ricerche che ruolo svolge?

«Il Centro Studi e Ricerche di Anasf è il nostro radar: osserva, analizza e cerca di anticipare i cambiamenti della professione del consulente finanziario. È fondamentale per comprendere come si muove il mercato, come muta la normativa di settore e come evolve il ruolo del

consulente all'interno della società. Inoltre, attraverso indagini periodiche come il Real Trend, la Survey semestrale e le ricerche tematiche (in ultimo quella sui modelli di remunerazione della consulenza, presentata al FAJ Forum Day a giugno 2025), raccoglie e analizza dati direttamente dai nostri associati per fotografare la realtà sul campo. Questo ci consente di formulare proposte concrete nelle sedi istituzionali, orientare la formazione e dialogare in maniera proficua con tutti gli stakeholder».

Quali sono le principali attività di educazione finanziaria che avete realizzato nel 2025?

«L'impegno di Anasf per l'educazione finanziaria attraverso il progetto economic@mente-Metti in conto il tuo futuro, realizzato in collaborazione con Progetica, nel 2025 si è tradotto in risultati senza precedenti: 429 classi coinvolte, oltre 7mila studenti partecipanti, 107 istituti scolastici in 53 province e 17 regioni italiane. Dal 2009 a oggi il progetto ha formato più di 58mila ragazze e ragazzi in oltre

550 scuole, diventando un punto di riferimento per la diffusione di competenze finanziarie tra i più giovani. Il percorso, guidato da formatori qualificati Anasf, integra conoscenze tecniche e consapevolezza pratica su temi come risparmio, previdenza, investimento e pianificazione, con un approccio accessibile e verificato attraverso questionari d'impatto. In questo modo, migliaia di studenti hanno potuto sviluppare una mentalità finanziaria consapevole, utile per affrontare con autonomia e responsabilità le scelte di vita future».

Progetti per il 2026?

«I nostri progetti si muovono lungo tre direttrici fondamentali. Primo, continueremo a investire nella formazione dei consulenti finanziari, ampliando l'offerta dell'Hub Formazione e arricchendo il format Anasf l'hub con nuovi contenuti tecnici e innovativi, in linea con l'evoluzione delle normative, delle tecnologie e delle esigenze del mercato. Secondo, rafforzeremo il nostro impegno nell'educazione finanziaria dei cittadini e dei giovani, consolidando il successo delle attività in essere e sviluppando nuove iniziative per rendere la cultura finanziaria sempre più diffusa, inclusiva e vicina alla vita quotidiana delle persone. Terzo, guarderemo al futuro con un approccio sistemico: attenzione alla sostenibilità, alla digitalizzazione- con un'integrazione sempre più strategica dell'intelligenza artificiale- e alle competenze trasversali che permettano ai nostri professionisti di confermarsi non semplici consulenti, ma veri punti di riferimento per le famiglie italiane. Il nostro obiettivo rimane chiaro: rafforzare il ruolo sociale della consulenza finanziaria, accompagnando la crescita professionale dei consulenti e contribuendo al benessere economico del Paese». • **Cristiana Golfarelli**



Luigi Conte, presidente Anasf, Associazione nazionale consulenti finanziari

Una riforma necessaria

A tappe forzate verso la revisione del quadro regolatorio dei fondi paritetici interprofessionali. L'analisi di Rossella Spada, direttore del Fondo Formazienda



Rossella Spada, direttore del Fondo Formazienda, ci aiuta a comprendere quanto stia accadendo nel mondo dei fondi paritetici interprofessionali a valle del primo incontro tenutosi a luglio nel quale il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali ha reso nota la ferma intenzione di addivenire in tempi rapidi all'aggiornamento del quadro regolatorio che interesserà il prossimo futuro dei fondi paritetici interprofessionali.

Come richiesto da Massimo Temussi, direttore generale della D.G. Politiche Attive del Lavoro del MLPS, le parti sociali costituenti il Fondo Formazienda, ovvero Sistema Impresa e Confsal, il 19 settembre hanno trasmesso il proprio Position Paper. Quali sono le motivazioni del percorso che si è avviato?

«Iniziamo con il dire che è ineludibile la necessità di porre in atto una revisione organica delle regole in cui operano i fondi interprofessionali. Ricordo, infatti, che l'attività dei fondi trova ancora i suoi fondamenti in due documenti emanati in momenti storici diversi: la Circolare del Ministero del Lavoro n. 36 del 18 novembre 2003 (Disposizioni 2003) e le Linee Guida dell'ex ANPAL del 10 aprile 2018 (Disposizioni 2018)».

Detto dell'importanza di giungere a un Documento unico del quadro regolatorio dei Fondi, entriamo nel merito dei punti del Position Paper di Sistema Impresa e Confsal.

«Le riflessioni contenute nel documento riprendono in modo organico quanto già espresso nell'incontro di luglio da Andrea Bignami nella sua veste di vice presidente vicario di Sistema Impresa e presidente di Formazienda. Gli ulteriori due mesi di dia-

GLI OBIETTIVI

Un ampliamento delle risorse destinate alla formazione senza gravare ulteriormente sulle aziende. Altrettanto importante sarebbe ottenere l'allargamento della platea dei soggetti beneficiari della formazione

logo interno tra le Confederazioni hanno arricchito gli spunti già forniti in quell'occasione. Compreso che l'orientamento del Ministero fosse più dettato dalla necessità di intervenire più a livello tecnico che di assetto normativo istituzionale, abbiamo integrato il documento con proposte che potessero rispondere alla primaria richiesta del Ministero relativamente proprio alla necessità di addivenire alla definizione di un nuovo testo organico».

Le proposte avanzate dalle parti sociali la trovano d'accordo? Quanto potrebbero condizionare le attività del Fondo?

«È bene ricordare che le posizioni espresse nel documento competono per definizione all'attività strategica e di indirizzo esercitata dalle parti sociali alle quali il Fondo deve attenersi nell'espletamento delle proprie attività. Preciso questo, mi trovo molto d'accordo con i contenuti del Position Paper, a cominciare dalla richiesta che l'attuale formulazione dell'art. 118 della Legge 388/2000 che prevede che i piani formativi siano "concordati tra le parti sociali" trovi una formulazione della norma più aderente al principio di libertà sindacale negativa. "Concordati tra o con le parti sociali" mi pare una formula più coerente».

Il Position Paper ripropone alcuni temi scottanti. Qual è la sua opinione?

equità».

Considera un passo indietro l'orientamento del Ministero che vorrebbe ritornare a limitare la possibilità di esprimere l'adesione al Fondo solo in una-due finestre l'anno e non più mensilmente?

«Riteniamo opportuno che venga mantenuto l'attuale sistema di revoca/adesione libero, affinché ogni impresa possa esprimere in qualsiasi momento dell'anno la propria volontà di aderire ad un fondo poiché consente di garantire la libertà di scelta delle imprese anche con riguardo alle diverse opportunità di finanziamento offerte da ciascun fondo e la corretta concorrenza tra i fondi stessi».

Per concludere un flash sugli ultimi due punti del Position Paper.

«In tema di lvc è auspicabile giungere al completamento del processo di certificazione delle competenze che porti i fondi interprofessionali a poter rilasciare la certificazione riconosciuta a livello nazionale, senza limitare il loro operato alla sola individuazione e validazione. Questa attività deve però essere supportata dall'attribuzione di risorse aggiuntive dedicate a tale funzione. Infine, non posso che unirmi all'unanime appello per il ripristino e la revisione dell'Osservatorio per la Formazione Continua (istituito con D.M. n. 383/V/03), che ritengo uno strumento essenziale per riflettere ex ante ed ex post sull'efficacia delle azioni dei fondi. La prossima tappa è già fissata: il 6 ottobre il Ministero ha nuovamente convocato le parti sociali per proseguire la discussione. Avremo la riforma entro la fine dell'anno? Questa è la promessa fatta e pare che sarà davvero così». • **AG**

Rossella Spada, direttore del Fondo Formazienda



Favorire il benessere del team

Francesco Finazzi presenta Myndoor, una piattaforma che offre a imprese e professionisti la possibilità di prendere decisioni ponderate e di adottare interventi mirati per promuovere l'equilibrio mentale, migliorando così le performance delle aziende

Un team coeso e sano è la chiave per favorire la crescita di un'azienda. Il Rapporto Censis Eudaimon 2024 sul benessere aziendale dice che per l'83,4 per cento dei dipendenti italiani una priorità delle priorità è che l'occupazione contribuisca positivamente al proprio benessere, sia fisico sia mentale.

Myndoor emerge come uno strumento prezioso per raggiungere questo obiettivo, offrendo una soluzione completa per supportare il benessere psicologico dei dipendenti e, allo stesso tempo, per ottenere risultati positivi per le aziende.

Nel panorama in evoluzione della responsabilità d'impresa, l'integrazione di Myndoor nelle iniziative di sostenibilità rappresenta un passo proattivo verso la promozione di un ambiente di lavoro più sano e sostenibile.

Com'è nata l'idea di creare Myndoor?

«È nata mentre facevo il pilota militare. Ho riflettuto molto su come lo stress costituisse la principale causa di incidenti durante le missioni e su come, nonostante questo, mancasse un metodo in grado di monitorare in modo costante il benessere psicologico delle persone. A fine 2020 ci siamo iscritti a una call di Fondazione Golinelli e abbiamo vinto un percorso negli Usa con Mind The Bridge, per perfezionare la nostra idea. Nel 2021, insieme a tre soci, Cecilia Dompé, Mauro Delucis e Matteo Mendula, è stata costituita la società Myndoor. Il primo prodotto sul mercato lo abbiamo lanciato a fine 2023».

Qual è la novità che avete introdotto?

«Noi abbiamo studiato le connessioni tra la semantica, cioè il significato delle parole e lo stato psicologico delle persone, attraverso un modello di intelligenza artificiale in grado di analizzare le frasi».

Quali vantaggi Myndoor porta alle aziende?

«Myndoor contribuisce ad aumentare il benessere delle persone, a diminuire l'assenteismo e a migliorare la soddisfazione lavorativa, influenzando positivamente anche la produttività. Inoltre, l'ottimizzazione dei costi derivante dal miglioramento del benessere dei dipendenti rafforza ulteriormente le ragioni commer-



I VANTAGGI

Myndoor contribuisce ad aumentare il benessere aziendale, a diminuire l'assenteismo e a migliorare la soddisfazione lavorativa

ciali dell'integrazione di Myndoor nelle strategie di sostenibilità aziendale.

Come funziona Myndoor?

«Myndoor è una soluzione basata su intelligenza artificiale, concepita per identificare i livelli di stress e benessere dell'utente e fornire consigli adeguati attraverso l'analisi delle sue parole. Utilizziamo un intelligente coach virtuale che aiuta a rilevare e gestire il livello di stress dei dipendenti in maniera proattiva e costante. Questo servizio è disponibile per aziende e professionisti stand alone, attraverso una piattaforma dedicata oppure tramite le API fornite da Myndoor, all'interno di applicazioni proprietarie. I dati vengono elaborati per condurre "un'analisi dello stress" basata sulla conversazione con l'utente, con l'obiettivo di identificare il grado di benessere della persona. Quando intercetta un aumento dello stress, manda all'utente degli alert, oltre a esercizi stu-

diati con gli psicologi e adattati a quel particolare livello di malessere.

Gli esiti, personalizzati sul benessere mentale degli individui, sono generati da algoritmi avanzati che monitorano le tendenze e suggeriscono all'utente soluzioni finalizzate al miglioramento del proprio stato psico-emotivo. Inoltre il dipendente viene messo in contatto con professionisti, coach o psicologi, per definire un percorso personalizzato».

È importante seguire gli esercizi consigliati da Myndoor?

«Questi esercizi sono strumenti preziosi per migliorare il benessere e favorire la resilienza; impegnarsi in questi esercizi è fondamentale. Gli esercizi consigliati da Myndoor sono personalizzati in base alle esigenze di ognuno. La nostra piattaforma analizza i livelli di stress per fornire suggerimenti personalizzati. Seguendo questi esercizi, si intraprende un viaggio alla scoperta di sé e della propria crescita, guidati da esperti psicologi e coach. Gli esercizi consigliati da Myndoor sono specificamente progettati per promuovere il rilassamento attraverso tecniche di mindfulness, esercizi di respirazione o di reframing cognitivo. La pratica costante di questi esercizi consente di mantenere un senso di equilibrio in mezzo alle sfide della vita, inoltre coltiva la resilienza, un tratto essenziale per navigare nel mondo imprevedibile di oggi. Affinando i meccanismi di coping e le capacità di regolazione emotiva, si sviluppa la capacità di riprendersi dalle battute d'arresto e di adattarsi alle avversità con maggiore faci-

lità. Questa resilienza si estende oltre il luogo di lavoro migliorando la qualità della vita e il benessere generale».

Viene garantita la privacy?

«I servizi offerti da Myndoor risultano perfettamente compatibili rispetto alle attuali disposizioni vigenti in materia di protezione dei dati personali e, in particolare, a quanto previsto dal Reg. Ue 2016/679 (Gdpr), basandosi su sistemi di criptazione dei dati e garantendo, in tal modo, all'utente piena riservatezza su singoli dati o informazioni inserite all'interno dei propri sistemi.

I servizi sono dotati di apposite valvole di sicurezza che mettono al riparo i dati degli utenti da qualsivoglia attacco informatico o rischio di sottrazione. Inoltre, presupposto per l'attivazione dei servizi è il consenso informato conferito dall'utente stesso».

• BG

Francesco Finazzi, socio fondatore di Myndoor



PER PERFORMANCE DI SUCCESSO

Myndoor fornisce anche all'azienda stessa linee guida e consigli in merito a interventi su politiche di aumento del benessere. L'azienda viene affiancata a 360 gradi. Inoltre i consigli presenti nel reposto possono essere utilizzati per compilare parte del report Esg. «Il nostro strumento tocca sia l'aspetto sociale sia la governance nelle politiche di sostenibilità. E può essere inserito nei piani di welfare aziendali, che sempre più imprese stanno introducendo».



DIGITAL ENTERPRISE

Accelera la tua trasformazione digitale

Diventa una vera Digital Enterprise, combinando perfettamente il mondo reale e quello digitale.

Raccogliere, comprendere e utilizzare l'enorme quantità di dati creati nell'Industrial Internet of Things (IIoT) è essenziale per diventare un'impresa ancora più sostenibile ed efficiente. La convergenza IT/OT offre la trasparenza necessaria - dal livello più alto al livello di campo - per un processo decisionale basato sull'analisi dei dati. L'integrazione di IT e software nell'automazione sta aprendo la strada per una produzione adattiva che abilita una maggiore flessibilità.

Con Siemens Xcelerator e con Industrial AI ti aiutiamo ad accelerare la tua trasformazione digitale e a diventare una vera Digital Enterprise!

[siemens.it/digital-enterprise](https://www.siemens.it/digital-enterprise)

SIEMENS

Integrare gli obiettivi sociali e ambientali nelle strategie aziendali

Le imprese si stanno impegnando per ridurre i negativi impatti ambientali e contribuire allo sviluppo del territorio. Ma «servono agevolazioni e incentivi fiscali, in particolare per le Pmi», sottolinea Sabrina Florio, presidente Anima per il sociale nei valori d'impresa

Ha iniziato a riflettere e intervenire sulla sostenibilità quando ancora nessuno lo faceva. Anima per il sociale nei valori d'impresa, la non profit fondata nel 2001 da Unindustria, lavora oggi in stretta sinergia con l'Associazione territoriale del sistema Confindustria di Roma, Frosinone, Latina, Rieti e Viterbo, che ha da poco creato il gruppo tecnico Strategie Esg per affiancare e supportare le imprese sui temi della sostenibilità in tre aree di lavoro: comunicazione e (in)formazione; policy e strumenti per l'avvio di progetti concreti. «Come osservatorio privilegiato dell'evoluzione della sostenibilità, Anima ha vissuto la trasformazione del tema in uno dei pilastri delle politiche economiche europee e nazionali», spiega la presidente Sabrina Florio. «Divenuta un osservatorio privilegiato, un think tank dove si registrano i cambiamenti, l'Associazione riunisce 40 soci, tra grandi (Acea, Enel, Ferrovie dello Stato, Generali, Johnson & Johnson Medical, Poste Italiane) e piccole e medie imprese. Si occupa di promuovere la cultura della sostenibilità tra le aziende del territorio, coinvolgendo in particolare le Pmi ad adottare pratiche di sostenibilità, tramite il confronto e lo scambio di know-how con le grandi imprese leader sulla tematica. E lo fa tramite eventi, seminari, workshop, incontri associativi», prosegue l'imprenditrice.

Oggi la sostenibilità non è solo economica, è anche ambientale e sociale. Le imprese creano valore e ricchezza con un impatto che va oltre i confini della "fabbrica". Al tempo della twin transition, come si declina il valore sociale di impresa?

«La sostenibilità intesa a 360 gradi non è oggi un asset marginale, funzionale alla comunicazione di facciata o puramente normativa. Le realtà produttive devono saper integrare gli obiettivi sociali e ambientali nelle strategie aziendali, come leva di competitività ed elemento reputazionale nel lungo periodo. Il percorso tecnologico e quello ambientale compiuto dalle imprese si inserisce sempre di più in una direttrice di politica industriale finalizzata alla crescita. A ciò si collega il tema delle competenze: bisogna oggi investire nella formazione professionale e manageriale per lo sviluppo di conoscenze adeguate a rispondere alle sfide imposte dalla sostenibilità, costruendo all'occorrenza sinergie con scuole e università».

Nonostante il momento socio-economico complesso, caratterizzato dalle tensioni geopolitiche e dal ritorno delle barriere commerciali, a cui si aggiunge il



IL TEMA DELLE COMPETENZE

Bisogna oggi investire nella formazione professionale e manageriale per lo sviluppo di conoscenze adeguate a rispondere alle sfide imposte dalla sostenibilità, costruendo all'occorrenza sinergie con scuole e università

preoccupante trend di denatalità, il nostro Paese pare aver imboccato la strada giusta sul fronte dell'attrattività e della sostenibilità.

«Sì, i segnali sono incoraggianti. In base alla nota di marzo del Centro Studi Confindustria, l'Italia è tra le economie più sostenibili del G20 e dell'Ue, oltre a essere leader nella transizione circolare, con una produttività delle risorse (3,6 €/kg) superiore alla media Ue (2,2 €/kg). Il valore aggiunto del settore in Italia è del 2,7 per cento del Pil (superiore alla media europea del 2,3 per cento). Provenendo dal comparto farmaceutico, posso confermare che, in dieci anni, il settore ha ridotto in Italia i consumi energetici complessivi del 32 per cento, quintuplicando l'uso di energia da fonti rinnovabili. Per stimolare la crescita sostenibile delle imprese, servono agevolazioni e incentivi fiscali- in particolare per le Pmi- testati a supportare la digitalizzazione verde e le iniziative sociali, spingendo sulla collaborazione pubblico-privata».

In che modo le aziende stanno interpretando questo impegno verso la sostenibilità?

«Le aziende si stanno impegnando molto in ambito di sostenibilità e rendicontazione. Come emerge dalla Survey Kpmg pubblicata a giugno 2025 sulla rendicontazione di sostenibilità 2024 (dopo il primo anno di applicazione della CSRD in Italia), le aziende del nostro Paese- almeno quelle più grandi- stanno compiendo passi avanti sulla sostenibilità, aspetto che non riguarda più solo i processi produttivi dentro gli stabilimenti o gli uffici, ma anche quello che accade prima e dopo, lungo tutta la filiera: fornitori, distribuzione, clienti. Tante aziende non hanno però fissato obiettivi di miglioramento chiari su alcuni temi rilevanti. Sulla carta c'è il piano di sostenibilità, ma resta un po' troppo spesso scollegato dalla strategia di business. I più comuni obiettivi Esg sono ridurre le emissioni di gas serra e aumentare la parità di genere. Nonostante le ombre, resta proattiva l'ini-

ziativa delle imprese italiane; in base all'indagine EY- SWG sull'imprenditoria (giugno 2025), il 96 per cento degli imprenditori investirà nel prossimo biennio in innovazione e sostenibilità».

Parlando delle attività dell'Associazione, non si può che ricordare il Premio Anima 'Per la crescita di una coscienza etica', giunto alla sua 24esima edizione, un riconoscimento prestigioso che sarà assegnato il prossimo 12 novembre presso la Terrazza Caffarelli in Campidoglio.

«Sì, è un premio che ci rende molto fieri e orgogliosi, consegnato alla presenza dei principali rappresentanti delle istituzioni locali, nazionali e del mondo imprenditoriale. La cerimonia, che gode del patrocinio di Roma Capitale, Regione Lazio e Rai per la Sostenibilità ESG, manifesta al meglio l'impegno delle nostre imprese per la valorizzazione della cultura, riconoscendo il contributo apportato da personalità del mondo della cultura e dell'arte alla crescita di una coscienza etica, della solidarietà e della responsabilità sociale nell'opinione pubblica. Il riconoscimento è assegnato ad autori e professionisti che nelle rispettive categorie- Cinema, Fotografia, Giornalismo, Letteratura, Musica, Teatro e Premio Speciale- si sono distinti per la forza comunicativa dei loro contenuti e messaggi. Molti i temi salienti affrontati, dalla guerra al disagio giovanile, fino alla sostenibilità ambientale e alla valorizzazione delle donne. Le candidature, scelte dal Comitato tecnico da me presieduto, sono poste al vaglio di una Giuria prestigiosa e qualificata, presieduta da Luigi Abete».

• **Francesca Druidi**



Sabrina Florio, presidente Anima per il sociale nei valori d'impresa

L'informatica al servizio dell'etica

L'eccellenza tecnologica incontra i temi dell'inclusione e della sicurezza. Laura Maggini presenta il suo team tutto al femminile: «Per noi fare impresa significa generare valore non solo per i clienti, ma anche per la collettività»

In un mercato in cui la trasformazione digitale scandisce i ritmi dello sviluppo, è possibile coniugare eccellenza tecnologica, etica e inclusione? È un'esigenza più che una domanda, a cui non sempre è facile rispondere con una proposta imprenditoriale efficace. Tra le poche aziende che si sono date questo obiettivo e, numeri alla mano, sono riuscite nell'intento, la Laser Romae Srl rappresenta un esempio di come sia in effetti possibile e non solo auspicabile. L'azienda guidata da Laura Maggini opera nel campo dell'information and communication technology dal 2013 «offrendo soluzioni e servizi all'avanguardia in tutti i settori dell'informatica – dice Maggini – e svolgendo attività di analisi, progettazione e assistenza nel campo dell'ingegneria. Iscritta nel registro delle Pmi innovative, Laser Romae si distingue non solo per il portafoglio di soluzioni avanzate, ma anche per la propria identità: un assetto societario e un organo amministrativo composto esclusivamente da donne, scelta che riflette un impegno concreto verso la parità di genere e l'inclusione».

Quali sono i valori che muovono la vostra azione?

«Crediamo che la reale innovazione non possa prescindere dalla responsabilità sociale. Per noi fare impresa significa generare valore non solo per i clienti, ma anche per la collettività, contribuendo a un futuro più equo, sicuro e trasparente. L'approccio di Laser Romae dimostra come la tecnologia rappresenti una leva di cambiamento indispensabile per la responsabilità sociale. Con progetti che spaziano dalla compliance digitale alla sicurezza dei dati, fino alla tutela delle persone nei contesti educativi e lavorativi, l'azienda continua a crescere mantenendo saldi i propri valori. Un percorso che rende Laser Romae non solo un partner tecnologico, ma un attore di riferimento nella costruzione di una società più trasparente,



inclusiva e sostenibile».

In cosa si traduce tutto questo nella vostra attività, in concreto?

«Uno degli asset più rilevanti per la Laser Romae è sicuramente il progetto OpenBlow, un framework tecnologico sviluppato grazie a un'esperienza di oltre cinque anni maturata in Anac, che nasce proprio dall'impegno sociale dell'azienda. OpenBlow non è solo software, ma il risultato alla base di un ecosistema di soluzioni che permettono di dare voce, in modo sicuro e conforme alle normative di riferimento, a chi denuncia illeciti, abusi o comportamenti scorretti».

Quali sono i vantaggi che offre?

«A differenza di altri framework, OpenBlow è caratterizzato da un'architettura modulare e scalabile, in grado di assicurare anonimato, tutela dei segnalanti, separazione tra dati identificativi e contenuto della segnalazione,

Il team al femminile guidato da Laura Maggini, amministratore unico della Laser Romae

cifratura avanzata e conformità a Gdpr, decreti legislativi e linee guida AgID. Il nostro obiettivo è creare un ecosistema di soluzioni e servizi in grado di trasformare la compliance in un processo semplice, sicuro e trasparente. Un approccio che non solo tutela chi segnala, ma aumenta il senso di fiducia e protezione, incentivando un numero maggiore di segnalazioni, con l'obiettivo ultimo di promuovere una cultura di integrità

e trasparenza. Sfruttando la tecnologia OpenBlow hanno preso vita diverse piattaforme specializzate, pensate per rispondere a specifici contesti e a problematiche sociali di forte impatto».

Quali esempi di piattaforme di questo tipo si potrebbero indicare?

«La più significativa per impatto sociale è Butterfly, la piattaforma pensata per aiutare le scuole a prevenire e contrastare bullismo e cyberbullismo. Troppi ragazzi vivono in silenzio esperienze dolorose, per paura o vergogna. Con Butterfly vogliamo offrire loro uno strumento semplice, sicuro e anonimo per chiedere aiuto. Butterfly permette agli studenti e ai ragazzi in generale di segnalare episodi in totale riservatezza, seguire l'avanzamento della gestione del caso e aprire un dialogo diretto con i docenti di riferimento. Allo stesso tempo, fornisce alle scuole report dettagliati per programmare interventi tempestivi ed efficaci. La piattaforma è pienamente conforme alle normative, dalla Legge 71/2017 alla più recente Legge 70/2024, ed è arricchita da un'area di formazione interattiva, per promuovere la cultura della prevenzione tra studenti, famiglie e insegnanti. Accanto a Butterfly, Safira si rivolge invece al mondo del lavoro: è la piattaforma che supporta le aziende a contrastare molestie e discriminazioni di genere, offrendo un canale di ascolto riservato e strumenti utili anche per mantenere la certificazione di parità di genere. Un supporto concreto per realtà che vogliono coniugare responsabilità sociale e competitività». • Remo Monreale

FORMAZIONE, FLESSIBILITÀ, PRODUTTIVITÀ

«Laser Romae – dice l'amministratore unico dell'azienda Laura Maggini – è espressione di un team di professionisti costantemente formati sulle nuove tecnologie, sugli strumenti di progettazione più richiesti e diffusi nel campo ingegneristico e sulla conoscenza dei prodotti di sviluppo informatico e sistemistico. Questi consentono di rispondere alle diverse esigenze dei propri clienti in termini di grande flessibilità e produttività. Abbiamo completato l'accreditamento nella sezione speciale del Registro delle Imprese, qualificandoci come Pmi innovativa e siamo iscritti nell'elenco delle imprese in whitelist e con rating di legalità. Poi, anche grazie all'implementazione dei principali standard di qualità come certificazioni Iso, Esg-B, Uni/PdR 125:2022 per la parità di genere, Laser Romae rappresenta oggi un partner strategico per progetti complessi, con oltre 500 clienti attivi tra Pubblica amministrazione e settore privato».



UNO STRUMENTO CONTRO IL BULLISMO
Troppi ragazzi vivono in silenzio esperienze dolorose. Butterfly è uno strumento semplice, sicuro e anonimo per chiedere aiuto

Viaggiare comodi e in sicurezza

La ricerca continua di un corretto equilibrio tra conformità alle normative e massimo comfort ha portato Fisa ad affermarsi nei mercati europei ed extraeuropei, dove oggi è considerata tra i migliori produttori di sedili ferroviari

Il comfort dei passeggeri è un fattore critico per le autorità di trasporto e gli operatori del settore. I comodi posti a sedere possono infatti migliorare l'esperienza complessiva del passeggero e incoraggiare più persone a scegliere il viaggio in treno rispetto ad altre modalità di trasporto.

Proprio per questo il mercato dei sedili ferroviari è altamente competitivo e i sedili dei treni stanno diventando sempre più tecnologicamente avanzati, con caratteristiche come porte di ricarica Usb, sistemi di intrattenimento personale e connettività wireless. L'integrazione della tecnologia unita al comfort migliora l'esperienza dei passeggeri. Aspetti questi su cui punta Fisa, una realtà storica e familiare del settore ferroviario italiano, attiva da oltre 60 anni nella progettazione e produzione di sedili per macchinisti e passeggeri. Alla guida di Fisa si trova ancora oggi la famiglia fondatrice: Stefano De Simon in qualità di ceo, Davide De Simon, direttore generale e Paola Bottoni (finance e amministrazione), garantendo continuità nei valori e una visione condivisa tra generazioni.

Con una squadra di quasi 150 collaboratori, certificazioni internazionali e una forte vocazione all'export, Fisa si conferma oggi un partner affidabile e innovativo per i principali costruttori ferroviari a livello mondiale, capace di coniugare qualità, sicurezza e visione del futuro, non tradendo i valori su cui nel lontano 1960 fu fondata.

«Fisa è nata nel 1960 con Ubaldo e Edda De Simon come produttrice di sedili per corriere. Si è dimostrata da sempre un'azienda innovativa e all'avanguardia - spiega il direttore generale Davide De Simon -. Nel 1999 sviluppò una nuova famiglia di sedili passeggeri ferroviari: "FS". Questo concetto all'epoca era estremamente innovativo, essendo il primo sedile passeggeri ferroviario basato su una scocca metallica singola e autoportante. Nel 2010 è iniziato poi lo sviluppo di un nuovo concetto di sedile passeggeri ferroviario, il Lean. Questo sedile è molto innovativo ed è stato sviluppato grazie a quanto appreso dal precedente modello FS, ma grazie alla sua forma lo spessore è



IL CUORE DELLA FILOSOFIA AZIENDALE

Innovazione e ricerca: ogni prodotto viene sviluppato con l'obiettivo di essere più leggero, sostenibile e confortevole, seguendo i trend di mercato e anticipando le esigenze dei viaggiatori

stato ridotto a 1,2 mm. Ciò ha contribuito a fare del Lean uno dei sedili più leggeri sul mercato».

Dal 2020, attraverso la controllata Imet, l'azienda ha ampliato la propria offerta agli arredi interni ferroviari, producendo tavolini, pareti interne, cuccette e i sedili per convogli di alta velocità come l'Etr1000.

Oltre al significativo aumento della sua capacità produttiva, Fisa può così offrire ai clienti un pacchetto di prodotti più ampio in aggiunta ai sedili passeggeri e macchinista. Le diverse fasi di produzione dei sedili Fisa sono curate e seguite attentamente dal numeroso personale qualificato. «La nostra strategia con riferimento ai sedili passeggeri è stata da sempre orientata alla personalizzazione e il soddisfacimento dei requisiti spe-

cifici dei differenti mercati e clienti. La ricerca continua di un corretto equilibrio tra conformità alle normative e il miglior comfort ci ha permesso di affermarci sempre più all'interno dei mercati europeo ed extra europeo, dove ad oggi Fisa è considerata tra i produttori più blasonati. Oltre che per le linee di prodotto Fisa è rinomata anche per lo sviluppo e la fabbricazione di sedili su design proprio del cliente finale. Offriamo la possibilità di adattamento estetico dei sedili alle esigenze richieste».

Innovazione e ricerca sono il cuore della filosofia aziendale: ogni prodotto viene sviluppato con l'obiettivo di essere più leggero, sostenibile e confortevole, seguendo i trend di mercato e anticipando le esigenze dei viaggiatori. Ed è proprio l'incessante ricerca e

l'approccio flessibile, improntato al progressivo adattamento alle richieste del mercato, a rendere e mantenere all'avanguardia i prodotti dell'azienda, richiestissimi per le loro caratteristiche di unicità e di adattabilità. Fisa investe continuamente in ricerca e sviluppo per progettare e realizzare sedili per mezzi di trasporto pubblico all'avanguardia.

«La nostra attitudine a raccogliere le nuove sfide del mercato ci porta a cercare sempre nuove soluzioni per migliorare il comfort, il design, l'affidabilità, l'economicità e l'impatto ecologico.

Attualmente siamo impegnati nello sviluppo di un nuovo concetto di sedile "sleeper" dedicato ai viaggi notturni, pensato per trasformare il viaggio in un'esperienza di comfort e riposo. Inoltre stiamo sviluppando una nuova linea che riprende le cuccette dei vecchi treni, rivisitate e modernizzate, molto confortevoli. In un mercato sempre più orientato alla sostenibilità, entro quest'anno concluderemo il rifacimento della copertura di entrambe le nostre sedi, con l'installazione di un impianto fotovoltaico da 230 kW, che permetterà di ridurre le emissioni e contribuire concretamente alla transizione energetica, l'obiettivo è ridurre l'impatto a livello di emissioni. Sul fronte del prodotto, poi, siamo costantemente alla ricerca di materiali sostenibili o derivanti da materiale riciclato: ad oggi possiamo dire che il 95 per cento dei nostri sedili è riciclabile. Stiamo inoltre sviluppando un sedile di nuova concezione, le cui caratteristiche saranno proprio la sostenibilità e la leggerezza: lo scopo è contenere l'impatto di CO2 dell'intero treno, sia a livello di emissioni dirette che indirette. Stiamo investendo molto nel settore cercando di rendere il contesto lavorativo il più piacevole possibile».

• Bianca Raimondi

Sedili passeggeri ferroviari Lean



QUALITÀ CERTIFICATA

Fisa fonda lo sviluppo sostenibile sui riferimenti dei principali standard internazionali sia per quanto attiene i prodotti che i processi e l'organizzazione aziendale. La sicurezza è messa sempre al primo posto. È per questo motivo che tutti i sedili vengono sottoposti a rigorosi test di resistenza nel laboratorio interno. Questo valore aggiunto, unito alle certificazioni, rendono Fisa un partner affidabile e un consulente prezioso. «Operiamo con un sistema di gestione per la qualità in accordo alla norma Uni En Iso 9001 e allo standard Iris (International Railway Industry Standard). Ci ispiriamo ai riferimenti dello standard Ohsas 18001 per la gestione della salute e sicurezza sul luogo di lavoro e alla norma Uni En Iso 14001 per garantire una corretta gestione dell'ambiente».

Arte antica, visione all'avanguardia

Passione, tradizione, eccellenza, innovazione e responsabilità sociale: sono le parole chiave del successo di Igor Gorgonzola, alla soglia del novantesimo anniversario di attività, attraverso quattro generazioni della famiglia Leonardi

Radicate nei luoghi in cui nascono, spesso da generazioni, le imprese familiari rappresentano una delle forze più dinamiche e resilienti del tessuto economico italiano. Non sono solo motori economici, ma anche pilastri sociali e culturali. La loro capacità di radicarsi nel territorio, creare tradizioni e alimentare una visione condivisa le rende uniche.

«Quando c'è una famiglia dietro un'impresa cambia tutto: cambia il modo in cui si prendono decisioni, cambia il rapporto con i collaboratori, cambia la visione del futuro. C'è un investimento emotivo, prima ancora che economico. Il vero valore è il senso di responsabilità verso le generazioni che verranno» spiega Fabio Leonardi, ceo di Igor Gorgonzola, azienda leader nella produzione del Gorgonzola Dop, il tipico formaggio di Novara considerato un'eccellenza della gastronomia italiana. La famiglia Leonardi, da quattro generazioni, produce e porta sulle tavole di tutto il mondo il Gorgonzola Dop, sintesi perfetta tra l'antica e sapiente arte casearia e la più moderna innovazione tecnologica. Di padre in figlio, attraverso 90 anni di storia, si è mantenuta inalterata la ricetta originaria, prestando la massima attenzione alla selezione del latte e alle varie fasi del processo produttivo, nel rispetto della tradizione e dell'ambiente. Espansione, innovazione tecnologica, attenzione all'ambiente e alla continuità aziendale sono i pilastri che guidano verso il futuro la terza e la quarta generazione della famiglia Leonardi, ben rappresentata dal presidente Maurizio, suo figlio Marco, production & operation specialist, il ceo Fabio, sua figlia Giulia, export sales manager e sustainability manager e la cfo Lara.

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



UN IMPRENDITORE EVOLUTO

Ho cercato di superare le difficoltà iniziali legate al mercato globale, nella consapevolezza che bisognava mantenere l'artigianalità della ricetta e la qualità del prodotto, che ancora oggi ci distingue nel mondo

«È stata fondata nel 1935 da mio nonno Natale, a Mezzomerico, un piccolo paese piemontese, dove siamo cresciuti e abitiamo tuttora. Esattamente dove vedo la televisione tutte le sere, nel salottino, c'era il vecchio caseificio dove mio padre e mio nonno lavoravano il latte. Siamo cresciuti con una forte presenza nell'attività di famiglia, vedendo nostro papà fare il burro la mattina. Questa arte è entrata a far parte del nostro Dna. Dopo la prematura scomparsa di nostro nonno, nostro padre a 18 ha dovuto portare avanti l'azienda di famiglia con grande fatica, fintantoché siamo entrati anche noi figli».

Quale svolta avete portato nell'azienda?

«Abbiamo capito subito che il gorgonzola era troppo legato alla stagionalità, non veniva

esportato e si lavorava in strutture troppo vecchie. Io ho cominciato a partecipare alle fiere europee e ho intuito dai distributori mondiali che c'era una grande voglia di gorgonzola. Tutti lo conoscevano, a differenza di altri formaggi, però c'era sfiducia nelle capacità dei produttori di allora di soddisfare le richieste di un mercato globale che stava crescendo. Da imprenditore evoluto come sono ho cercato di superare queste difficoltà, nella consapevolezza che bisognava mantenere l'artigianalità della ricetta e la qualità del prodotto, che del resto è quello che ci distingue ancora oggi nel mondo».

Fabio Leonardi, ceo di Igor Gorgonzola

C'è stato per lei un punto di svolta?

«Ricordo ancora molto bene queste mie parole pronunciate una domenica a tavola davanti a tutta la famiglia: se partiamo oggi a fare uno stabilimento avveniristico, con delle potenzialità di ampliamento, che riesce a soddisfare la domanda mondiale di prodotto con continuità, standard precisi, materie prime di qualità, sicuro dal punto di vista microbiologico e buono dal punto di vista organolettico, potremo diventare leader di mercato. E così è stato.

Abbiamo preso una società di ingegneria che lavorava in Europa, che ci ha aperto a soluzioni innovative, sempre mantenendo la tradizione, perché facendo una Dop dobbiamo seguire determinate regole. Abbiamo realizzato ambienti facilmente sanificabili, dotati di tecnologie all'avanguardia per la produzione, la stagionatura e il confezionamento del gorgonzola, stagionature dinamiche, abbiamo tolto il cattivo odore alla crosta del gorgonzola, abbiamo rafforzato la filiera con il mondo agricolo. Per rispondere alle diverse esigenze dei clienti in Italia e in tutto il mondo, abbiamo investito anche nell'acquisizione di storici caseifici artigianali, come Pal e Clin e Si Invernizzi dove ancora oggi viene effettuata una produzione fatta a mano secondo la tradizione. Così abbiamo avuto un grandissimo successo, diventando leader di mercato».

Quali sono le ultime novità?

«Ad ottobre 2024 è stato inaugurato un nuovo sito per la produzione e la stagionatura artigianale di gorgonzola alimentato da un impianto fotovoltaico. Entro la fine del 2026 sarà inaugurato presso la sede di Cameri un sito di produzione di biogas, che verrà alimentato da tutte le materie organiche di scarto derivanti dal sito principale, per la produzione di energia green da riutilizzare negli impianti produttivi, quindi secondo un principio di economia circolare di sito. Andremo a decarbonizzare il sito principale del 90 per cento, per via di una riduzione netta dalla dipendenza energetica dalle fonti fossili, riutilizzando matrici interne di sottoprodotto di lavorazione come siero».

Cosa presenterete alla fiera di Anuga?

«Parteciperemo alla fiera Anuga 2025 a Colonia dal 4 all'8 ottobre presso il padiglione 10.1 - stand D008. Qui presenteremo i nostri prodotti di punta, con tutti i pack dedicati al libero servizio in confezioni 100 per cento riciclabili».

• CG

L'IMPEGNO PER LA SOSTENIBILITÀ

La qualità del Gorgonzola Igor non è solo nella sua squisita bontà, ma anche nell'impegno costante dell'azienda per rendere il suo processo produttivo sostenibile lungo tutta la filiera. Infatti, nell'anno 2024 Igor ha pubblicato il suo primo Bilancio di Sostenibilità 2023 un bilancio Gri volontario, sulla base dei criteri Esg. Oltre al bilancio di sostenibilità, l'azienda Igor sta definendo un Decarbonation Climate Program dove Igor si impegna a valutare e monitorare le emissioni lungo l'intera catena del valore, collaborando con tutti gli stakeholder con l'obiettivo di promuovere pratiche sostenibili e ridurre l'impatto ambientale complessivo delle sue attività.



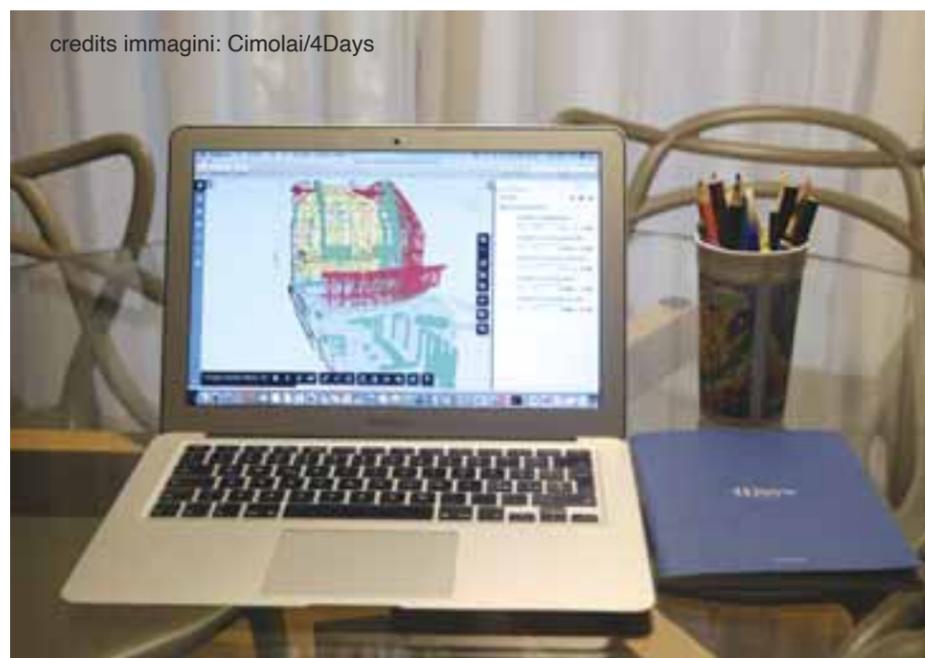
Nell'era del Building Information Modeling

Una metodologia rivoluzionaria che sta cambiando i connotati di un intero settore, a livello mondiale: l'ingegner Marco Lotti ci accompagna nella nuova epoca dell'edilizia, in cui il modo in cui si pensano le costruzioni non è più lo stesso

Sgombriamo il campo fin da subito: il Bim non è uno strumento né un software ma una metodologia. Meglio, il Building Information Modeling si potrebbe definire come «un insieme di processi, modelli organizzativi, standard aperti e tecnologie finalizzati a innovare e ottimizzare il modo in cui l'edilizia opera». A spiegarlo è l'ingegner Marco Lotti, alla guida dell'udinese 4Days Srl, società di consulenza direzionale con un focus sul cambiamento e l'innovazione. Secondo Lotti, quindi, quando parliamo di Bim non parliamo del 'cosa' ma del 'come'. «Il punto focale non riguarda le competenze sul contenuto ma come le conoscenze vengono condivise, con una nuova modalità – spiega l'ingegnere –. Ha a che fare con modelli digitali ma anche gestionali e di revisione dei processi organizzativi. Il nostro lavoro, come 4Days, si concentra proprio sull'organizzazione, la digitalizzazione, l'alimentazione di forme di innovazione e integrazione multidisciplinare. Perciò, quando ci siamo imbattuti in questa nuova metodologia nel 2016, ne abbiamo subito intuito il grande potenziale ed abbiamo avviato una prima fase di sperimentazione: l'obiettivo per noi è e rimane quello di anticipare il mercato».

Qual è il contesto in cui si muove l'edilizia all'alba di questa nuova metodologia?

«A livello internazionale ed in Italia, il settore delle costruzioni è ancora molto legato agli aspetti disciplinari e tecnici e si considerano poco, colpevolmente, i meccanismi di carattere trasversale che il Bim



credits immagini: Cimolai/4Days

IL DIGITAL TWIN

Semplifica analisi, decisioni, operatività. I nostri clienti spesso ci dicono “non so più come facevo prima”

valorizza. Emblematiche sono le statistiche che vedono il settore come uno dei meno digitalizzati al mondo e con meno attenzione alle competenze gestionali, nonostante sia intrinsecamente estremamente complesso. Dietro questa anomalia o gap si nasconde il potenziale del Bim, che nasce di fatto da uno stato di necessità. Lo scenario sta cambiando rapidamente: da quest'anno in Italia le Pa, per qualsiasi ap-

palto di progettazione e costruzione superiore ai 2 milioni, devono adottare la metodologia Bim, analogamente a quanto accade nel mercato internazionale, dove spesso il Bim è “una conditio sine qua non”. L'accompagnamento all'adozione del Bim è sempre più spesso richiesto sia in ambito pubblico che privato».

L'ingegner Marco Lotti, alla guida della 4Days

Come si potrebbe spiegare il Bim anche a chi non ha idea di cosa si tratti?

«Sono tre gli aspetti centrali da cogliere. Anzitutto, il Bim può essere rappresentato come un linguaggio che, come tale, permette di condividere informazioni con ogni attore coinvolto nei processi costruttivi e di gestione delle opere. Inoltre, adotta una forma tecnica metodologica di impostazione delle informazioni object oriented con modellazione 3d, che facilita la creazione-condivisione-comprensione di contenuti. Infine, introduce processi comuni che si basano su tecnologie tra loro interoperabili e che sono gestiti in un unico ambiente condiviso (Common Data Environment). Finora le discipline coinvolte nel settore edilizio sono state abituate a non comunicare fra loro in modo efficiente, soprattutto perché non condividono un linguaggio unico che permetta un confronto metodico, controllabile e sistemico. Il Bim, come standard internazionale, è il linguaggio che consente di semplificare e rendere coerente la relazione fra gli attori».

Il secondo aspetto sembra però più difficile da cogliere.

«Meno di quanto si possa pensare: in breve si può dire che i disegni 2d (Cad) lasciano il posto al concetto di 'oggetti' ed informazioni e dati associati ad essi. In altre parole, da una parte il Bim mette al centro la modellazione tridimensionale degli oggetti, dall'altra permette di inserire informazioni relative agli oggetti stessi, come il peso, il materiale, etc. e di integrarli con una gestione documentale strutturata».

Facciamo un esempio concreto.

«Accedendo da Pc ad una piattaforma Cde tramite un comune link, è possibile visualizzare, ad esempio, i modelli tridimensionali di un edificio. Un semplice clic su una parete mostra la stratigrafia del muro, i materiali utilizzati, il peso e l'impresa esecutrice; su una caldaia, invece, si accede allo storico delle manutenzioni e alla programmazione dei prossimi interventi. Durante la fase di cantiere, il digital twin — il gemello digitale dell'opera — consente di monitorare l'avanzamento dei lavori (installazione di elementi, completamento di strutture), dei costi e le previsioni di chiusura. Il digital twin diventa così il riferimento unico per interagire con tutti i contenuti di un'opera, semplificando analisi, decisioni e operatività. I nostri clienti spesso ci dicono “non so più come facevo prima”».

Cosa si intende, invece per Common Data Environment?

«In sintesi, il Cde è l'ambiente in cui si versano i dati o si ricavano i dati. Ogni professionista coinvolto produce i propri contenuti con software dedicati e li rende disponibili agli altri all'interno di un ambiente che li integra in modo organico. Il Cde è progettato per velocizzare la circolazione delle informazioni, facilitare l'approvazione dei contenuti, validare i modelli tridimensionali ed eseguire i necessari controlli. In definitiva, rappresenta un autentico cambio di prospettiva, capace di rendere l'intero settore significativamente più efficiente e performante». • Renato Ferretti

ACCOMPAGNARE VERSO L'INNOVAZIONE

4Days è una società fondata nel 2021 dagli ingegneri Marco Lotti ed Emilio Ziraldo, che ha come propria radice l'accompagnamento al cambiamento ed all'innovazione delle organizzazioni, specializzandosi, nel tempo, sulla metodologia Bim. «Attraverso un team multidisciplinare, 4Days ha maturato una competenza di lungo corso riguardo al Building Information Modeling, con una ampia proposta di servizi integrata dal prodotto Truspace. Truspace è una piattaforma Cde evoluta, web e cloud, per la completa gestione del ciclo di vita degli asset (design, construction, monitoring, maintenance) secondo la metodologia Bim, adottata da aziende di primaria importanza, private e pubbliche».



Gli imprenditori sono risorse

«Il valore sociale dell'impresa è un principio che i nostri industriali conoscono bene». L'intervento di Luigino Pozzo, presidente di Confindustria Udine, su difficoltà e sfide degli imprenditori, impegnati su «accoglienza, formazione e sostenibilità»

È un valore invisibile quello dell'impresa, che spesso viene dato per scontato, quando non lo è. «Negli ultimi 80 anni, l'industria e gli imprenditori hanno portato valore sul territorio e garantito benessere alla popolazione», riflette Luigino Pozzo, numero uno di Confindustria Udine. Ma oggi la situazione è diversa. La pandemia ha rappresentato uno spartiacque e nell'attuale «periodo di postglobalizzazione, le condizioni sono completamente cambiate, sia dal punto di vista industriale che socioeconomico. Di conseguenza, penso che anche il valore da attribuire all'impresa e agli imprenditori debba essere diverso».

Presidente Pozzo, cosa è cambiato rispetto al passato?

«Alla luce di una nuova e più marcata competizione internazionale, osservo con preoccupazione il profilarsi di quella che definisco una crisi della classe imprenditoriale del nostro Paese, determinata da diversi fattori che dovrebbero essere presi maggiormente in considerazione».

Quali fattori critici identifica in particolare?

«Sono molteplici. Un elemento è la transizione digitale: le tecnologie si sono evolute molto velocemente, ma la formazione dei giovani, dei manager e degli stessi imprenditori non si è adeguata con la medesima rapidità. Lo sviluppo tecnologico è un'opportunità, ma anche un rischio se il sistema nel suo complesso non è pronto, sin dalla base, per affrontare il cambiamento. Inoltre, i competitor dell'Italia oggi sono Paesi che nel recente passato non erano al nostro livello, mentre oggi ci stanno superando. C'è poi un'evidente contrapposizione».

Quale?

«Gli imprenditori investono sul futuro: mettono a disposizione capitali e conoscenze, puntando sull'innovazione e su una visione industriale di lungo termine. I nuovi sistemi economici invece passano dalla gestione dei fondi di investimento e dalla governance manageriale per ottenere profitti immediati. È una conduzione che guarda al risultato economico e non a una prospettiva industriale e tecnologica. Sono due mondi totalmente diversi, che oggi camminano in parallelo. Quale prevarrà sull'altro? È una impostazione che mette in difficoltà la classe imprenditoriale, la quale ha sempre creduto che valorizzare le proprie aziende avrebbe portato benefici e sviluppo sociale al territorio».



Quali priorità allora vede nell'immediato futuro?

«La classe imprenditoriale deve essere finalmente percepita dal sistema Paese come risorsa. C'è soprattutto un conflitto da risolvere: quello tra il mondo dei diritti e il mondo dei doveri. Oggi questo rap-

porto è sbilanciato a danno dell'impresa. Dobbiamo fare in modo che questi due mondi vadano a braccetto, perché dall'integrazione di queste due dimensioni scaturisce la soluzione ideale per generare le condizioni di crescita e benessere. Dobbiamo procedere nella direzione di una collaborazione tra questi due mondi per il bene della comunità e delle nuove generazioni. Ad esempio, la partecipazione dei dipendenti al capitale sociale è un'iniziativa positiva, ma che richiede la riduzione degli aspetti conflittuali e l'apertura delle parti sociali, costruendo un terreno comune di confronto e dialogo».

Come le aziende udinesi interpretano la responsabilità sociale?

«Confindustria Udine sta lavorando molto

su temi come accoglienza, formazione e sostenibilità. Posso dire che viviamo in un'isola felice: i nostri imprenditori, che guidano in maggioranza piccole e medie imprese, sono molto sensibili e partecipativi rispetto a questi argomenti. Sono molto attenti a sostenere le varie associazioni sociali, culturali e sportive che operano sul territorio. Nelle aziende più grandi si stanno rafforzando percorsi di dialogo e confronto con le parti sociali, che riteniamo fondamentali per una crescita equilibrata e responsabile. Il valore sociale dell'impresa è un principio che i nostri industriali conoscono bene e che l'associazione confindustriale alimenta costantemente con la sua attività. L'integrazione sociale dell'impresa è un aspetto fondamentale per affrontare uniti le complicate sfide del presente e del futuro. Solo attraverso un approccio condiviso, potremo trovare soluzioni efficaci».

C'è qualche iniziativa specifica che Confindustria Udine sta portando avanti?

«Sul fronte della formazione, sosteniamo il modello 4+2 che si conclude negli ITS Academy. Lo riteniamo il modello oggi vincente perché il sistema industriale ha sempre più bisogno di innovazione e specializzazione. Confindustria Udine collabora con gli istituti scolastici e promuove fattivamente questi percorsi: dobbiamo dare la possibilità ai nostri giovani di essere formati con le tecnologie di ultima generazione. Questo significa investire in laboratori e corsi di formazione, veicolando concetti come innovazione e positività. L'obiettivo è soprattutto plasmare la futura classe dirigente con la giusta mentalità e la giusta formazione per poter creare l'innovazione necessaria a vincere le sfide per la competitività». • **Francesca Druidi**

INVESTIRE IN LABORATORI E CORSI DI FORMAZIONE
L'obiettivo è plasmare la futura classe dirigente con la giusta mentalità e la giusta formazione per poter creare l'innovazione necessaria a vincere le sfide per la competitività



Luigino Pozzo,
presidente di Confindustria Udine

Un'opportunità ecologica ed economica

Mario Martinez spiega come dalla ricerca per un'economia circolare vera sia nato il processo rigenerativo dei catalizzatori Scr per la conversione degli ossidi di azoto, una tecnologia che ha un enorme impatto sulla sicurezza ambientale

Il cambio imprescindibile di mentalità da un'economia lineare a un'economia circolare passa necessariamente anche dalla tecnologia. Una di queste sono i catalizzatori Scr (Selective Catalytic Reduction) per la conversione degli ossidi di azoto: Mario Martinez, titolare della viterbese Bio Protect Group, spiega nel dettaglio il loro impatto nella sicurezza ambientale. «La riduzione catalitica selettiva rappresenta una tecnologia di controllo post-combustione di fondamentale importanza, impiegata per mitigare le emissioni di ossidi di azoto – dice Martinez –. L'abbattimento degli ossidi di azoto riveste un ruolo cruciale nel contesto industriale europeo, data la loro significativa incidenza sull'inquinamento atmosferico. Gli ossidi di azoto contribuiscono a fenomeni quali piogge acide, eutrofizzazione, formazione di ozono a livello del suolo e smog fotochimico, con gravi ripercussioni sulla salute umana, manifestandosi in patologie respiratorie e tumori polmonari, e sugli ecosistemi. I settori industriali pesanti, in particolare la produzione di energia elettrica, l'industria del cemento e la raffinazione del petrolio e del gas, sono tra i maggiori emettitori di NOx in Europa. La stringente normativa ambientale europea, inclusa la direttiva sulle emissioni industriali (Ied) e gli standard euro, ha reso imperativa l'adozione diffusa di tecnologie avanzate per l'abbattimento dei NOx, come la tecnologia Scr».

Secondo Martinez, il processo Scr «converte efficacemente i NOx, considerati inquinanti nocivi – continua il titolare di Bio Protect –, in azoto molecolare e acqua, composti innocui, attraverso l'uso di un catalizzatore e di un agente riducente, tipicamente ammoniaca o urea. L'efficienza di questi sistemi è notevole, con capacità di rimozione dei NOx che variano dal 70 a oltre il 95 per cento. Il funzionamento ottimale del processo Scr dipende da intervalli



L'OPZIONE PIÙ ADEGUATA

La rigenerazione del catalizzatore dà un enorme impulso nel massimizzare il recupero minimizzando l'impatto ambientale con il riuso dello stesso catalizzatore

di temperatura specifici, generalmente compresi tra 200°C e 600°C, a seconda della formulazione del catalizzatore e da un controllo preciso dell'iniezione dell'agente riducente».

Il ciclo di vita dei catalizzatori Scr è caratterizzato da una progressiva perdita di efficienza e questo rappresenta un problema che può essere risolto. «La performance di questi catalizzatori – dice Martinez – si degrada nel tempo a causa di diversi fattori: una volta che un catalizzatore non è più in grado di garantire l'efficienza di riduzione degli NOx richiesta, viene considerato

«esausto» o «a fine vita» e necessita di una gestione adeguata. L'analisi del quadro normativo europeo rivela come il continuo abbassamento dei limiti sulle emissioni di ossidi di azoto della combustione, abbia generato enormi flussi di rifiuti pericolosi di catalizzatori esausti. La direttiva sulle emissioni industriali (Ied) promuove l'adozione della tecnologia Scr nelle fonti industriali stazionarie. La fattibilità economica e le modalità preferenziali di gestione per questi materiali a fine vita possono differire

in modo significativo. Pertanto, la rigenerazione del catalizzatore dà un enorme impulso nel massimizzare il loro recupero minimizzando l'impatto ambientale con il riuso dello stesso catalizzatore rigenerato».

Martinez spiega poi come la rigenerazione sia l'opzione più adeguata non solo dal punto di vista ambientale ma anche economico per la gestione dei catalizzatori esausti, qualora la sua struttura sia integra. «Essa prolunga la vita del catalizzatore, da un minimo di due a tre volte la durata. Riducendo al minimo l'uso di nuove materie prime ed evitando la necessità di smaltimento con un enorme contributo al rispetto dell'ambiente. Il processo di rigenerazione praticato dalla Bio Protect Group, mira a ripristinare le prestazioni catalitiche, tra il 90 e il 100 per cento pari al nuovo. Ed è proprio in funzione della rigenerazione che si collocano i trattamenti fortemente innovativi della Bio Protect Group. Il processo PowerClean è in grado di ripristinare l'efficienza iniziale, anche per catalizzatori fortemente contaminati da combustibili di qualsiasi genere: il processo si individua come Bio in quanto non viene fatto uso di sostanze chimiche. È importante notare che i catalizzatori rigenerati godono di una garanzia pari al nuovo e questo dimostra una consapevolezza ambientale notevole, apprezzata e promossa a tutti i livelli politici e dai cittadini. È evidente, quindi, il riscontro per il quale l'economia circolare, oltre a essere un'esigenza ambientale, si prefigura anche un'opportunità ecologica ed economica per nuove opportunità di business e nuovi posti di lavoro». • CG

Mario Martinez di Bio Protect Group

NEL SEGNO DELL'INNOVAZIONE

«La Bio Protect Group nasce nel 2000 – ricorda Mario Martinez, titolare dell'azienda – allo scopo di far conoscere in Italia la tecnica delle microesplosioni, tecnica per la pulizia delle scorie di combustione che permette di non fermare la combustione e la produzione di energia degli inceneritori di rifiuti, creando un grande vantaggio economico nel ripristino dello scambio termico senza dover fermare la produzione. L'evoluzione di questa tecnica ha portato benefici enormi e ha dato la possibilità di creare altri sistemi per eseguire altri tipi di servizi sempre senza fermare la produzione. Queste tecniche restano il punto di forza della Bio Protect Group offrendo alla clientela un guadagno e non un costo nell'eseguire questo tipo di manutenzione. In questa ottica investiamo in ricerca di nuove tecnologie e prodotti, sempre nel rispetto dell'ambiente e dell'efficienza tecnica economica».



Le chiavi per un futuro più sostenibile

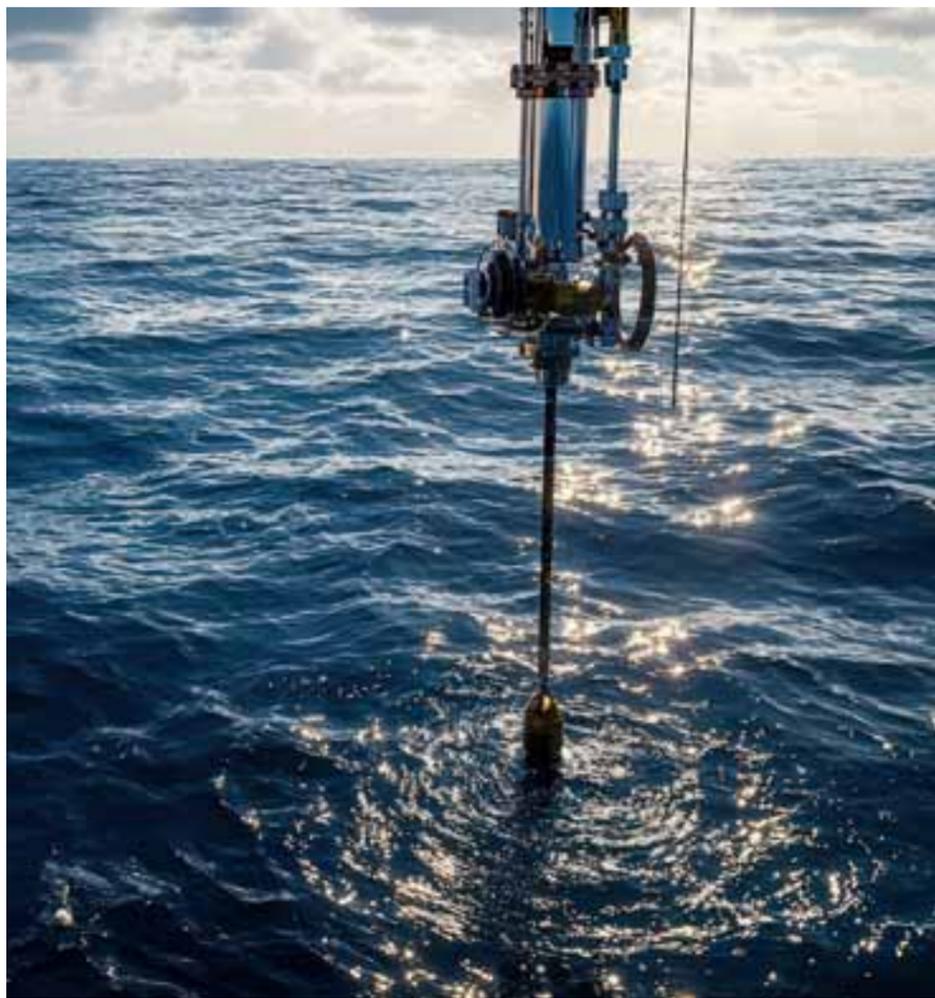
L'Ispra è in prima linea nella tutela e conoscenza del mare, risorsa naturale ed economica strategica, con il progetto Pnrr MER e la nuova nave Arcadia. L'intervento del presidente Stefano Laporta si estende anche a clima e rifiuti

Tra le eccellenze italiane nel settore marittimo presentate a Expo Osaka lo scorso 22 luglio, c'è il Progetto di intervento MER (Marine Ecosystem Restoration) del Mase, di cui l'Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale (Ispra) è il soggetto attuatore. «Il MER, finanziato nell'ambito del Pnrr con un fondo da 400 milioni di euro per il periodo 2022-2026, è il più grande progetto di mappatura e ripristino degli ecosistemi marini, un vero e proprio laboratorio di restauro degli habitat e un osservatorio sui fondali che tratterà la rotta per interventi futuri», spiega il presidente di Ispra Stefano Laporta. «Alla conclusione del piano, l'Italia disporrà di una mole di dati, piattaforme, infrastrutture e, dunque, di un potenziale conoscitivo che sarà unicum a livello nazionale e internazionale, a disposizione della comunità scientifica, delle imprese e delle amministrazioni che potranno utilizzarlo per pianificare misure di mitigazione dei cambiamenti climatici e sfruttare al meglio le opportunità di sviluppo della blue economy: dai campi di ormeggio alla rimozione delle 'reti fantasma', dalla ricostruzione dei banchi di ostrica piatta europea (specie autoctona dell'Adriatico) alla mappatura col sensore Lidar».

Il fiore all'occhiello è la nuova nave oceanografica Arcadia, frutto di un lavoro congiunto svolto con la collaborazione della Marina Militare.

«Arcadia è un'unità dotata di tecnologie all'avanguardia capace di svolgere attività di monitoraggio in acque profonde con ROV (Remote Operating Vehicle), AUV (Automated Unmanned Vehicle) e strumenti acustici ad altissima risoluzione. Il tutto utilizzando tecnologie sostenibili quali la propulsione diesel-elettrica, certificazione di classe green-plus e, non da ultimo, una certificazione di classe silenziosa per garantire un monitoraggio affidabile del rumore sottomarino. Compito di Arcadia, il cui varo è previsto per giugno 2026, sarà quello di raccogliere dati, costruire conoscenza e orientare le politiche ambientali verso un futuro più sostenibile».

In base al Rapporto "Il clima in Italia" di SNPA, le temperature del mare sono aumentate nel 2024. Quali sono i rischi del surriscaldamento marino?



«È solo uno dei segnali più evidenti del cambiamento climatico ed è una minaccia crescente per ecosistemi, economie e comunità costiere. Stando al nostro rapporto, analogamente alla temperatura dell'aria, la temperatura superficiale dei mari italiani nel 2024 si colloca al primo posto della serie, con un'anomalia di +1,24 °C rispetto alla media climatologica 1991-2020 (quasi 0,3°C superiore al precedente record del 2022). A partire dal 2007, le anomalie sono state sempre positive, con l'eccezione del 2010. Registriamo quindi un aumento persistente. Una delle conseguenze è lo stress termico, che mette a rischio la biodiversità marina, favorendo la migrazione di specie tropicali e invasive a discapito di quelle autoctone. Questo altera gli equilibri ecologici e ha impatti diretti sulla pesca e sull'acquacoltura, compromettendo, in molti casi, anche la nostra economia. Inoltre, il riscaldamento dell'acqua favorisce fioriture algali anomale, alcune delle quali tossiche, che compromettono la qualità delle acque e il turismo

balneare. Aggiungo a questo gli effetti indiretti, come l'innalzamento del livello del mare, che accentua il rischio di erosione costiera e inondazioni, soprattutto in aree densamente urbanizzate. È un fenomeno che richiede un monitoraggio continuo e interventi di adattamento».

Come valuta lo stato del clima nel nostro Paese?

«I dati parlano da soli. Anche il nostro Paese, come il resto d'Europa, nel 2024 ha vissuto un nuovo record di caldo: +1,33 °C l'anomalia per la temperatura media e +1,40 °C per la minima giornaliera, entrambe calcolate rispetto alla media di riferimento 1991-2020. Le precipitazioni risultano disomogenee: abbondanti al Nord, con un surplus di pioggia (+38 per cento) e marcata siccità al Sud e sulle isole; gli eventi meteorologici estremi sono in forte aumento. La quantità d'acqua in aumento non significa però maggiore disponibilità: è essenziale distinguere tra volume piovoso e risorsa effettivamente utile. Il quadro delineato da SNPA definisce la necessità di adattamento sistemico, rafforzamento delle infrastrutture idriche e accelerazione delle politiche di mitigazione e riduzione delle emissioni».

Sul fronte dei rifiuti urbani, crescono riciclo e raccolta differenziata. Cosa serve per un ulteriore salto di qualità, in vista del target europeo al 2035?

«Il raggiungimento di un obiettivo così sfidante richiede l'ulteriore implementazione delle misure previste dalla normativa europea. In primo luogo, sarà necessario raggiungere livelli qualitativi dei flussi raccolti sempre più elevati, in quanto gli errori di conferimento, che determinano una crescita delle frazioni estranee, incidono negativamente sulle rese di riciclaggio, anche in considerazione della forbice di quasi 16 punti esistente tra la percentuale di raccolta differenziata (66,6 per cento) e quella di riciclaggio (50,8 per cento). Ad esempio, una raccolta della frazione organica con elevate impurezze aumenta gli scarti, riduce le performance degli impianti e rischia di portare a un prodotto (compost) non idoneo all'uso. In secondo luogo, sarà necessario sviluppare processi in grado di aumentare le capacità di recupero per quei flussi oggi non completamente riciclabili, come alcune tipologie di materiali plastici».

Anche l'ecoprogettazione avrà un ruolo fondamentale per ridurre il conferimento in discarica?

«Sì, l'attuazione estesa dei criteri di ecoprogettazione allungherà la vita dei prodotti, faciliterà il riuso e la riparazione, rendendo il prodotto a fine vita più facilmente riciclabile. In tale contesto, un'importante misura potrà essere l'introduzione del passaporto digitale del prodotto, che costituisce uno strumento previsto dall'Ue nell'ambito della strategia per l'economia circolare e in particolare nel Regolamento Ecodesign per prodotti sostenibili. Si tratta di un documento digitale che rende accessibili a tutti i soggetti interessati, in primis il consumatore, le informazioni sullo specifico prodotto lungo il suo intero ciclo di vita». • **FD**



Stefano Laporta, presidente Ispra, Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale

IN VISTA DEL TARGET EUROPEO AL 2035

Sarà necessario sviluppare processi in grado di aumentare le capacità di recupero per quei flussi oggi non completamente riciclabili, come alcune tipologie di materiali plastici

Un attore sociale influente

Formazione, merito, sicurezza, inclusione, slancio verso il futuro. Le azioni delle imprese creano valore tangibile per la collettività e il territorio. L'impegno di Confindustria Lombardia, guidata da Giuseppe Pasini

S secondo una recente ricerca di Fondazione Sodalitas, gli italiani riconoscono alle imprese un ruolo decisivo per migliorare la società dal punto di vista sociale e ambientale; le aziende vengono, inoltre, percepite come il terzo attore più influente dopo governo e istituzioni europee. «Le aziende oggi hanno ben chiaro il proprio ruolo di attore sociale», afferma Giuseppe Pasini, leader degli industriali lombardi. Le realtà produttive della regione sanno di non operare in un vuoto, prosegue il presidente, «sono strettamente interdipendenti e interconnesse dalle risorse naturali, dai lavoratori e dalle comunità dei territori nei quali operano».

Al tempo della doppia transizione, digitale ed ecologica, in che modo l'impresa guida e dirige i cambiamenti?

«Le nostre imprese rappresentano i primi portatori delle evoluzioni all'interno della società. A confermarlo sono gli stessi cittadini, come indica la ricerca della Fondazione Sodalitas. Dalla responsabilità ambientale a quella sociale, i cambiamenti, per essere reali, devono passare dalle imprese le quali hanno la possibilità- lungo la propria filiera- di coinvolgere e impegnare fornitori, consumatori, dipendenti, investitori e competitor, alzando l'asticella degli standard. Negli ultimi anni, il valore sociale delle imprese si concretizza nell'impegno sulla circolarità, nell'introduzione responsabile e progressiva di soluzioni di intelligenza artificiale, sul tema della parità di genere, in materia di salute e sicurezza».

È possibile un equilibrio tra ricerca del profitto, indispensabile alle imprese, e benessere del territorio e dei lavoratori?

«Caos e incertezza caratterizzano profondamente questa fase storica, due fattori che stanno facendo emergere la sempre minore autosufficienza dei sistemi nei quali la nostra società è organizzata, mostrandone limiti e debolezze. Oggi chi guida un'impresa deve tenere conto di tutta una serie di fattori che solo dieci anni fa non venivano presi in considerazione: per questo motivo, l'industria si pone obiettivi volti a creare un nuovo modello sostenibile sotto il profilo ambientale, economico e sociale, secondo una visione integrata di queste tre dimensioni della sostenibilità. Per le imprese, il bene comune comprende anche il benessere dei dipendenti e delle comunità locali. Accompagnare i lavoratori in percorsi di formazione, migliorare le condizioni di lavoro, adottare politiche inclusive, valorizzare il merito, curarsi del



bene comune, investire in attività sociali e culturali del territorio sono gesti che creano valore tangibile per la collettività».

Come le aziende lombarde interpretano il principio della responsabilità sociale d'impresa?

«L'adozione di un quadro generale di sostenibilità come la Csr, una filosofia di responsabilità che diventa parte della cultura aziendale, è sempre più diffusa tra le nostre imprese, anche tra quelle che non sono tenute ad adottarla e a produrre un bilancio di sostenibilità per motivi di certificazione Esg di filiera. Tra i temi prevalenti affrontati, c'è l'inclusione sociale, il miglioramento della salute e la realizzazione di infrastrutture per il quartiere, la creazione di luoghi di socializzazione e l'integrazione di stranieri e migranti».

Con quali misure e iniziative Confindustria Lombardia promuove il valore della responsabilità sociale d'impresa?

«L'impegno si traduce nella continua ricerca di sinergie con istituzioni e stakeholder, con la Regione Lombardia come con la Conferenza Episcopale Lombarda per sensibilizzare gli attori economici, ma anche la collettività, sul valore che l'impegno del tessuto imprenditoriale apporta ai territori. Questa azione si declina, inoltre, nella valorizzazione delle buone pratiche delle imprese, oltre che delle associazioni territoriali che compongono il sistema confindustriale lombardo».

Può fare qualche esempio?

«A Varese e Como le Confindustrie locali, con ATS Insubria e le organizzazioni sindacali, promuovono il programma WHP per la sicurezza e la salute nei luoghi di lavoro. L'obiettivo è andare oltre la semplice applicazione delle normative,

IL VALORE SOCIALE DELLE IMPRESE

Si concretizza nell'impegno sulla circolarità, nell'introduzione responsabile e progressiva di soluzioni di intelligenza artificiale, sul tema della parità di genere, in materia di salute e sicurezza

coinvolgendo il maggior numero possibile di imprese e lavoratori in attività utili a migliorare lo stile di vita delle persone. Confindustria Como, inoltre, in modalità congiunta con Fondazione Provinciale della Comunità Comasca, promuove un bando periodico che mette a disposizione centomila euro all'anno per sostenere progetti sociali nei settori dell'educazione, dell'assistenza sociale, dello sport e della cultura, presentati da enti non profit della provincia di Como, capaci di rispondere ai bisogni del territorio. Dalla prospettiva aziendale il bene comune si costruisce anche con una chiara visione di lungo termine, in cui le scelte di oggi devono essere orientate a garantire risorse e opportunità e prospettive anche per le generazioni future. Una responsabilità condivisa, questa, che coinvolge ed è sentita dalla maggior parte delle imprese lombarde, con un focus particolare su questo tema, per quanto ci riguarda, da parte del Comitato Giovani Imprenditori di Confindustria Lombardia».

Lo sguardo è rivolto al futuro.

«Guardare alle prossime generazioni è quello che ha fatto Assolombarda, con l'apertura, nella propria sede a Milano, di un asilo nido che ospita circa 25 bambini tra figli dei dipendenti, figli di dipendenti di aziende associate e cittadini. Quest'ultima iniziativa rappresenta un tassello importante e simbolico per affrontare

quella che, per Confindustria Lombardia, è una delle sfide più impegnative che abbiamo di fronte, ovvero la crisi demografica con tutte le implicazioni sociali ed economiche che ne conseguiranno, se non riusciamo ad invertire al più presto la tendenza».

• **Francesca Druidi**



Giuseppe Pasini,
presidente Confindustria Lombardia



- Cromatura dura a spessore su acciaio, alluminio, zama, acciaio inox, ottone e ghisa;
- Nichelatura chimica conforme alle normative Rohs durezza HV 1000-1100;
- Codeposito nichel più carburo di silicio HV 1200-1300;
- Nichel PTFE (basso coefficiente d'attrito con conseguente elevato scorrimento);
- Nichel chimico (ferro e inox);
- Brunitura;
- Riporti di carburi e riporti ceramici;
- Trattamenti termici in atmosfera controllata e alto vuoto con spegnimento in olio e in sale: cementazione, carbonitrurazione, tempra bainitica, bonifica, ricottura, invecchiamento acciai inossidabili;
- Nitrurazione, nitrocarburazione, Q.P.Q.;
- Rivestimenti PVD - DLC;
- Lucidatura chimica;
- Trattamenti di diffusione termochimica;
- Nano ceramic;
- Ossidazione anodica;
- Elettrolucidatura senza acido per tutti i tipi di metalli.



Da più di 40 anni siamo a fianco del Cliente per offrire Competenza, Qualità, Affidabilità e Professionalità, con particolare attenzione all'Ambiente

GalvanoTechnik

GalvanoTechnik S.p.A.

Via Valtrompia, 29 - Gardone Val Trompia (BS)
 Telefono: +39 030 89 12 456 - vendite@galvanotechnik.it
 galvanotechnik@pec.intred.it

Un modello di crescita aperto e collaborativo

Alessio Angioli, amministratore di GlobalNet Italia, ha creato una rete di competenze e professionalità unica nel campo delle telecomunicazioni, in grado di accompagnare le aziende nella trasformazione digitale



Costruire un ecosistema di collaborazioni e sinergie per affrontare le sfide del mercato con solidità e visione. È la vision di GlobalNet Italia, operatore telefonico business che fornisce servizi di soluzioni di telecomunicazioni altamente innovativi, offre soluzioni ideali per imprese di ogni dimensione, utilizzando solo i principali fornitori di software e hardware, con l'obiettivo di creare sistemi personalizzati, completamente integrati, per rendere più semplici e sicure le telecomunicazioni delle aziende.

Alessio Angioli, amministratore di GlobalNet Italia



PERSONALIZZAZIONE DEI SERVIZI

Scegliamo le soluzioni tecnologiche più performanti e affidabili, adatte alle caratteristiche di ciascuna realtà, con le maggiori potenzialità per la crescita d'impresa

de. Oggi GlobalNet Italia può contare oltre 100 collaboratori tra operatori tecnologici, system integrator e professionisti del settore, distribuiti su tutto il territorio nazionale, una rete capillare e consolidata che rappresenta un patrimonio di competenze e professionalità unico. «Il nostro obiettivo è fornire soluzioni tecnologiche a 360 gradi, innovative, sicure e sostenibili, in grado di rispondere alle esigenze specifiche delle aziende, soprattutto le multi-sede, che necessitano di business continuity e di interoperabilità tra loro. Un modello di crescita aperto e collaborativo che rende GlobalNet Italia non solo un provider tecnologico, ma un partner strategico per le aziende che vogliono affrontare con successo la trasformazione digitale» spiega l'amministratore Alessio Angioli.

Quale vantaggio offre ai vostri clienti la rete di partner e collaboratori che avete creato?

«Non vogliamo semplicemente rivendere un servizio al cliente di un partner, ma cerchiamo di integrare le rispettive competenze per offrire soluzioni su misura. In questo modo, i nostri servizi si affiancano e si completano con quelli dei partner, creando valore aggiunto. Allo stesso tempo, quando un cliente di GlobalNet Italia necessita di soluzioni non direttamente erogate dall'azienda, la collaborazione con i par-

terner consente di proporre un pacchetto completo, seguito dai migliori professionisti. Creiamo che solo unendo le forze sia possibile sviluppare soluzioni realmente innovative ed efficaci. Grazie a questa rete, GlobalNet Italia è oggi in grado di proporre servizi integrati che spaziano dalla connettività avanzata alla telefonia, dal cloud alla cybersecurity fino a soluzioni digitali personalizzate».

Cosa significa per voi la personalizzazione dei servizi?

«Ascoltiamo le esigenze specifiche di ogni nostra azienda cliente e troviamo le possibili so-

luzioni di telecomunicazione mirate a migliorare e ottimizzare il lavoro dei suoi dipendenti, perché il fattore umano è la chiave di misura della qualità di un'impresa. Per questo, scegliamo le soluzioni tecnologiche più performanti e affidabili, adatte alle caratteristiche di ciascuna realtà, che offrano le maggiori potenzialità di crescita».

Vi distinguete anche per l'attenzione all'ambiente.

«L'innovazione tecnologica di GlobalNet Italia è sempre fatta nel rispetto della maggiore efficienza energetica e di un consumo minore di energia. Nel nostro impegno per la sostenibilità ecologica, utilizziamo solo energia elettrica certificata da fonti rinnovabili, in modo da ridurre al minimo l'impatto ambientale e attenuare la cosiddetta Carbon Neutrality. Questo è parte di un percorso di miglioramento che permette il trasferimento di moltissime attività dallo stato fisico a quello digitale, con un risparmio di spazio e di macchinari e un ridotto impatto nei consumi elettrici. Senza contare la possibilità, per tutti coloro che lavorano attraverso le telecomunicazioni, di restare produttivi attraverso lo smart working, organizzando meeting a distanza e videoconferenze, con un minore utilizzo dei trasporti e un abbassamento dei consumi di CO2.

Si tratta di un obiettivo naturale, perché incide concretamente con la sostenibilità delle attività produttive, ma è anche un obiettivo personale che coinvolge l'intero team di GlobalNet Italia, impegnato nel suo insieme a costruire un mondo migliore per tutti. I nostri server utilizzano solo energia verde e praticano la compensazione di CO2; tutto certificato da Green Web Foundation».

Quali sono le principali iniziative in favore dell'ambiente?

«Il Progetto Treedom è una grande iniziativa per sostenere l'ambiente attraverso la semina di nuovi alberi in tutto il mondo e contribuire alla riduzione di emissioni di CO2. Con una donazione contenuta, si dà l'opportunità a un contadino o a un'azienda agricola di 17 Paesi del mondo di piantare un nuovo albero. Noi abbiamo creato Global Tree, una foresta di 200 alberi, in 5 Paesi. Ogni albero è contraddistinto da un codice univoco, che racconta la sua posizione, la sua storia, la sua specie e il suo stato di crescita. Ogni codice sarà donato ai nostri nuovi clienti e collaboratori, in modo che ne possano apprezzare l'impegno ma anche diffondere la notizia e, se vogliono, accrescere la nostra foresta con uno o più alberi, oppure anche crearne una nuova aderendo anche loro al progetto Treedom». • CG

XCellence Awards 2025

Le certificazioni, i riconoscimenti e i premi ottenuti da GlobalNet Italia tra cui XCellence Awards 2025, sono il risultato di un lungo percorso di progressiva evoluzione, di innovazione continua, con un grande impegno in termini di investimenti e di lavoro. «I nostri premi raccontano tutta la soddisfazione che proviamo quando raggiungiamo un nuovo obiettivo, quando alziamo i nostri standard, e tutto quello che facciamo per noi ma, soprattutto, per i nostri clienti e collaboratori - afferma Alessio Angioli - Non si tratta solo di una certificazione fine a sé stessa, ma è il riconoscimento di tutto quello in cui crediamo: continuità, crescita, affidabilità, qualità».

L'intelligence al servizio del sistema Paese

«In un mondo complesso fatto di rischi e opportunità dinamiche, servono strategie semplici, ma flessibili, basate sulla conoscenza e sulla discriminazione delle informazioni utili ai decisori, in una parola-sottolinea il presidente di Aiag Alessandro Vivaldi- l'intelligence»

L'intelligence è una funzione strategica essenziale per l'impresa moderna: introdurre la figura dell'analista di intelligence e integrarne le competenze nei processi aziendali è la strategia vincente per colmare il gap con i competitor esteri, difendere la nostra autonomia economica e progettare uno sviluppo sostenibile per il tessuto produttivo italiano nel lungo periodo. Per questo esistono associazioni come Aiaig, che nasce dalla volontà degli analisti professionisti di stabilire la qualità dei servizi offerti e creare una intelligence community al di fuori dell'ambito istituzionale, che possa offrire ad aziende e grandi organizzazioni la capacità di muoversi e decidere in maniera più efficiente e lungimirante nei contesti globali in continua evoluzione districandosi tra rischi, opportunità, minacce. L'intervento del presidente Alessandro Vivaldi.

Qual è lo scopo di Aiaig?

«Aiaig esiste per portare l'intelligence fuori dalle stanze chiuse e renderla patrimonio diffuso. Non è un think tank autoreferenziale, ma un'associazione di professionisti che si confrontano e sviluppano buone pratiche: è un luogo di metodo e di formazione. Serve a costruire una cultura analitica che unisca accademia, professionisti e imprese, per contribuire a rendere il Sistema Paese più competitivo e meno vulnerabile. Il suo scopo è colmare il divario tra chi produce conoscenza e chi deve agire, offrendo strumenti concreti a chi prende decisioni. In una parola: rendere le aziende e conseguentemente il Paese meno ingenuo e più capace di stare dentro il disordine globale».

Cos'è l'intelligence?

«Le definizioni dipendono molto da chi le rilascia. Qui- nel privato e non nell'istituzionale- possiamo dire che è lo strumento che consente di costruire e mantenere la situational awareness dei decision maker. Senza di essa, chi decide è cieco, ostaggio di impressioni, pressioni e informazioni parziali. L'intelligence non è un accumulo sterile di dati, ma la loro selezione e trasformazione in conoscenza azionabile. È il passaggio dal caos del flusso informativo a una mappa chiara, utile a scegliere. Oggi non appartiene più solo allo Stato: si fa "corporate intelligence", disciplina necessaria anche all'impresa privata, che deve proteggere i propri asset e sopravvivere in mercati ostili. Senza intelligence, un'azienda non decide: subisce».

Cosa significa essere analisti nel complesso clima geopolitico in cui viviamo, caratterizzato da mercati instabili, crisi delle alleanze globali e shock economici che hanno messo in discussione i tradizionali equilibri internazionali?



L'ANALISI INFORMATIVA

Consente di proteggere il business intercettando minacce legali, reputazionali, cyber o geopolitiche, e di svilupparlo individuando mercati, partner e alleanze sostenibili

«Essere analisti, oggi, significa abitare il disordine e trasformarlo in linguaggio comprensibile. I vecchi schemi geopolitici si sono rotti: le alleanze sono fragili, i mercati instabili, gli shock economici continui. L'analista non può limitarsi a osservare: deve interpretare, con rigore e lucidità, evitando l'autocompiacimento intellettuale e i tranelli dei bias cognitivi. Non è un lavoro romantico: è mestiere duro, che impone disciplina metodologica e capacità di restituire scenari chiari a chi decide, possibilmente con limiti temporali ristretti. In tempi come questi, l'analista è un traduttore del caos».

Quale ruolo gioca l'analista per lo sviluppo dell'impresa privata italiana?

«L'analista è colui che introduce realismo dentro l'azienda. Le imprese italiane si muovono in contesti definiti Vuca: volatili, incerti, complessi, ambigui. Questo significa che le certezze di ieri non valgono più. L'analista permette al management di vedere oltre il perimetro immediato, anticipare rischi, riconoscere opportunità. Non parliamo di lusso, ma di sopravvivenza: non a caso l'intelligence è stata integrata in norme Iso come la 31050 e la 56006. In questo contesto, le Pmi italiane, in particolare, rimangono vulnerabili: stanno per-

dendo competitività perché non hanno la massa critica per garantire aderenza normativa: dal Decreto 231 al D.Lgs. 81/08, fino al travel risk management che in molti mercati è requisito minimo per restare player credibili. Senza una funzione analitica che orienti le priorità e guidi le scelte, queste imprese rischiano di ridursi a subfornitori marginali o di uscire dal mercato».

Come le imprese possono usare l'analisi informativa per proteggere e sviluppare il proprio business?

«Le imprese devono capire che l'analisi informativa non è orpello, ma infrastruttura vitale. In un contesto Vuca, l'unico reale vantaggio competitivo è la capacità di leggere prima degli altri i segnali deboli. L'analisi consente di proteggere il business intercettando minacce legali, reputazionali, cyber o geopolitiche, e di svilupparlo individuando mercati, partner e alleanze sostenibili. Senza questa capacità di lettura, un'azienda naviga a vista: non previene, non difende, non cresce, non fa reale strategia. L'intelligence aziendale non è una moda: è un sistema di early warning che decide chi sopravvive e chi no».

L'intelligence può svolgere una funzione strategica essenziale per le imprese ita-

liane?

«Sì, come appena accennato. L'intelligence è ciò che trasforma la vulnerabilità in resilienza e la resilienza in vantaggio competitivo. Le imprese italiane eccellono per creatività e qualità, ma spesso falliscono nell'autoprotezione: cadono vittime di acquisizioni predatorie, pressioni regolatorie o campagne di disinformazione. L'intelligence consente di anticipare questi colpi e di difendere il valore del made in Italy e della sua proiezione globale. Non è un tema astratto: è la linea di confine tra chi mantiene la propria autonomia e chi viene assorbito da logiche altrui».

• CG



Alessandro Vivaldi, presidente Aiaig, Associazione italiana analisti di intelligence e geopolitica

Alta specializzazione per un'assistenza completa

Studio Bonamico e Farina è una realtà consolidata nel panorama della consulenza alle imprese, un partner strategico nel settore della salute e della sicurezza sul lavoro. Ma non solo. Il punto del socio fondatore Stefano Bonamico

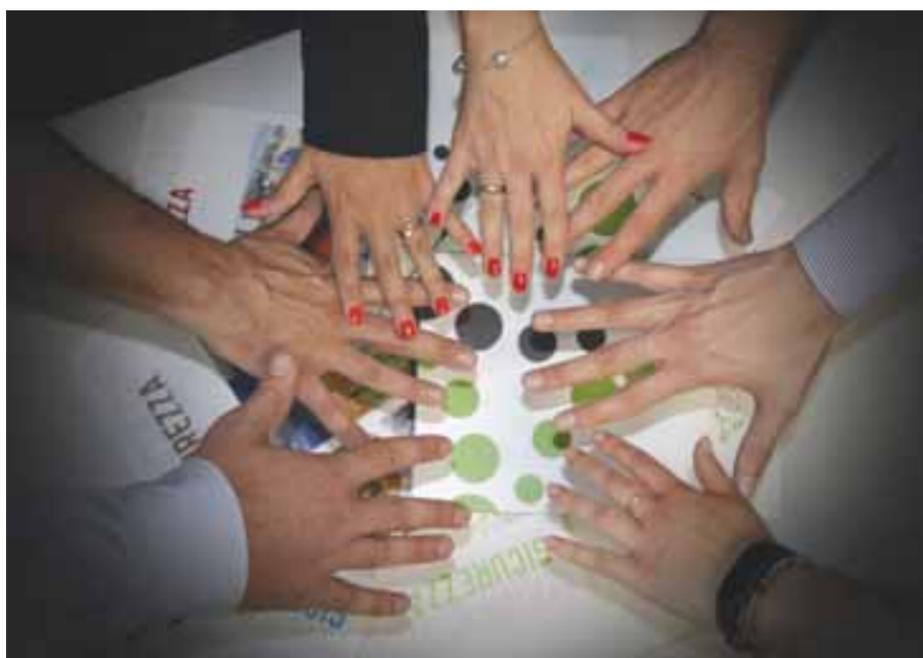
La costante evoluzione e la continua introduzione di nuove normative in materia di sicurezza sul lavoro, alimentare, ambientale rendono sempre più imprescindibile per le imprese affidarsi a realtà che siano in grado di offrire l'assistenza e consulenza necessaria, come lo Studio Bonamico e Farina, fondato da Stefano Bonamico e Martina Farina.

L'azienda è nata nel 2009 inizialmente come attività di formazione e consulenza. Nel 2012 prende forma la società vera e propria, con la prima sede dotata di uffici, sala corsi e riconoscimenti ufficiali come ente europeo per la formazione e centro accreditato Aifos, con l'obiettivo di fornire un servizio di prevenzione e protezione personalizzato e di alta qualità alle imprese in prima battuta locali, aprendosi poco dopo all'intero panorama italiano.

«Dalla formazione sulla sicurezza sul lavoro e l'antincendio, le nostre attività si sono poi ampliate alla consulenza sulla valutazione dei rischi, prima in generale e successivamente in modo sempre più specifico» afferma Stefano Bonamico.

Come si è evoluta l'attività aziendale?

«Negli anni, l'azienda ha investito molto per diventare autonoma e specializzata su tutti i rischi possibili, costruendo un servizio completo di assistenza ai clienti. Oltre alla formazione, infatti, offriamo incarichi di Rspp (responsabile del servizio di prevenzione e protezione), mettendo a disposizione professionisti che seguono direttamente le imprese. Oggi siamo in grado di gestire anche grandi società nazionali con un'assistenza continuativa: team dedicati che vivono quotidianamente la realtà aziendale del cliente, supportandolo passo dopo passo nella protezione e prevenzione».



ASSISTENZA CONTINUATIVA

Team dedicati vivono quotidianamente la realtà aziendale del cliente, supportandolo passo dopo passo nella protezione e prevenzione

Qual è oggi il vostro core business?

«Il nostro core business è la gestione del servizio di prevenzione e protezione. In questo campo Studio Bonamico e Farina offre servizi di formazione, consulenza e assistenza. È tuttavia con il servizio di assistenza continua che riusciamo a offrire la prestazione di maggiore qualità ai nostri clienti. Oltre all'assunzione dell'incarico di Rspp, offriamo supporto continuativo al datore di lavoro con un team di tecnici qualificati che gestiscono i compiti del servizio di prevenzione e protezione in materia di salute e sicurezza sul lavoro, igiene alimentare, igiene degli impianti (legionella,

impianti natatori, conformità delle acque) e ambito ambientale. Negli stessi ambiti l'offerta è completata con la formazione del personale aziendale, gestione documentale e pratiche autorizzative, nonché la gestione di audit su aziende certificate secondo le norme Iso 9001- 45001 - 14001».

Chi sono i clienti che si rivolgono a voi?

«I clienti dello studio sono industrie di

Stefano Bonamico e Martina Farina, soci fondatori dello Studio Bonamico



qualsiasi settore (carta, chimico, tessile per nominarne alcuni) e servizi commerciali, per la maggior parte realtà strutturate di media-grande entità, anche con più sedi, dislocate su tutto il territorio italiano».

Qual è il vostro valore aggiunto?

«Il nostro valore aggiunto sta nel team: un gruppo interno molto specializzato, capace di offrire assistenza e consulenza mirata e personalizzata. In un settore così vasto, la verticalizzazione delle competenze e la presenza costante sono elementi fondamentali per adattare le norme alla specifica realtà di ciascun cliente. Lavoriamo ogni giorno per rendere il nostro team la nostra vera formula vincente grazie alla collaborazione e alla formazione continua. Costruendo una squadra strutturata di professionisti, formati individualmente in diversi settori e ambiti, le aziende clienti possono contare sul know-how di tutti i componenti dello studio in funzione delle loro necessità specifiche, godendo di un servizio personalizzato e a 360 gradi. Un gruppo coeso e competente su diversi temi specifici permette alle aziende clienti di gestire l'intero servizio di prevenzione e protezione con una formula su misura e a tutto tondo, avendo un solo interlocutore ed esternalizzando in toto una parte fondamentale della gestione aziendale, e anche - dove necessario - in altri campi, quali ad esempio igiene alimentare, degli impianti e ambientale. Il continuo scambio di informazioni e le esperienze diversificate su diversi fronti consentono di fornire un servizio di alta qualità e a tutto campo alle aziende che scelgono di essere seguite in assistenza continua».

Quali sono i prossimi progetti a cui state lavorando?

«Guardando al futuro, l'azienda si muove su due grandi progetti.

Il primo riguarda la formazione: dopo l'apertura di una nuova sede nel 2015 e l'acquisto di un'area dedicata nel 2019, è in corso la creazione di un vero e proprio polo formativo. Non si tratta solo di corsi frontali, ma anche di percorsi tecnici pratici, con attrezzature di proprietà che trasformano lo spazio in una sorta di palestra didattica, dove i clienti possono formare in maniera concreta i propri team.

Il secondo progetto è di natura tecnologica e parte dal 2012, con l'acquisizione di una licenza gestionale a cui si è poi integrata l'intelligenza artificiale. L'obiettivo è velocizzare i processi di lavoro, spesso lunghi e complessi, come accade nella gestione documentale di grandi clienti con migliaia di dipendenti distribuiti sul territorio nazionale. Grazie a questi strumenti, oggi la verifica di conformità viene affidata ai software, mentre i tecnici possono concentrarsi sul supporto reale e sul valore aggiunto per il cliente.

Questo approccio non solo migliora l'efficienza del servizio ma rende anche il lavoro dei tecnici più stimolante e gratificante, perché li libera dalle attività ripetitive e consente loro di dedicarsi ad aspetti concreti, dinamici e di maggiore impatto». • Bianca Raimondi

I SOCI FONDATORI

Stefano Bonamico, direttore tecnico - chief technical officer. Laureato in Ingegneria dell'informazione e dell'organizzazione presso l'Università di Trento, Stefano Bonamico ha maturato oltre 15 anni di esperienza nel settore della salute e della sicurezza negli ambienti di lavoro come consulente e formatore. Quando non è in azienda, si dedica al volontariato come Vigile del Fuoco, avendo ricoperto ruoli fino al grado di comandante del corpo di Arco TN. Martina Farina è co-fondatrice dello studio aperto nel 2012. È Rspp e ricopre il ruolo di direttore operativo - chief operating officer in azienda, sovrintendendo la parte amministrativa, organizzativa e formativa dello studio.

Un traguardo importante

Le imprese del settore security sono chiamate a intercettare le nuove tendenze di un mercato della sicurezza, che deve sapersi adattare a grandi trasformazioni. L'analisi di Raffaele De Astis, presidente di Assosicurezza

Cambia la fruizione della sicurezza e aumenta la domanda di security. Già prima della pandemia, la strada tracciata era quella dell'integrazione sempre più stretta tra le diverse tecnologie di sicurezza, che si interfacciano tra loro per scambiarsi informazioni e valutarle rapidamente per trovare risposte e soluzioni. A raccontare l'evoluzione del settore è Raffaele De Astis, presidente di Assosicurezza, l'Associazione nazionale costruttori e distributori di sistemi di sicurezza.

In che direzione di sviluppo vanno oggi le tecnologie di security, anche rispetto alle attuali esigenze di sicurezza, alla diffusione della digitalizzazione e dell'intelligenza artificiale?

«Le tecnologie di security stanno evolvendo in modo rapido, spinte dalla digitalizzazione e dall'intelligenza artificiale. Oggi parliamo di sistemi che raccolgono e interpretano dati in tempo reale, capaci di integrarsi con altre piattaforme e anticipare scenari di rischio. È un progresso entusiasmante, ma la velocità della tecnologia spesso supera quella delle norme e delle competenze. Per questo continuo a sottolineare la centralità dell'uomo nella Sicurezza, con la "S" maiuscola: è l'uomo che deve governare la tecnologia, altrimenti rischiamo di abbassare il livello, invece di innalzarlo».

Qual è l'andamento del mercato della sicurezza?

«Il mercato mostra una buona resilienza e una crescita costante. La sicurezza è ormai percepita come un bisogno primario e questo alimenta la domanda, anche in settori come smart building e infrastrutture critiche. La tendenza è chiara: non bastano più prodotti isolati, servono soluzioni integrate che dialoghino con mondi contigui, dall'automazione all'energia. Questo scenario innalza l'asticella e impone a tutti gli operatori della filiera un salto di qualità, in termini di professionalità e capacità di innovare».



LA TENDENZA È CHIARA

Non bastano più prodotti isolati, servono soluzioni integrate che dialoghino con mondi contigui, dall'automazione all'energia

Quali sono gli obiettivi che si prefigge Assosicurezza per il 2025, anche dal punto di vista della formazione?

«Quest'anno celebriamo i 30 anni di Assosicurezza, un traguardo importante che vogliamo trasformare in un'occasione di rilancio. I nostri obiettivi vanno in tre dire-

zioni: continuare a rafforzare il ruolo dell'Associazione come punto di riferimento istituzionale del comparto; aggiornare strumenti fondamentali come il Manuale delle Tecnologie di Sicurezza (già tradotto in inglese, ora in revisione nella versione italiana); proseguire le attività formative con crediti professionali, attraverso iniziative come La Sicurezza del Made in Italy e Fire Master. Vogliamo contribuire a diffondere una cultura della sicurezza che tenga insieme innovazione, norme e professionalità, perché solo così il settore potrà crescere in maniera solida e riconosciuta».

Con quali iniziative avete partecipato a Safety Expo? E come si pone Assosicurezza rispetto ai temi della fiera?

«A Safety Expo abbiamo portato la voce delle aziende associate e la nostra visione di filiera. È stata un'occasione per presentare i nostri progetti formativi, condividere i risultati raggiunti e confrontarci su nuove

esigenze di mercato. Considero la fiera un'arena preziosa: in un mondo sempre più digitale, il valore di incontrarsi di persona resta unico. La sicurezza, per definizione, è relazione e fiducia. Safety Expo ci ha permesso di alimentare entrambe, facendo dialogare imprese, progettisti, installatori e utenti finali». • **FD**

LE INIZIATIVE DI ASSOSICUREZZA

Assosicurezza, con il sostegno delle aziende associate, ha organizzato nel corso del 2025 una serie di seminari rivolti a progettisti, system integrator e installatori che vogliono proporre al mercato sistemi di sicurezza conformi alle vigenti normative, e agli utilizzatori, che possono valutare correttamente le soluzioni proposte. Questi appuntamenti forniscono ai partecipanti gli strumenti di conoscenza relativi ai sistemi antintrusione, arricchiti dalle case history di cinque aziende italiane. Fire Master è un'iniziativa formativa rivolta a tutti i professionisti coinvolti nella progettazione, installazione e gestione di sistemi antincendio. L'obiettivo è fornire un'esperienza formativa di alto livello, combinando teoria, normativa, esempi pratici e l'esperienza diretta di esperti del settore.



Raffaele De Astis, presidente Assosicurezza

Sempre un passo avanti

Non un semplice fornitore di componenti, ma un partner tecnologico che guarda lontano, con la volontà di anticipare i bisogni dei nuovi mercati globali. Da oltre 50 anni Somipress è leader nella pressofusione d'alluminio. L'esperienza di Armando Elisei

Gestire un'azienda familiare richiede una combinazione unica di abilità, dedizione e leadership, che sappia promuovere una cultura aziendale che incoraggia l'innovazione, l'evoluzione e la crescita. Capacità che indubbiamente non mancano ad Armando Elisei, che ha fondato l'azienda Somipress (oggi parte della SomiGroup), nel 1972 a Castelfidardo, nella Regione Marche, insieme a un gruppo di imprenditori, dando vita al progetto aziendale incentrato sulla pressofusione di leghe in alluminio e zinco e sulle attività destinate alla produzione di bruciatori a gas e di componenti per il settore degli elettrodomestici e dell'automotive. La sua guida dell'impresa ha dimostrato una grande capacità di adattamento di fronte ai cambiamenti dei tempi e alle innovazioni tecnologiche. Sfruttando efficacemente i dati disponibili e pianificando attentamente la propria strategia, Somipress è riuscita a mantenere la propria competitività, coniugando tradizione ed esperienza con innovazione e visione internazionale.

Oggi come allora, la passione per l'innovazione, l'attenzione ai dettagli e la centralità dello scambio di conoscenze vengono considerati i valori fondamentali dell'azienda.

Qual è il core business di Somipress?

«Somipress sviluppa e produce componenti in alluminio pressofuso di precisione per automotive, elettrodomestici e industria meccanica, partendo dal codesign con il cliente fino alla produzione in serie. L'offerta comprende anche costruzione interna degli stampi, lavorazioni meccaniche, assemblaggi e soluzioni logistiche flessibili».

Che cosa vi contraddistingue maggiormente?

«Somipress non è solo un fornitore di componenti, ma un partner tecnologico che guarda lontano, con la volontà di anticipare i bisogni dei nuovi mercati globali. Vantiamo più di 50 anni di esperienza nella pressofusione di componenti in alluminio e realizziamo circa il 90 per cento del fatturato all'estero, con un volume complessivo del Gruppo di 30 milioni di euro. Tra i clienti figu-



UNA VISIONE INTERNAZIONALE

L'obiettivo è continuare a crescere operando in diversi settori e mercati globali, creando nuove opportunità e nuove sinergie

rano marchi di rilievo mondiale nei settori degli elettrodomestici e della componentistica per l'automotive. Sviluppiamo il prodotto in collaborazione con i clienti, che così possono interagire con i progettisti in tempo reale e verificare lo stato di avanzamento dei lavori. Ad ogni progetto viene dedicato un gruppo di lavoro integrato per assicurare la massima cura e l'impiego delle soluzioni più efficienti ed efficaci. Moderni strumenti di simulazione costituiscono la base del nostro processo aziendale e ci permettono di realizzare internamente gli stampi da pressofusione, fondamentali per il processo produttivo. Disponiamo di un'officina stampi interna per sviluppare e realizzare le attrezzature necessarie. È inoltre possibile realizzare in breve tempo stampi per la realizzazione di prototipi e campionature pre-serie».

Il vostro orientamento sembra coniugare

i valori tradizionali con una spinta costante all'innovazione. Come riassumerebbe in poche parole la vostra cultura organizzativa?

«Esattamente così: tradizione nei valori del fare impresa e innovazione, tenacia e dinamismo. Questi tre elementi sono fondamentali soprattutto in un momento come questo caratterizzato da continui cambiamenti e oscillazioni del mercato».

L'innovazione e il dinamismo sembrano essere parole chiave nel vostro operare. Oltre al prodotto, l'innovazione caratterizza anche i vostri processi produttivi?

«La pressofusione è un processo tecnologicamente avanzato che si svolge ad altissime temperature (oltre 600°C). Siamo consapevoli delle potenzialità dei sistemi di interconnessione dati sull'automazione della produzione e cerchiamo di trovare modi innovativi

per sfruttarle al meglio. La pressofusione di alluminio è realizzata con impianti ad alta automazione e tecnologie di ultima generazione, con forza di chiusura tra 420 e 800 t, che utilizzano 5 tipi di leghe. Tutte le isole di pressofusione e i macchinari per le lavorazioni meccaniche sono completamente automatizzati e integrati nel sistema informativo aziendale. Per Somipress non bastano però macchinari all'avanguardia: la vera differenza la fanno le competenze tecniche e il know-how delle persone. Abbiamo un team che opera secondo una logica di miglioramento continuo, mettendo costantemente in discussione le modalità attraverso le quali vengono svolti i processi produttivi. Per questo l'azienda investe continuamente in formazione, ricerca e sviluppo, creando una cultura dell'innovazione che si riflette nella qualità dei prodotti».

Obiettivi per il futuro?

«Il futuro di Somipress si intreccia con la visione più ampia della SomiGroup: crescere operando in diversi settori e mercati globali, creando nuove opportunità e nuove sinergie. Per restare competitiva, l'azienda punta ad arricchire i propri prodotti con funzionalità innovative e ad adattarli alle esigenze dei mercati emergenti. L'obiettivo è chiaro: sviluppare soluzioni integrate e ad alto valore aggiunto, capaci di distinguersi per qualità, sostenibilità e innovazione.

Non più soltanto fornitore, ma vero e proprio partner del cliente, Somipress vuole contribuire alla risoluzione delle sfide tecniche e al miglioramento dei prodotti finiti. Una strategia che apre la strada a collaborazioni sempre più strette e a progetti condivisi. In quest'ottica, l'azienda si dichiara pronta anche a valutare accordi di joint venture, integrandosi con realtà complementari alla propria attività, per essere ancora più forte, competitiva e diversificata nel futuro». • **Guido Anselmi**

Armando Elisei, fondatore di Somipress



INGEGNERIZZAZIONE DI COMPONENTI DI DESIGN

SomiDesign, parte della SomiGroup, opera nel settore arredamento ed è specializzata nella produzione di componenti estetici, soprattutto in metallo.

È un hub d'eccellenza per la progettazione, ingegnerizzazione e produzione di componenti di design. Si rivolge a un segmento alto di prodotti estetici e tra i suoi clienti annovera primari brand luxury nei settori degli elettrodomestici, dell'arredamento e dell'automotive.

La qualità e affidabilità dei processi, certificati Iso 9001, sono garantite da una solida cultura aziendale e dalle alte professionalità attive nei vari dipartimenti interni, assicurando che ogni progetto sia sviluppato e finalizzato con la vera avanguardia del made in Italy in campo tecnico, estetico, artigianale e industriale.

Tra concretezza e ambizione

Investire partendo da ciò che offre la terra, per dare radici al futuro. Questo è lo spirito che ha sempre mosso la grande avventura della Famiglia Moretti: portare avanti progetti che diano valore alla terra e alla cultura che a quella terra appartiene

Tutto ha inizio nel 1967 quando Vittorio Moretti trasforma una grande passione, quella del "costruire", in un progetto concreto: Moretti Industria delle Costruzioni. L'amore per i vini diventa ispirazione per un altro grande amore: la Franciacorta. Nasce così, nel 1977, la prima cantina: Bellavista. Ma per entrare in piena sintonia con una terra, bisogna viverla appieno: da questa convinzione, prende avvio un nuovo progetto votato all'ospitalità. Nel corso degli anni, Vittorio Moretti ha saputo creare un sistema industriale integrato che genera valore per i territori, promuove le nuove competenze e alimenta una cultura imprenditoriale fondata sulla responsabilità.

Oggi, Terra Moretti opera in tre rami di attività: edilizia industrializzata, ospitalità e settore vitivinicolo: a quali dei tre si sente più vicino?

«Mi ritengo prima di tutto un costruttore. Sono partito progettando e costruendo grandi edifici e questo mestiere è nel mio Dna perché i Moretti erano costruttori già nel 500, e lo erano in Franciacorta, la terra dove vivo e lavoro. Costruire è un atto concreto, che parte tuttavia da un disegno, da un'immaginazione: ancora oggi, alla sera o alla domenica pomeriggio, mi siedo in cucina, prendo la mia cassetta degli attrezzi e disegno. L'attività vitivinicola è iniziata a partire dagli anni 70, ma se ci penso bene, anch'essa è partita da un progetto, quello della mia casa sulla collina Bellavista. L'ho immaginata e costruita perché fosse moderna, proiettata sul paesaggio come la prua di una nave, funzionale alla vita di famiglia e agli incontri con gli amici, ma anche economicamente sostenibile, con tanto spazio per l'orto, gli allevamenti e le vigne e gli ulivi. Da queste prime vigne



Ducasse a L'Andana, abbiamo completato il quadro innalzando anche l'attrattiva del territorio e il livello della sua ristorazione e accoglienza. E ancora oggi con Alberto Quadrio in Franciacorta e Enrico Bartolini in Toscana diamo continuità a questo modello di accoglienza di cui siamo stati pionieri. Quindi, per rispondere alla sua domanda, tutti e tre i settori mi corrispondono perché fanno parte della mia storia di imprenditore, sono i capitoli di uno stesso libro e insieme completano uno stesso disegno».

Quale visione imprenditoriale sta dietro il successo del Gruppo Terra Moretti?
«L'impresa è come una grande famiglia. Funziona bene se è un progetto, se si sta bene insieme, ognuno con il proprio ruolo,

«Mi è sempre piaciuto fare le cose in grande e innovare. Quando lavoravo con mio padre a Milano, nei cantieri che stavano crescendo nel Dopoguerra, sentivo che avrei potuto fare diversamente, fare meglio e su scala più grande. Così ho iniziato il mio percorso in Franciacorta, la terra dei miei nonni e di mia moglie Mariella, mettendo insieme cemento armato, ingegneria e architettura, per dare vita a grandi edifici funzionali ma esteticamente innovativi, utili ma belli».

Vittorio Moretti. Un nome, un destino. Si ritrova nella descrizione che Vittorio Feltri fa nel libro a lei dedicato?

«Mi ritrovo perfettamente per il semplice fatto che Vittorio Feltri, per scriverlo, mi ha seguito in tutte le mie attività quotidiane facendo parte della mia giornata lavorativa. Insieme siamo stati sui cantieri in costruzione, nelle vigne e nei resort, persino negli appuntamenti. È come se avessimo lavorato fianco a fianco. Feltri era un amico che frequentava la cucina di casa apprezzando molto il coniglio che fa mia moglie Mariella, ed è stato durante questi incontri che gli è venuta la curiosità di capire meglio il mio mondo. Così è nato questo libro: da un'esperienza concreta che ha reso le sue pagine autentiche e appassionanti. Si tratta di una storia vera e le storie vere appassionano sempre».

Quali sono state le sue più grandi soddisfazioni, lavorative e personali?

«Vedere la realizzazione concreta di tanti sogni, e da qui prendere nuova energia per immaginare altri progetti e progredire. Le nostre aziende sono cresciute una accanto all'altra, a volte una dentro l'altra, ma sempre nel segno dell'identità territoriale. Ed è proprio questo disegno di grande armonia

che si compone davanti ai tuoi occhi che ti stimola a migliorare, ad eccellere in ogni campo ripartendo di nuovo con nuove idee e con nuove visioni. A livello personale, sono soddisfatto che tutte e tre le mie figlie siano entrate in azienda mettendo al servizio del gruppo talenti e passione. Oggi sono tutte e tre vicepresidenti della holding di famiglia, oltre a portare il loro specifico contributo in alcune aree di attività: Francesca come enologa, Valentina come architetta e Carmen come anima dei Resort».

Tra i prossimi progetti quale ha la priorità?

«Consolidare le nostre realtà, dare loro linfa e sostegno per crescere ed essere competitivi nel mondo, dare ancora più valore ai territori in cui operiamo con una visione internazionale, dinamica e al passo con i tempi». •Cristiana Golfarelli

L'IMPRESA È COME UNA GRANDE FAMIGLIA

Funziona bene se è un progetto, se si sta bene insieme, ognuno con il proprio ruolo, complementare a quello degli altri, ma soprattutto se si condividono gli stessi valori

sulla collina Bellavista ha preso vita il settore vitivinicolo: pensavo di fare un po' di vino da condividere con gli amici e mi sono trovato tra le mani un gioiello di azienda che ha orientato la crescita e lo sviluppo delle altre cinque cantine. Quanto ai resort, fanno anch'essi parte di un disegno, di un progetto: non puoi fare un vino eccellente e riconosciuto a livello internazionale se non puoi accogliere e ospitare con lo stesso livello di cura e ricercatezza. Né in Franciacorta né in Toscana c'era un resort cinque stelle e così, prima con Gualtiero Marchesi a L'Albereta e poi con Alain

complementare a quello degli altri, ma soprattutto se si condividono gli stessi valori. Il nostro gruppo si configura come una famiglia di imprese che, pur operando in settori diversi, hanno la stessa visione, fondata su valori semplici ma essenziali: il legame con il territorio, l'intraprendenza che ci porta ad essere pionieri di nuove strade, la concretezza e l'ambizione di guardare sempre oltre e di fare un passo avanti rispetto ai risultati conseguiti».

Quali sono stati i fattori che l'hanno ispirato inizialmente nel suo percorso di successo?



Vittorio Moretti,
presidente Holding Terra Moretti

Una miscela vincente

Caffè Borbone ha registrato nel primo semestre di quest'anno una crescita a doppia cifra, confermandosi leader nel segmento del monoporzionato in Italia e prima marca per volumi di vendita, con risultati positivi anche all'estero.

A commentare questi traguardi interviene Marco Schiavon

Il 2024 è stato un anno complesso, caratterizzato da forte instabilità delle materie prime e da un aumento senza precedenti dei costi. «Nonostante questo contesto, Caffè Borbone - precisa l'amministratore delegato Marco Schiavon - ha conseguito risultati molto positivi, chiudendo l'anno con ricavi pari a 334,5 milioni di euro, in crescita dell'11,4 per cento sull'anno precedente». L'azienda, nata nel 1997, è diventata uno dei principali produttori di caffè monoporzionato in Italia.

Come si sta delineando il 2025 per Caffè Borbone?

«Il 2025 si sta delineando come un anno di grandi sfide, anche più significative rispetto al 2024. In questo scenario ancora segnato dagli elevati costi del caffè verde e dalla volatilità dei mercati internazionali, Caffè Borbone ha registrato nel primo semestre una crescita a doppia cifra, confermandosi leader nel segmento del monoporzionato in Italia e prima marca per volumi di vendita, con risultati positivi anche all'estero. Questi traguardi ci permettono di guardare a una chiusura dell'anno sicuramente positiva».

Il mercato del caffè sta diventando molto volatile e caro: quali altri ostacoli vede all'orizzonte?

«Oltre alla fluttuazione dei prezzi e all'aumento dei costi delle materie prime, pesano sul settore anche l'instabilità geopolitica, che influisce sulla logistica e sulle catene di approvvigionamento, l'incremento dei costi energetici e le nuove normative europee, come ad esempio l'EUDR. Sono sfide complesse, ma rappresentano anche opportunità di crescita: spingono le aziende a innovare, a rendere i processi più efficienti e a investire in soluzioni sostenibili, rafforzando così la competitività nel lungo periodo».

Qual è il vostro mercato di riferimento?

«Il nostro principale mercato di riferimento è l'Italia e, parallelamente, stiamo registrando una crescita significativa all'estero, con performance particolarmente positive in Europa e Nord America, mercati in cui la cultura del caffè espresso sta guadagnando sempre più terreno. A livello di canali, quelli digitali rappresentano un'ulteriore leva di crescita: grazie al nostro e-commerce diretto, ad Amazon e a piattaforme specializzate, raggiungiamo consumatori sempre più attenti, alla ricerca di convenienza, rapidità e di un'ampia gamma di prodotti tra cui scegliere».

C'è differenza, a livello nazionale, tra il consumo di cialde e capsule?

«In Italia, le cialde continuano a rappresentare una quota significativa del consumo domestico, grazie al loro rapporto qualità-prezzo, al gusto unico del caffè espresso e alla compatibilità ambientale, poichè smaltibili nell'umido. Le capsule, invece, hanno registrato una crescita costante negli ultimi anni, sostenuta da un'offerta sempre più ampia di sistemi e mac-



CONSUMATORI PIÙ CONSAPEVOLI E SELETTIVI

Per le aziende questo comporta una responsabilità crescente, ossia quella di fornire informazioni chiare, dettagliate e affidabili su ogni aspetto del prodotto

chine che rispondono alle esigenze di chi cerca praticità e varietà. Caffè Borbone sta investendo in questa direzione, ampliando costantemente l'offerta per i diversi sistemi».

Quali sono le vostre previsioni riguardo alle future tendenze di consumo nel settore del caffè porzionato?

«L'andamento dei prezzi ha avuto un impatto significativo sul mercato, spingendo i consumatori a ricercare soluzioni che garantissero convenienza senza rinunciare alla qualità. In quest'ottica, abbiamo ampliato la nostra offerta con prodotti compatibili con diversi sistemi e con grandi formati pensati anche per formule di acquisto continuativo, come gli abbonamenti online, che rispondono alle nuove abitudini di consumo. Allo stesso tempo, i consumatori sono diventati più consapevoli e selettivi: non valutano solo il prodotto finale, ma anche l'intero percorso che lo accompagna, dalle materie prime ai processi produttivi. Questa sensibilità non riguarda soltanto i più giovani o i nuovi consumatori, ma si sta diffondendo in maniera trasversale, coinvolgendo anche chi in passato era meno attento a questi aspetti. Per le aziende questo comporta una responsabilità crescente, ossia quella di fornire informazioni chiare, dettagliate e affidabili su ogni aspetto

del prodotto. La trasparenza è dunque un elemento imprescindibile».

Come affrontate le recenti normative europee in tema di sostenibilità?

«Le nuove normative, come l'EUDR, spingono le aziende a rivedere i propri processi e a intraprendere un percorso di miglioramento continuo, guidato da obiettivi di sostenibilità chiari. Per noi non si tratta soltanto di rispettare la compliance normativa, ma di adottare una visione di lungo periodo fondata su responsabilità e consapevolezza condivise. Uno dei nostri obiettivi, è quello di raggiungere il 50 per cento di acquisti di caffè sostenibili entro il 2025 e l'80 per cento entro il 2026. In ottemperanza alla EU Deforestation Regulation (EUDR), verrà implementato, inoltre, un processo di tracciamento e formalizzata una strategia di Due Diligence sistematica. La nostra adesione al Global Compact delle Nazioni Unite e alla Science Based Targets initiative, inoltre, testimonia il nostro impegno concreto nel ridurre le emissioni di CO2 e nel contribuire al raggiungimento degli obiettivi globali sul clima. Infine, sempre per andare incontro alle normative europee, lavoriamo costantemente anche sulle innovazioni di prodotto e sul packaging».

Quali sono i segreti della vostra cialda

compostabile?

«La nostra cialda compostabile è ancora oggi un unicum per la sua capacità di coniugare funzionalità quotidiana, qualità del caffè e rispetto dell'ambiente. È composta da materiali che consentono lo smaltimento nell'organico, mentre il suo incarto è riciclabile nella raccolta della carta. Ogni cialda è confezionata singolarmente: una scelta che preserva intatto l'aroma dell'espresso e la freschezza della miscela. In ogni tazza, il consumatore trova non solo il sapore autentico dell'espresso, ma anche la certezza di compiere una scelta responsabile per l'ambiente». •Cristiana Golfarelli



Marco Schiavon,
amministratore delegato Caffè Borbone



È PIÙ, FRESCHI E BUONI PER NATURA

Una qualità che inizia in campagna, con la raccolta diretta quotidiana del latte appena munto in un territorio limitato, esclusivamente da allevatori selezionati. È così che inizia il processo che porterà alla realizzazione dei prodotti a marchio èPiù, di Padania Alimenti Srl, azienda con più di settant'anni di storia. Giunto in azienda, il latte viene lavorato entro poche ore con una pastorizzazione "gentile", che permette di ottenere un latte dalle migliori caratteristiche organolettiche e nutrizionali. Infine, consegniamo tempestivamente e capillarmente per garantire il massimo della freschezza.

Ma c'è di più. Il nostro spirito innovativo ci ha portato all'implementazione della microfiltrazione, che consente la produzione e il confezionamento di un latte con le stesse caratteristiche organolettiche e nutrizionali del latte fresco, ma con shelf life pari a oltre 18 giorni. Oggi, Padania Alimenti è il primo produttore per volumi di latte microfiltrato a livello nazionale, oltre che leader per produzione di panna fresca e latte fresco.

La raccolta diretta di latte da aziende agricole del nostro territorio, spesso a conduzione familiare, è conseguenza di una stretta collaborazione che ci consente di controllare con assoluta certezza la provenienza della materia prima e le pratiche operative dell'allevatore, oltre a sviluppare prodotti da filiere certificate. Una garanzia di assoluta e indiscutibile qualità.



Padania Alimenti Srl
via Fermi, 79 s/s Castelnuovese – 26041 – Casalmaggiore (Cr)
Tel. 0375 28 431 - Fax 0375 2843 235
www.padania.it - info@padania.it



La versatilità di un marchio storico

Un'esperienza del riposo personalizzata e sostenibile è un aspetto sempre più ricercato dalla clientela di hotellerie e crociere. Riccardo Tura, amministratore delegato Dorelan, presenta in anteprima la nuova collezione

driver di sviluppo di Dorelan, storico marchio del bedding con sede a Forlì, non contemplano solo il retail, ma anche i settori alberghiero e navale. «Questi segmenti rappresentano il 20 per cento del nostro fatturato; su un fatturato di 120 milioni di euro stiamo parlando di una voce rilevante di business», spiega Riccardo Tura, amministratore delegato - insieme al fratello Luca - del gruppo B&T che produce materassi e sistemi-letto con oltre 200 punti vendita in Italia e oltre 2000 rivenditori nel mondo. «Dorelan è fornitore di 15mila strutture ricettive, tra cui alberghi di lusso di brand internazionali, boutique hotel e resort, nonché delle più prestigiose compagnie navali: Costa Crociere, Msc, Esplora, Royal Caribbean. Il nostro portafoglio clienti inizia a essere considerevole».

In occasione delle due fiere più importanti per il comparto ospitalità, Sia Guest e HostMilano, presenterete il vostro nuovo concept "Il futuro del Riposo". Quali saranno le parole chiave?

«Sì, presenteremo in anteprima la nuova collezione, frutto di quasi un anno di lavoro, a cui teniamo particolarmente e che sarà lanciata a gennaio 2026. Una collezione che valorizza ulteriormente quello che è il nostro know how: l'approccio sartoriale, la versatilità, la capacità di interpretare le esigenze della clientela. Configuriamo le camere e personalizziamo il comfort, soddisfacendo le richieste delle differenti tipologie ricettive che si rivolgono a noi. Il nuovo catalogo segna un cambio radicale, sia sul versante estetico che dell'esperienza di riposo. Nuovi tessuti e nuovi concept di design caratterizzano il sistema letto, mentre per quanto riguarda lo studio del comfort abbiamo realizzato materassi e guanciali che spingono sul lato sostenibile. La ricerca riguarda anche tessuti e imbottiture, prodotti da materiale riciclato. Abbiamo rivoluzionato la gamma del segmento medio-alto con una serie di innovazioni tecnologiche».

L'innovazione è da sempre un valore aggiunto nei vostri prodotti.

«Dorelan ha nel corso degli anni sviluppato internamente soluzioni proprietarie come il Twin System, sistema a molle indipendenti basato su spirali concentriche che garantiscono un sostegno ottimale al corpo, o le tecnologie Myform: materiali innovativi che garantiscono ergonomia, comfort, traspirabilità e adattabilità al corpo. La combinazione e la declinazione di queste differenti tecnologie permette di offrire una personalizzazione molto elevata di comfort e di riposo».

Quali sono i bisogni emergenti che vi richiede il settore dell'ospitalità?

«La sensazione è che gli ospiti siano sempre più esigenti; da qui un'attenzione molto



TRA LE AZIENDE PIÙ VIRTUOSE

«Il nostro impegno è poi fortemente proiettato alla responsabilità sociale, alla sicurezza sul lavoro e al benessere dei nostri collaboratori. Abbiamo intrapreso questa strada da anni e proseguiamo con iniziative a favore dei nostri lavoratori»

più spinta sul "Sistema di Riposo" da parte degli imprenditori del settore rispetto al passato. Non basta più disporre di camere comode, ma offrire un'esperienza di riposo che rispecchi e superi quella domestica grazie a una gamma di prodotti, dai topper alla carta guanciali, fino ad accessori che consentano all'ospite di sentirsi completamente a suo agio. Gli albergatori sono, inoltre, più consapevoli dell'importanza della sostenibilità, riducendo l'impiego della plastica e ricorrendo a prodotti e materiali certificati, come i nostri, per rispondere a questa richiesta. Fondamentale è poi la personalizzazione: ogni hotel ha la sua identità, il suo Dna e il suo target di cliente da accontentare».

Come si concretizza l'impegno di Dorelan sul fronte sostenibilità?

«È un processo lento, ma costante. Da anni abbiamo dotato il nostro stabilimento di Forlì di 40mila mq di un impianto fotovoltaico che, due anni fa, abbiamo ampliato. Siamo quasi del tutto indipendenti sotto il

profilo energetico, utilizzando l'energia rinnovabile prodotta. Come detto, usiamo materie prime certificate, lavorando con i nostri test su riciclabilità e durabilità delle soluzioni letto. Da tre anni, Dorelan redige il Bilancio di Sostenibilità; nel 2024 abbiamo introdotto il metodo Life Cycle Assessment (LCA) e quest'anno abbiamo ottenuto la medaglia Silver assegnata da EcoVadis, che ci riconosce tra le aziende più virtuose in termini di sostenibilità, etica e governance. Il nostro impegno è poi fortemente proiettato alla responsabilità sociale, alla sicurezza sul lavoro e al benessere dei nostri collaboratori. Abbiamo intrapreso questa strada da anni e proseguiamo con iniziative a favore dei nostri lavoratori. Non operiamo in un grande centro urbano; per noi è importante, per restare competitivi, mantenere e consolidare il capitale umano».

Quali sono gli obiettivi per il futuro di Dorelan Hotel?

«Ampliare la base della clientela e il fattu-

rato. Con la nuova collezione, puntiamo con un focus maggiore all'alto di gamma della ricettività. Abbiamo poi allacciato nuovi contatti con altre compagnie crocieristiche per allargare ulteriormente il raggio d'azione. È un segmento in fermento, non solo in Italia ma a livello internazionale, e occorre cavalcarlo. L'obiettivo è offrire prodotti sempre più performanti e in linea con le esigenze della clientela. Crescere come o più del settore retail è un'opportunità concreta, siamo fiduciosi che esistano le condizioni per farlo». •Cristiana Golfarelli



Riccardo Tura,
amministratore delegato Dorelan

Un approccio unico

Il percorso strategico di Sacmi, lo garantisce il presidente Paolo Mongardi, poggia su basi robuste, con una piena condivisione dei principali driver mondiali, digitale e sostenibilità, che ha consentito di cogliere tutte le opportunità di crescita

Nonostante il rallentamento fisiologico del comparto ceramico, complici le tensioni internazionali e la crisi del mercato mondiale dell'edilizia Sacmi ha chiuso il 2024 con un fatturato consolidato di 1,728 miliardi di euro. Un esercizio caratterizzato da solidi fondamentali economico-finanziari, nonostante la complessità del contesto economico e geopolitico internazionale. Il patrimonio netto supera il miliardo di euro (1.055 milioni), mentre l'EBITDA si attesta a oltre 323 milioni di euro e l'EBIT a 236 milioni. L'utile netto supera i 200 milioni.

A cosa si devono i vostri brillanti risultati?

«Nel 2024 Sacmi ha celebrato i primi 105 anni di storia. L'innovazione continua, la crescita delle competenze, la logica di servizio al cliente, orientano da sempre l'azione di Sacmi nel mercato. La piena condivisione dei principali driver di sviluppo mondiali, digitale e sostenibilità, insieme al focus strategico sui nostri core business, hanno consentito di cogliere tutte le opportunità di crescita e di chiudere l'esercizio con un risultato solido, oltre le attese».

Come vi aspettate di chiudere il 2025?

«L'indebolimento dei fondamentali della globalizzazione ha ridisegnato l'economia mondiale. L'introduzione di dazi, il perdurare di conflitti e tensioni geopolitiche, sono fattori di instabilità che frenano i progetti di investimento dei nostri clienti. Tali dinamiche si sono evidenziate per tutto il 2024 e mantenute, se non aggravate, nei primi mesi di quest'anno, lasciando intendere tempi più lunghi per una reale ripresa dei mercati. Questo non modifica, anzi rafforza, la nostra strategia: sostenibilità, digitalizzazione, insieme ad un forte focus sugli aspetti di efficienza e produttività delle nostre macchine e impianti».

La frenata del mercato delle macchine della ceramica da cosa è determinata?

«Il 2024 segue a un triennio caratterizzato da importanti investimenti e forti dinamiche di acquisto che hanno generato nel business i risultati migliori di sempre. Questo ha determinato nel 2024 un eccesso di capacità produttiva che, insieme alle spinte protezionistiche e al rallentamento del mercato mondiale dell'edilizia, ha condizionato gli investimenti dei nostri clienti delineando una brusca frenata del mercato al termine di una fase di crescita senza precedenti. Inquadrato in una prospettiva di lungo termine il settore ceramico si conferma un mercato ciclico: soprattutto in questa fase occorre concentrarsi sui reali bisogni dei clienti e dei consumatori finali, parliamo di una richiesta di prodotti a sempre maggiore valore aggiunto e della spinta ad una maggiore scalabilità produttiva ed efficienza



CONTINUA+

È un sistema innovativo per realizzare piastrelle e lastre a basso impatto ecologico, ha superato il traguardo delle 200 linee vendute nel mondo e rappresenta oggi la soluzione di assoluto riferimento per produrre lastre ceramiche e sottoformati

degli impianti, per contenere i costi operativi».

Quali sono i principali impegni e obiettivi raggiunti sul fronte green?

«Sacmi è la prima azienda sul mercato a disporre di un'offerta completa in prospettiva della decarbonizzazione del settore ceramico. Parliamo di una nuova generazione di macchine termiche già pronte per lavorare con combustibili alternativi come l'elettrico e l'idrogeno da fonte rinnovabile, ma anche dei nuovi sistemi digitali per controllare ogni fase del processo e ridurre al minimo inefficienze e sprechi. Tutti questi elementi sono riassunti nel concetto di easy factory ceramica, una fabbrica digitale e iperproduttiva che rispetta l'ambiente e libera risorse da investire sul prodotto».

Come utilizzate l'intelligenza artificiale nel vostro settore?

«Si tratta di un fattore abilitante che consente di lavorare sulla migliore qualità del prodotto e, insieme, del processo produttivo. Parliamo in particolare dei nuovi sistemi di visione che proponiamo per ogni fase del processo ceramico. Si tratta di sistemi evoluti in grado non solo di automatizzare i controlli, riducendo la variabilità dovuta alle operazioni manuali, ma anche di "retroazionare" le macchine per mantenere sempre i parametri di processo a livelli ottimali. Proprio su tali sistemi si concentra il

più ampio e diversificato insieme di novità che Sacmi oggi propone al mercato, nella direzione della completa digitalizzazione della produzione ceramica».

L'alta qualità tecnologica delle forniture costituisce un carattere distintivo di Sacmi, che si conferma così quale primo partner tecnologico per l'industria ceramica. Quali sono i vostri prodotti più rappresentativi?

«L'approccio impiantistico ha rappresentato la chiave della leadership acquisita da Sacmi nel settore e ancora oggi rappresenta il principale elemento distintivo sul mercato. Abbiamo poi le singole tecnologie: ad esempio, Continua+, un sistema innovativo per realizzare piastrelle e lastre a basso impatto ecologico, ha superato il traguardo delle 200 linee vendute nel mondo e rappresenta oggi la soluzione di assoluto riferimento per produrre lastre ceramiche e sottoformati. La principale novità, oggi, è rappresentata dall'opportunità di sincronizzare le diverse fasi, come la formatura, finitura e decorazione digitale, con risultati estetici straordinari e l'opportunità per i nostri clienti di completare l'offerta sui segmenti a più alto valore aggiunto».

In occasione della fiera Cersaie, con Sacmi Ceramic Innovation Week quali novità avete presentato?

«Protagonista è stato il prodotto: nuovi

materiali, superfici e formati ma, anche, inedite opportunità di funzionalizzazione che ridefiniscono gli usi della ceramica, aprendo nuove opportunità a progettisti, architetti e designer, imprese e consumatori finali. Per questo proponiamo una formula consolidata, ossia l'opportunità per i clienti, in contemporanea con la fiera, di visitare alcuni luoghi simbolo dell'innovazione Sacmi, il Laboratorio Ceramico di Imola, i sistemi di finitura controllo digitale di BMR, azienda specializzata nel fine linea, e Italvision, azienda specializzata nei sistemi di visione e intelligenza artificiale, passando per la nuova generazione di macchine termiche di Sacmi Forni & Filter. Quella che vogliamo rinnovare è in particolare l'unicità dell'approccio Sacmi dal punto di vista della capacità di affiancare il cliente a tutto tondo nello sviluppo di nuovi progetti, partendo dal know-how sui materiali e con una costante attenzione ai trend del mercato».

•Cristiana Golfarelli



Paolo Mongardi, presidente Sacmi

Un'evoluzione graduale e consapevole

Nel settore siderurgico siciliano, la storia di Basicem non è solo un patrimonio da custodire, ma punto di forza e chiave per accogliere il cambiamento e proiettarsi verso il successo. L'approccio industriale di Giuseppe Basile

La storia imprenditoriale di Giuseppe Basile è innanzitutto una storia di famiglia. Figlio di Angelo Basile, imprenditore edile di Aci Sant'Antonio, Giuseppe ha trasformato un'attività artigianale nata nel secondo Dopoguerra in un gruppo industriale solido, diversificato e proiettato verso l'innovazione. Oggi Basicem è un fornitore strategico di materiali da costruzioni per opere pubbliche e private. L'azienda vanta un'esperienza consolidata in importanti commesse pubbliche, tra cui la fornitura per il porto, la metropolitana e l'interporto di Catania, l'autostrada Olbia-Sassari e i nuovi uffici della ex Ilva di Taranto. Attualmente il gruppo impiega circa 190 dipendenti.

Accogliere il cambiamento è importante, ma non significa mettere da parte la tradizione: in che modo avete affrontato con successo questa sfida senza rinnegare la vostra storia?

«Accogliere il cambiamento senza rinnegare la propria tradizione è una sfida fondamentale nel percorso di ogni impresa, soprattutto quando, come nel nostro caso, alle spalle ci sono valori solidi, un'identità forte e un legame profondo con il territorio. Nel settore siderurgico siciliano, la nostra storia non è solo un patrimonio da custodire, ma è sempre stata un punto di forza e una chiave per il successo. Non abbiamo mai visto il cambiamento come una minaccia, ma come un'opportunità per valorizzare ancora di più il nostro patrimonio industriale. Siamo consapevoli che il mercato si muove rapidamente, cambiano i prodotti, le dinamiche commerciali, le esigenze dei clienti. Ciò che ci ha aiutato ad affrontare questa sfida con successo è stato rimanere costantemente vigili e ricettivi: osservare il contesto, confrontarsi quotidianamente con il territorio, ascoltare i segnali di mercato sia a livello nazionale che internazionale, e da lì individuare le direzioni e gli agenti giusti del cambiamento capaci di guidarci verso l'innovazione. Abbiamo puntato su un'evoluzione graduale e consapevole: investendo in tecnologie più efficienti e sostenibili, formando e valorizzando il personale interno invece di sostituirlo, e mantenendo vive le competenze storiche che ci distinguono nel settore. Oggi siamo un ponte tra tradizione e futuro: radicati nella nostra storia, ma con lo sguardo rivolto a una siderurgia moderna, responsabile e duratura».

Qual è l'andamento del vostro settore?

«Il settore siderurgico ed edile registrano risultati positivi nei primi mesi del 2025, con la stabilizzazione del mercato e previsioni favorevoli. Allo stesso tempo stiamo osser-



SOLUZIONI RAPIDE E PERSONALIZZATE

I clienti ci scelgono perché oltre alla qualità, garantiamo tempi di risposta e di fornitura molto rapidi, con un servizio flessibile, costruito su misura per ogni esigenza

vando segnali di crescita anche in altri ambiti in cui operiamo, come il turismo e l'agricoltura in Sicilia. Questo ci consente di guardare al futuro con ottimismo».

Su cosa si basa il vostro metodo di lavorazione di acciaio per l'edilizia?

«Si basa su processi precisi e controllati per garantire qualità e sicurezza. Per il tondino da calcestruzzo, utilizziamo tecniche di piegatura e taglio su misura, rispettando le normative vigenti. Per le travi in acciaio, adottiamo lavorazioni che assicurano resistenza strutturale e durata nel tempo, con un'attenzione particolare all'efficienza e alla personalizzazione in base alle esigenze del progetto».

A che cosa è rappresentato il vostro core business?

«Il nostro core business si sviluppa principalmente nei settori della siderurgia e dell'edilizia, ambiti in cui operiamo da anni con competenza, affidabilità e una forte specializzazione tecnica. A questi si affianca una presenza significativa nel settore vitivinicolo, che consideriamo strategico per il nostro sviluppo sostenibile e per la valorizzazione del territorio. Negli ultimi anni, abbiamo inoltre ampliato le nostre attività al settore turistico-alberghiero, investendo in strutture ricettive e servizi dedicati all'accoglienza, con l'obiettivo di promuovere un'offerta integrata e di qualità. Questa diversificazione ci consente di affrontare con maggiore solidità le sfide del mercato e di contribuire in modo concreto alla crescita economica delle aree in

cui operiamo».

Che cosa vi differenzia dai vostri competitor?

«Ci differenziamo per la qualità dei materiali e per l'impiego di tecniche di trasformazione all'avanguardia, costantemente aggiornate. Siamo attenti all'evoluzione normativa, in particolare sui temi ambientali, di qualità e sostenibilità, che cerchiamo non solo di rispettare, ma di anticipare, integrandoli nei nostri processi. A questo si unisce la nostra capacità di offrire soluzioni rapide e personalizzate: i clienti ci scelgono perché oltre alla qualità, garantiamo tempi di risposta e di fornitura molto rapidi, con un servizio flessibile e personalizzato, costruito su misura per ogni esigenza».

Quali sono i vostri progetti per il futuro?

«Puntiamo alla commercializzazione di un acciaio sempre più sostenibile, nel massimo rispetto dell'ambiente e delle persone. Un obiettivo che passa attraverso l'innovazione dei processi, l'efficienza energetica e una gestione responsabile delle risorse in tutta l'azienda. In questo percorso, mettiamo a frutto anche la nostra esperienza nel settore agricolo, che ci ha insegnato il valore della cura per la terra, dei cicli naturali e dell'equilibrio tra produttività e rispetto dell'ambiente. Sono gli stessi principi che oggi guidano il nostro approccio industriale: crediamo in un modello produttivo capace di rigenerare, rispettare e valorizzare le risorse, proprio come avviene in un'agricoltura sostenibile. Per questo investiamo in tecnologie all'avanguardia, con l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale, aumentare il riciclo dei materiali e promuovere una cultura aziendale fondata sulla sostenibilità, sulla sicurezza e sul benessere delle persone e delle comunità in cui operiamo». • **Cristiana Golfarelli**



Giuseppe Basile, amministratore unico di Basicem

Nel solco della tradizione familiare

Imprenditrice di grande visione, Laura Ruggiero, è stata recentemente nominata cavaliere del Lavoro, sottolineando un percorso che continua nel solco di principi per lei irrinunciabili: imprenditorialità, coraggio, etica, responsabilità sociale e rispetto

Radicate nei luoghi in cui nascono, spesso da generazioni, le imprese familiari rappresentano una delle forze più dinamiche e resilienti del tessuto economico italiano, come si riflette nella FAVER: un'azienda che ha saputo valorizzare anche il territorio, un esempio classico di impresa familiare italiana, dove valori, competenze e un instancabile spirito di sacrificio si tramandano, adattandosi e innovando nel tempo stesso. Nata alla fine degli anni 70 per volontà di **Ciro Antonio Ruggiero**, FAVER opera nel settore delle costruzioni idrauliche, impiantistiche, elettromeccaniche, dell'energia e nelle costruzioni metalliche, e ha saputo creare un forte legame con il territorio della Puglia e la sua storia.

Negli ultimi quarant'anni Faver ha contribuito alla realizzazione di alcune fra le più importanti opere d'ingegneria idraulica del Mezzogiorno. Quanto pesa oggi, nel vostro approccio strategico, il legame con la storia ed il territorio della Puglia?

«La Puglia è stata e rimane il nostro punto di riferimento insieme alle regioni del Mezzogiorno in cui operiamo: lavorare qui è per noi motivo di grande orgoglio. Negli ultimi decenni la realizzazione di grandi opere infrastrutturali quali adduttori idrici, elementi di dighe, centrali idroelettriche proprio in questi territori, ha rappresentato per noi il cambiamento, la rivincita di un settore imprenditoriale che ha alzato la testa per mettersi in gioco con responsabilità e senso di appartenenza, capace di contribuire a quella crescita del nostro territorio da sempre evocata. Pur rimanendo legati alle storie e alla cultura delle aree in cui viviamo, il nostro approccio strategico risulta aperto a nuove esperienze senza distinzione territoriale».

Quali sono le peculiarità identitarie e i valori che hanno permesso alla FAVER di trasformarsi da azienda familiare punto di riferimento per opere di ingegneria idraulica?

«Non basta la passione per guardare avanti e competere in un mercato che si trasforma e propone modelli competitivi sempre più avanzati. Posizionamenti di mercato e obiettivi raggiunti non assicurano la continuità aziendale, consapevolezza che ha dato la spinta alla svolta naturale. Un passaggio culturale e strutturale che ci ha consentito di continuare nel nostro progetto imprenditoriale senza mai rinunciare a quei valori imprescindibili che rappresentano il valore stesso della nostra azienda. Oggi, siamo



PUNTARE SUI GIOVANI E SULLE DONNE

Per accrescere lo spirito imprenditoriale, creativo e innovativo, elementi che fanno la differenza in un contesto economico che si trasforma e ti pone sfide sempre nuove e impegnative

una Spa con architettura manageriale, in grado di rispondere alle più impegnative sfide economiche».

In un contesto globale in cui la competizione è sempre più intensa, quali sono gli elementi che rendono il vostro prodotto davvero distintivo?

«L'esperienza di 45 anni di attività nel settore d'interesse, la passione mai venuta meno, le specializzazioni e la formazione continua, un sistema di gestione certificato e, non ultimo, la credibilità acquisita. Tutti elementi che, insieme a una squadra coesa, flessibile e attenta alle esigenze del cliente, forniscono approccio competente e risposta competitiva».

Un valore fondamentale per l'azienda è la centralità dell'uomo e della famiglia, come si riflette anche nella gestione e nel modello di sviluppo aziendale?

«Altro elemento distintivo della FAVER è proprio l'attenzione alle persone, inteso come approccio collaborativo e mai divisivo. Offriamo un percorso formativo capace di elevare sia le competenze sia le capacità relazionali del singolo. Una piattaforma di welfare aziendale capace di soddisfare i bisogni individuali, processi certificativi aziendali (Sa 8000 - certifica-

zione etica e Uni/PdR 125:2022 - parità di genere) stabiliscono regole comportamentali e flessibilità in relazione ai bisogni di conciliazione fra vita privata e lavoro nonché equità retributiva. Un modello aperto dove tutti possono concorrere al miglioramento collettivo».

Quali sono i progetti futuri della Faver?

«Grazie alle competenze acquisite, alle nuove specializzazioni e ad un'organizzazione che risponde alla dimensione e complessità aziendale, guardiamo a nuove opportunità di ampliamento in tutti gli ambiti di interesse. Puntiamo sui giovani e sulle donne per accrescere lo spirito imprenditoriale, creativo e innovativo, elementi che fanno la differenza in un contesto economico che si trasforma e ti pone sfide sempre nuove e impegnative. In queste prospettive di crescita non possiamo e non dobbiamo ignorare i conflitti e le mutevoli condizioni geopolitiche in atto che impongono prudenza. Alla luce dell'imprevedibilità su larga scala e dei potenziali rischi, progettiamo il nostro futuro consci che la crescita non può arrestarsi e guardiamo a nuove competizioni con la dovuta attenzione e responsabilità: il migliore antidoto a crisi

inaspettate».

Di recente è stata insignita della nomina di cavaliere del lavoro: soddisfatta di questo ulteriore riconoscimento?

«Sono molto soddisfatta perché si aggiunge un altro tassello ad un percorso lavorativo e professionale lungo e articolato, che ha segnato la mia vita con momenti impegnativi e grandi soddisfazioni. Un percorso che continua nel solco di quei principi irrinunciabili: imprenditorialità, coraggio, Etica, responsabilità sociale e rispetto, a me tanto cari».

• **Cristiana Golfarelli**



Laura Ruggiero, presidente FAVER, presidente del Consiglio di Reggenza della Banca d'Italia della sede di Bari e vicepresidente Ance Bari BAT

Eccellenza made in Italy

Luca Versari, ceo di Pilates Factory, racconta come un'impresa nata dalla passione sia oggi un punto di riferimento nella produzione di macchinari e attrezzi per una disciplina in rapida espansione che coniuga attività fisica e benessere

Tenersi in attività è uno dei modi migliori per rimanere giovani e il pilates, disciplina nata Oltreoceano, riesce a coniugare facilità di movimento a risultati di benessere riconosciuti, essendo così alla portata di tutti.

Circa dieci anni fa, Pilates Factory ha intercettato un trend in forte crescita, trasformandolo in un'avventura imprenditoriale di successo. L'azienda romana oggi produce l'intera gamma di macchinari per il pilates – una decina di attrezzi – con al centro il Reformer, vero cuore della disciplina. «Lo realizziamo in due versioni – spiega Luca Versari: una più tradizionale, destinata agli studi di pilates, e una pensata per il mondo fitness, distribuita in Italia grazie alla recente partnership con JHT Italia».

La storia comincia nel 2015, quando Francesca Scagliola, socia e moglie di Versari, insegnante di pilates da più di 15 anni, acquistò un reformer da un produttore estero. «Mi chiese se fossi in grado di realizzarne uno simile – racconta – e da lì nacquero i primi prototipi per il suo studio. Grazie alla sua esperienza abbiamo sem-



UNA ATTREZZO UNICO

Pilates Factory è il produttore dell'unico reformer che esiste in commercio riponibile in verticale ma realizzato in legno



plificato e migliorato diversi meccanismi rispetto agli altri prodotti presenti in commercio».

Il passo successivo fu la collaborazione con la Federazione Italiana Fitness, scuola di formazione che ha creduto da subito nel nostro progetto, trasformando i suoi docenti in veri ambasciatori del marchio, favorendo la diffusione degli attrezzi in

Luca Versari di Pilates Factory

tutta Italia. Da Rimini Wellness a FIBO di Colonia, la vetrina internazionale del settore, Pilates Factory ha saputo crescere anno dopo anno. Se all'inizio la produzione era in parte esternalizzata, oggi l'azienda vanta cinque reparti interni – falegnameria, carpenteria metallica, sartoria, tappezzeria, assemblaggio e imballaggio – e un team di quindici operai. Il 95 per cento della trasformazione, dalla materia prima al prodotto finito, avviene direttamente nello stabilimento di Roma. «Questo ci permette un controllo totale sulla qualità e tempi rapidissimi di intervento in caso di modifiche o personalizzazioni richieste dai clienti», sottolinea Versari. La firma artigianale resta il marchio di fabbrica: ogni cucitura, ogni legatura racconta la mano di chi l'ha realizzata. Non a caso, nel mondo sono pochissime le aziende di questo settore capaci di internalizzare tutte le lavorazioni, e Pilates Factory è tra queste. Un esempio unico è il Reformer in legno riponibile in verticale, che coniuga praticità, dinamicità, stabilità con un'estetica calda ed elegante, in contrasto con i modelli in alluminio più diffusi ma meno robusti. Oggi Pilates Factory non è solo un laboratorio artigiano ma un'impresa che dialoga con il mercato globale, senza rinunciare alle sue radici. Collabora con importanti franchising come Your Personal Trainer e PilActive, offrendo anche assistenza diretta in tutta Italia. Un equilibrio tra innovazione e tradizione che rende Pilates Factory non solo un produttore di macchinari, ma un interprete del cambiamento in atto nel mondo del fitness.

Le prospettive sono rosee: il pilates continua a crescere a livello mondiale, trainato da una nuova idea di fitness legata alla longevità e al benessere. «L'Italia segue le orme degli Stati Uniti, dove il pilates è diffuso da oltre trent'anni, ma la disciplina è ormai radicata anche in Brasile, Cina e Corea – conclude Versari –. È un metodo che non punta alla performance estrema, bensì alla salute: protegge la colonna, preserva le articolazioni e accompagna le persone in ogni fase della vita».

• EB



SENTIRSI BENE NON HA PREZZO

«Poter investire nella propria salute – aggiunge Versari – è un elemento importante per le persone di qualsiasi ceto ed età, sempre più disposte a dedicare una fetta del proprio stipendio a discipline che le facciano sentire meglio senza sforzarsi eccessivamente. Il pilates fa stare bene, fa passare dolori come quelli alla cervicale o alla schiena, facendo sentire meglio fisicamente chi lo pratica. Le stime da qui al 2030 per la crescita del mondo del fitness sono molto positive per il pilates: nell'ultimo anno questa disciplina ha incrementato il volume di affari di circa il 20 per cento, mentre da qui al 2030 si stima un aumento degli studi e delle sale di pilates di circa il 70 per cento, quindi il trend è di una crescita davvero molto elevata».

Creatività e convivialità

Sulle tavole interpretate dal linguaggio creativo di Bitossi, gli oggetti diventano «strumenti narrativi che invitano a esprimere la propria personalità» spiega Ginevra Bocini Bitossi. Con la porcellana a conferire eleganza e rigore

Trasformare la tavola in uno spazio libero e creativo, unendo artigianato di qualità, design raffinato e storytelling. Da questa visione chiara si è sviluppato il percorso di Bitossi Home, marchio identitario della manifattura italiana riuscito in pochi anni ad affermarsi come maison di punta anche nel settore del tableware. Prestando la massima cura nella scelta di artigiani e di aziende partner eccellenti e aprendo la strada a collezioni capaci di parlare di creatività e convivialità di matrice toscana a un pubblico internazionale. «La filosofia de La Tavola Scomposta ad esempio- spiega la direttrice artistica Ginevra Bocini Bitossi- è stata la nostra risposta a schemi rigidi che avevano a lungo caratterizzato la tavola. Un invito a mescolare forme e colori in piena libertà, dando vita a tavole sempre diverse e personali».

Le vostre porcellane sono l'espressione di un sapere radicato nella tradizione, ma costantemente rivolto all'innovazione. In quali prodotti questo sofisticato dosaggio emerge in modo più forte e armonico?

«Consideriamo la porcellana una tela bianca, da reinterpretare attraverso segni sempre diversi. L'innovazione sta nel dialogo con artisti e designer provenienti da mondi differenti, che interpretano questo materiale con il proprio linguaggio. I piatti sono forse l'esempio più evidente: la base rimane tradizionale, ma il disegno diventa un campo di sperimentazione continua. Lo stesso accade nei bicchieri e nel tessile. Innovare, per noi, significa anche immaginare usi diversi da quelli canonici: una coppa champagne può diventare coppetta per un gelato, per contenere della frutta o per un cocktail speciale, aprendo la strada a nuove ritualità».

Ogni creazione che compone le vostre collezioni è il frutto di una meticolosa ricerca sui trend del settore e sui nuovi linguaggi stilistici. Come curate questa fase del lavoro?

«La ricerca è al centro del nostro lavoro. Osserviamo i linguaggi della moda, dell'arte, del design e del cibo, traducendoli in oggetti che rispondono a desideri contemporanei. Ogni collezione nasce dall'incontro con designer, illustratori e artigiani capaci di portare visioni nuove e



stimolanti. A questa apertura si unisce lo studio costante di materiali e tecniche: crediamo infatti che l'innovazione estetica debba sempre poggiare su basi solide. È così che i nostri oggetti vanno oltre la semplice funzione, diventando strumenti narrativi che invitano a esprimere la propria personalità intorno alla tavola».

Negli ultimi anni, nel settore del tableware, si sta riscoprendo il formal dining. Come contribuiscono le produzioni in ceramica (e quali) a valorizzarlo e come lo stile scomposto di Bitossi Home ne incontra il crescente interesse?

«La filosofia de La Tavola Scomposta non esclude la possibilità di diventare "composta". Si tratta di un esercizio di stile: la libertà di accostare forme, materiali e colori consente di interpretare la tavola

secondo il proprio gusto, fino a incontrare anche i codici più formali del dining. La varietà delle nostre collezioni permette di creare mise en place che rispettano eleganza e rigore, senza rinunciare a quella nota di creatività e colore che ci contraddistingue. Così Bitossi Home risponde al crescente interesse per il formal dining, offrendo una tavola che può essere più classica o più libera, ma sempre espressiva e personale».

Il concetto di famiglia, di cui lei incarna la quarta generazione, è sempre saldamente ancorato al dna aziendale. Come si conserva e come continuerà a evolvere nel linguaggio creativo di Bitossi?

«Bitossi Home nasce nel 2007 come parte del più ampio universo Bitossi, realtà che affonda le proprie radici in una lunga tradizione familiare legata alla ceramica. È importante distinguere: la storicità e le generazioni appartengono a Bitossi Ceramiche, fondata nel 1921, mentre Bitossi Home è l'espressione più recente e contemporanea di questa eredità. Nel nostro linguaggio creativo il valore della famiglia si traduce in accoglienza, senso di comunità e condivisione: ogni oggetto è

pensato per favorire legami e momenti conviviali, per esprimere la gioia di stare insieme attraverso la convergenza di forme, stili e texture. Il futuro sarà guidato dalla stessa curiosità e apertura che ci hanno portato fin qui. Mantenendo vivo lo spirito originario e con uno sguardo sempre rivolto al nuovo».

• **Gaetano Gemiti**



Ginevra Bocini Bitossi, art director di Bitossi Home e Bitossi Ceramiche

INNOVARE

Significa immaginare usi diversi da quelli canonici: una coppa champagne può diventare coppetta per un gelato, per contenere della frutta o per un cocktail speciale, aprendo la strada a nuove ritualità



D.151.4 Armchair
Gio Ponti



**An Italian
Design Story**

Molteni & C

Macchine perfette da oltre settant'anni

Con Paolo Galletti, amministratore unico di Officine Meccaniche Galletti, alla scoperta del planetario Galletti, mescolatore con caratteristiche di miscelazione del tutto innovative, diventato marchio di fabbrica di un'officina che da piccola azienda familiare è andata alla conquista del mondo

Una storia aziendale che parte da lontano, che ha saputo fare delle competenze e dell'esperienza un bagaglio non solo tecnologico ma anche familiare. «La nostra società nasce nel 1947, immediato dopoguerra, per opera dei fratelli David e Bruno Galletti, mio padre e mio zio, come officina per la riparazione e la conversione di mezzi bellici a fini civili – racconta Paolo Galletti, amministratore unico di Officine Meccaniche Galletti -. Nel tempo si specializzarono nella produzione di roto-presse per la fabbricazione di tubi in calcestruzzo a elevata resistenza. Per garantire tale efficienza, hanno sviluppato una macchina che alimentasse le tubiere con una miscela di qualità, costante nel tempo e efficace a trattare anche grandi volumi. In particolare, svilupparono un prodotto capace di trattare un calcestruzzo asciutto che permettesse una rapida essiccazione per consentire la sformatura a freddo dei tubi».

Tale mescolatore ad asse verticale è di tipo planetario in quanto combina, con rapporti unici, un moto di rotazione intorno all'asse della macchina e un moto di rivoluzione intorno a un asse secondario. Dal 1958, questo prodotto ha guadagnato sempre più quote di mercato fino a essere riconosciuto, in alcune aree del mondo, come il "mescolatore Galletti" per la sua esclusiva forma costruttiva riconoscibile dal gruppo moto-riduttore interamente progettato e fabbricato all'interno e per le soluzioni tecniche che ne hanno decretato il successo rispetto ai prodotti della concorrenza. «Sono entrato in azienda appena diciottenne – continua Paolo Galletti - assumendo un ruolo fondamentale per il prosieguo dell'attività, spingendo ad abbandonare lo sviluppo di macchine sempre nuove e in ambiti più diversi per focalizzare lo sviluppo di quella che sembrava, già al tempo, un'apparecchiatura indispensabile per il futuro delle infrastrutture



I NUMERI

OMG Group conta circa 240 dipendenti e un fatturato di oltre 40 milioni di euro, cui si sommano però gli oltre 400 dipendenti della consociata cinese e un fatturato di pertinenza di ulteriori 25 milioni di euro

in Italia e nel mondo: il mescolatore a regime forzato. È grazie a questa tenacia che abbiamo condotto la ditta nella trasformazione in industria, con la denominazione di Officine Meccaniche Galletti nel 1972».

Un lavoro di famiglia che conserva quest'impronta ancora oggi. «Oltre a me, fanno parte della seconda generazione anche Annarita, Luisa e Carlo Galletti, soci e dirigenti di OMG, e mia moglie, Lorena Bazzari, anche lei da cinquant'anni con ruolo di responsabile del-

l'area amministrativa. Da diverso tempo, in linea con un coinvolgimento graduale e costante di tutta la famiglia, è iniziato anche un rinnovamento dei vertici aziendali, con l'inserimento della terza generazione: dal 2005, prima Luca, mio figlio – che dal 2019 è direttore generale e persona cui è in carico la gestione delle filiali estere e dei rapporti con i vari soci esterni – poi a seguire Elena, Francesca, Lucia, Elisabetta, Federica e Umberto. Inserimenti non casuali, tutti a dimostrare come una famiglia unita e attiva possa essere molto utile al continuo sviluppo delle imprese del gruppo: infatti, con ruoli e in ambiti diversi, ognuno ha le proprie responsabilità e la propria indipendenza nella gestione della propria area».

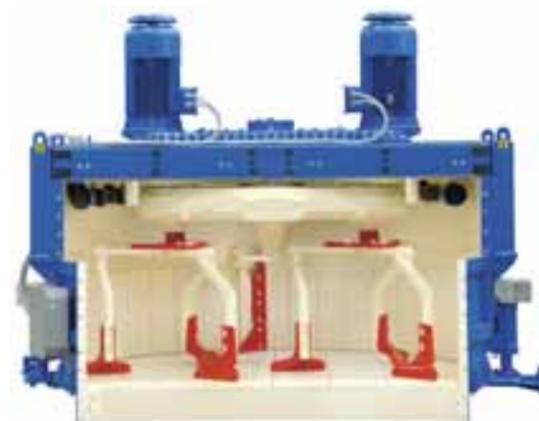
Una solida struttura votata anche all'espansione internazionale: è del 1992 la costituzione di SICOMA, società deputata alla commercializzazione dei prodotti e all'internazionalizzazione, con la quale poi inizierà anche il tour in Asia tra il 1993 e il 1997 che ha permesso a Officine Meccaniche Galletti di stabilire solidi rapporti commerciali, molti dei quali attivi ancora oggi, e di incontrare e conoscere approfonditamente quelli che poi sarebbero diventati dei partner insostituibili nell'avventura della Joint Venture in

Cina, concepita a cavallo tra il 1996 e 1997 e che ha visto la luce nel 2000 con l'inaugurazione del primo stabilimento nella Repubblica Popolare Cinese.

«A partire dagli anni 80, parallelamente alla clientela, anche la produzione si è poi allargata inserendo a catalogo, dietro suggerimento degli stessi clienti, soddisfatti della qualità e robustezza dei planetari, anche mescolatori diversi, quali il modello turbina per far fronte alle richieste di alcuni mercati allora emergenti, fino al mescolatore a doppio asse orizzontale, utilizzato per la produzione di calcestruzzo preconfezionato per le grandi opere civili. Tutti i prodotti sono corredati da una vasta gamma di accessori e possono essere forniti con sistemi per il trasporto e la lavorazione del calcestruzzo, quali dosatori per additivi, fibre metalliche e in polipropilene, ossidi e polistirene. I campi applicativi vanno dal piccolo produttore di manufatti ai cantieri per le grandi opere civili. La produzione include inoltre alcuni prodotti speciali per applicazioni in miniere, vetrerie, fonderie, in ambienti a rischio e in sistemi mobili quali vagoni ferroviari o container». Trattando quasi esclusivamente mescolatori per calcestruzzo e materiali affini, in un mercato di nicchia, l'elevata specializzazione ha premiato la scelta fatta oltre cinquant'anni fa dal giovanissimo Paolo di concentrare l'attenzione e lo sviluppo su quella macchina, il mescolatore a regime forzato. «Oggi, nel 2025, la nostra società e il gruppo sono pronti per il completamento del passaggio generazionale e il rinnovamento della governance, per costruire il futuro delle attività in seno a quello che è un esempio di global family business. Quello che è diventato l'OMG Group conta circa 240 dipendenti e un fatturato di oltre 40 milioni di euro, cui si sommano però gli oltre 400 dipendenti della consociata cinese e un fatturato di pertinenza di ulteriori 25 milioni di euro».

• **Elena Bonaccorso**

Una panoramica della produzione di Officine Meccaniche Galletti



INTERNAZIONALIZZAZIONE DI SUCCESSO

«Il processo di internazionalizzazione ha portato la nostra azienda a dotarsi, oltre a quella centrale di Ponte Valleceppi (Pg), di sedi per l'assistenza e la ricambistica in Spagna nel 1988, in Francia e Usa nel 2005, in Marocco nel 2016 e per la produzione e commercializzazione nel Sud-Est asiatico in Cina nel 1999-2000 e in India nel 2008. Dal 18 novembre 2000 i mescolatori destinati al mercato della Repubblica Popolare Cinese vengono prodotti in moderni stabilimenti in Zhuhai, nella provincia di Guandong, e sono commercializzati con il marchio SICOMA. L'azienda SICOMA Zhuhai Co. Ltd. si è accreditata presso i maggiori impiantisti locali e gli enti governativi grazie a forniture di prodotti affidabili e sempre aggiornati, raggiungendo una quota di mercato prossima al 50 per cento nel mercato, un riconoscimento diffuso di marchio di qualità e, soprattutto, di società leader nel campo delle costruzioni in Cina».

Inclusione e formazione

Elisa Di Gennaro, alla guida di SIA, presenta il progetto Road to Italy® attraverso il quale supporta aziende e candidati nell'inserimento lavorativo, promuovendo opportunità in Italia e all'estero

La contraddistingue la capacità di unire esperienza, innovazione e apertura internazionale, offrendo non solo formazione e inserimento, ma anche strumenti concreti per l'integrazione culturale e sociale, a beneficio delle aziende italiane e dei lavoratori provenienti dall'estero: questa è SIA, società attiva sul territorio italiano nei servizi a supporto della gestione integrata delle risorse umane.

«Ci occupiamo di formazione professionale, inserimento lavorativo, consulenza alle imprese, mirando a sviluppare percorsi formativi di qualità per dare una risposta alle esigenze di crescita di persone e imprese – spiega il legale rappresentante Elisa Di Gennaro - Siamo organismo di formazione certificato ai sensi della Iso 9001:2000 settore Ea 37 e per la parità di genere, accreditato in Regione e presso i fondi interprofessionali».

SIA ha come focus il progetto Road to Italy®. Di cosa si tratta?

«Il modello di sviluppo Road to Italy®, registrato nel 2024, caratterizza il triennio 2024-2026 di SIA e combina formazione e inserimento. Attraverso questo progetto supportiamo aziende e candidati nell'inserimento lavorativo, promuovendo opportunità in Italia e all'estero. All'interno di questo modello abbiamo introdotto la figura del



MEDIAZIONE E INTEGRAZIONE CULTURALE

Road to Italy® è un vettore di connessione tra figure professionali che si trovano in Italia (rifugiati, migranti) e all'estero (Europa, Paesi terzi) e le aziende in Italia, che esprimono un concreto fabbisogno professionale

Che scopo ha l'Accademia dei Mestieri Internazionale?

«Attraverso il modello Road to Italy® intendiamo creare stabilmente l'Accademia dei Mestieri Internazionale, che ha lo scopo di ricercare, selezionare e formare figure professionali specializzate (che si trovano in Paesi esteri) in risposta al fabbisogno professionale di aziende che si trovano in Italia o all'estero. Attraverso questa Accademia ci proponiamo di selezionare, formare e accompagnare professionisti come saldatori, tecnici e ingegneri verso aziende italiane con reale fabbisogno di competenze. Utilizziamo strumenti come Fondimpresa, Decreto Cutro e i Programmi di Sviluppo Lavoro Italia e Regioni. L'Accademia Internazionale dei Mestieri avrà sede a Dubai, anche grazie alla presenza dei nostri partner che operano nel Golfo.

L'iniziativa è strategica perché mira a facilitare l'inserimento di personale qualificato sia verso aziende che operano in Italia sia verso aziende italiane e non, che operano con sedi all'estero. Attraverso la collaborazione tra i diversi partner, il progetto punta a creare un ponte tra il contesto italiano e le opportunità offerte dai mercati del Golfo, rafforzando il modello Road to Italy®».

Quali sono le procedure e gli strumenti ad oggi attivi per supportare le aziende nella formazione finalizzata all'inserimento lavorativo di candidati in Italia e all'estero?

«Il modello Road to Italy® si avvale in Italia di strumenti di finanziamento per la formazione come Fondimpresa o avvisi di Sviluppo Lavoro Italia. Gli avvisi in particolare sono Avviso Politiche Attive 2/2025 e Formazione Paesi Terzi 4/2024/2026».

Per poter individuare risorse specializzate all'estero e creare l'Accademia Internazionale dei Mestieri, SIA ha stabilito degli accordi di partenariato, in via di ratificazione: quali sono?

«Accordo Naimix: azienda di selezione che

opera in 80 paesi, con sede in Kazakistan +Uzbekistan.

Accordo BMCO: azienda di selezione che opera nel Medio Oriente, Emirati, Egitto per fornire personale specializzato nel settore ingegneria civile/costruzioni per gruppi importanti.

Accordo Eurogulf: azienda di consulenza con sede a Dubai, attiva in Medio Oriente e nel Golfo Arabico dal 2006. Opera quotidianamente in tutto il Medio Oriente nel supportare aziende e organizzazioni italiane, sia nell'avvio di attività commerciali che nell'apertura di attività commerciali locali.

Accordo Ethical Workforce Consulting: partner in Arabia Saudita per la consulenza e supporto nell'analisi aziendale.

Accordo Società Dante Alighieri: società, con le sue 74 sedi nel mondo, che promuove la lingua e la cultura italiane nel mondo dal 1889. Con la Dante Alighieri, SIA ha un accordo quadro per l'insegnamento della lingua italiana all'estero, con il rilascio della certificazione Plida, riconosciuta a livello internazionale e valida per rilascio nulla osta e permessi di ingresso per stranieri».

Sul piano normativo quale opportunità avete colto?

«Grazie al Decreto Cutro, possiamo affiancare il decreto flussi e aiutare le aziende italiane a selezionare candidati stranieri, formarli in lingua italiana, presentando i progetti al Ministero tramite la piattaforma Pif e, attraverso l'ambasciata, ottenere un nulla osta che consente l'inserimento lavorativo in Italia con un permesso di soggiorno in circa un anno. Questo percorso può essere sostenuto sia tramite i Fondi interprofessionali sia direttamente con le imprese. Dal 2023 abbiamo già accompagnato circa 1500 persone, tra stranieri e rifugiati, verso opportunità lavorative in Italia». • GA



Governance aziendale SIA

Manager dell'inclusione lavorativa, con il compito specifico di mediazione e integrazione culturale nel tessuto sociale italiano. Nello specifico, Road to Italy® è un vettore di connessione tra figure professionali che si trovano in Italia (rifugiati, migranti) e all'estero (Europa, Paesi Terzi) e le aziende in Italia, che esprimono un concreto fabbisogno professionale (per esempio tecnici specializzati, informatici, settore ristorazione, automotive, meccanica, impiantistica). Il modello ha visto solo nel triennio 2022-2024, la selezione e la formazione linguistica e professionale di oltre 1500 rifugiati in tutto il territorio italiano».

IL MANAGER DELL'INCLUSIONE LAVORATIVA

Figura cardine e innovativa del modello Road to Italy® è il Manager dell'inclusione lavorativa.

Nel panorama attuale, con una crescente eterogeneità culturale, dinamiche migratorie complesse e continue trasformazioni nelle esigenze occupazionali, emerge l'esigenza di una figura in grado di integrare competenze trasversali legate alla selezione del personale alla consulenza orientativa e mediazione interculturale. È un profilo innovativo che risponde in maniera efficace alle sfide dell'inclusione lavorativa e della gestione della diversità nei contesti organizzativi pubblici e privati. Svolge le seguenti attività: analisi aziendale, con lo scopo di identificazione del fabbisogno professionale necessario e valutazione delle specificità culturali dei mercati target. Ricerca e selezione di criteri e processi equi per individuare candidati qualificati; promozione dell'inclusione con implementazione di politiche di diversity, equity & inclusion; orientamento specialistico attraverso lo sviluppo di bilanci di competenze individuali e supporto con mediatori culturali per garantire un processo fluido e conforme alle normative.

Leadership e cambiamento

Dal 2004 il World Business Forum Milano aggiorna sui temi di management più rilevanti. Gestire la leadership nell'incertezza attuale è la sfida proposta dall'edizione 2025, organizzata da WOBI Italy. L'analisi della managing director Ana Mazzeo

È già scattato il conto alla rovescia per il World Business Forum 2025, inserito da Forbes tra i primi cinque Leadership Summit dell'anno da non perdere. L'evento, in programma all'Allianz MiCo Milano l'11 e il 12 novembre, è organizzato da WOBI Italy, che ne ha fatto un tassello di una strategia più ampia, come spiega la managing director Ana Mazzeo.

WOBI Membership rappresenta un'evoluzione del vostro business model. Quali sono oggi le principali richieste ed esigenze espresse dalla business community sul piano della formazione e delle competenze, in un periodo storico di grandi trasformazioni tecnologiche?

«Oggi le richieste di formazione della business community si concentrano su cinque ambiti. Il primo riguarda upskilling e reskilling, indispensabili per contrastare l'obsolescenza delle competenze causata dall'automazione e dall'intelligenza artificiale. Il secondo è lo sviluppo delle competenze digitali e tecnologiche in aree come cloud, cybersecurity e data analysis. Un terzo ambito, sempre più strategico, riguarda le soft skill e l'intelligenza emotiva, qualità che permettono di affrontare con efficacia i contesti ibridi e multiculturali. C'è poi la crescente domanda di percorsi personalizzati e modelli ibridi di apprendimento. Infine, le imprese chiedono con forza competenze legate a sostenibilità, etica e inclusione. Proprio per rispondere a queste esigenze l'anno scorso abbiamo introdotto la WOBI Membership, una formula che permette ai manager di aggiornarsi e ispirarsi durante tutto l'anno: include il pass per il World Business Forum e l'accesso continuativo ai migliori contenuti manageriali globali, oltre a una community esclusiva di top executive e a moltissime novità che siamo già pronti a lanciare per il 2026».

Dal suo osservatorio, quali sono le sfide che a livello internazionale i leader, i top manager, i vertici delle aziende e i talent devono affrontare, penso alla gestione dell'Intelligenza artificiale?

«La gestione dell'Intelligenza artificiale è oggi una delle sfide più complesse per i leader: non significa solo adottare nuove tecnologie, ma ripensare i modelli organizzativi e le competenze. Serve una governance etica che assicuri trasparenza e responsabilità, insieme a un cambiamento culturale fondato su fiducia e inclusione. Cresce la domanda di profili ibridi, capaci di unire competenze digitali, pensiero critico e intelligenza emotiva. L'la ridefinisce anche la leadership, che deve orientarsi sempre più alla valorizzazione delle persone, alla sostenibilità e alla costruzione di modelli resilienti: la vera leva competitiva resta la capacità di apprendere e anticipare



IL WORLD BUSINESS FORUM 2025

L'edizione di quest'anno sarà dedicata a come i leader possono guidare la propria azienda con efficacia anche in contesti incerti e imprevedibili, come il mondo in cui viviamo

il cambiamento».

Il tema chiave del World Business Forum 2025 è "Leading through the unexpected". Come sarà questa nuova edizione e quali nomi sono già confermati?

«L'edizione di quest'anno sarà dedicata a come i leader possono guidare la propria azienda con efficacia anche in contesti incerti e imprevedibili, come il mondo in cui viviamo. Le principali sfide geopolitiche per le imprese nel 2025 richiedono strategie sempre più inclusive. Anche quest'anno tra gli speaker siamo davvero orgogliosi di elencare figure di spicco del business internazionale. La nostra line-up, a oggi finalmente completa, annovera Adam Grant, Brenè Brown, Peter Diamandis, Amal Clooney, Gary Hamel, Federica Pellegrini, Nouriel Roubini, Mary C. Murphy, Alondra de la Parra e, come new entry, Richard Gerber. Il nostro obiettivo è offrire ai partecipanti idee immediatamente applicabili nella loro vita personale e

professionale».

Cosa rappresenta l'Italia nella strategia di WOBI?

«L'Italia occupa un ruolo centrale nella strategia di WOBI, con l'edizione milanese del World Business Forum che, alla sua 22esima edizione, è oggi ufficialmente la più partecipata a livello globale, insieme a quella newyorkese, con oltre 3.000 partecipanti. Siamo orgogliosi di essere presenti in un ambiente, ed un mercato, come quello italiano, dove ogni anno i nostri Wobi Member ci dimostrano con rinnovato vigore la loro voglia di crescere e rimanere aggiornati sui principali trend globali».

Su cosa resta da lavorare per incrementare la managerialità femminile in Italia?

«Restano sfide importanti sul fronte culturale e organizzativo. È fondamentale promuovere percorsi di carriera chiari, mentoring strutturati e politiche aziendali inclusive che favoriscano la conciliazione tra vita professionale e privata, ad esempio attraverso asili nido aziendali o maggiore

flessibilità durante il primo anno di maternità. Occorre valorizzare i modelli di leadership femminile e creare reti di supporto che permettano alle donne di accedere a ruoli di vertice senza ostacoli strutturali o stereotipi. Anche la formazione continua gioca un ruolo cruciale, permettendo alle professioniste di aggiornare le competenze e sviluppare soft skill indispensabili per gestire contesti complessi e dinamici; ed è in questo aspetto che, come WOBI, speriamo di poter fare la differenza».

•Francesca Druidi



Ana Mazzeo, managing director WOBI Italy



DAL 1815 AIUTIAMO A SPEDIRE LE MERCI VERSO OGNI DESTINAZIONE

DHL GLOBAL FORWARDING ITALY

Quando il successo dipende dal commercio globale, sappiamo quanto è importante che le merci arrivino puntuali a destino. Ecco perché DHL Global Forwarding promette di offrire sempre consegne affidabili, flessibili ed efficienti da e verso ogni Paese del mondo, in totale conformità con le normative locali.

Excellence. Simply delivered.
dhl.com
infodgf.it@dhl.com





FEDERITALY

Federazione d'impresе per la tutela e la promozione del Made in Italy



FEDERITALY LA FEDERAZIONE A DIFESA DEL VERO MADE IN ITALY

Federitaly è la prima federazione che unisce rappresentanza sindacale e soluzioni innovative nata per proteggere il made in Italy e garantire alle imprese italiane strumenti concreti per crescere, esportare e innovare.

Le attività di Federitaly per la tutela e la valorizzazione delle micro e piccole imprese:

Dialogo e collaborazione con tutti gli enti e le istituzioni nazionali e internazionali per concretizzare azioni di tutela e promozione del made in Italy e del tessuto imprenditoriale italiano

Promozione della cultura d'impresa italiana e dei valori del made in Italy, come l'artigianalità, la qualità, la creatività e l'innovazione

Tutela delle aziende italiane dalla concorrenza sleale e dalla contraffazione
Servizi a supporto delle aziende italiane che vogliono internazionalizzare il proprio business

Se sei un'azienda italiana che vuole crescere e competere sui mercati globali, unisciti a Federitaly

www.federitalyweb.it