

# Forbes

*small* **giants**

IL MAGAZINE DELLE PMI E DELLE STARTUP

**ESCLUSIVO**  
**IL PARADISO**  
**SALENTINO**  
**DI BRUNO VESPA**

DA SINISTRA  
FRANCESCO FERRAGINA,  
VINCENZO FERRAGINA  
E FABRIZIO BENCINI,  
SOCI FONDATORI DI KON GROUP

## **GREEN-NOVAZIONE**

*Il binomio tra tecnologia e sostenibilità è sempre più inscindibile  
Fondamentali gli advisor per sviluppare l'impresa in un ambiente sano  
Intelligenza artificiale e machine learning? Attenzione alle conseguenze*



I FEEL  
SLOVENIA

# SLOVENIA. SENTIRE LA NATURA A MODO MIO.

---

#ifeelsLOVEnia  
#myway

[www.slovenia.info](http://www.slovenia.info)





I FEEL  
SLOVENIA



GREEN  
& SAFE

RESPONSIBLE TRAVEL STANDARDS - SLOVENIAN TOURISM

RESPONSIBLE TRAVEL STANDARDS - SLOVENIAN TOURISM

**Scopri il meglio del cinema breve  
in streaming da tutto il mondo  
solo su**

** WeShort**



**Un mese gratis per te,  
scannerizza il QR CODE**



**weshort.com**



# Chi aiuta i piccoli giganti a diventarlo davvero

Innovazione e sostenibilità la ricetta di Kon per le piccole e medie imprese italiane  
Il segreto? Soluzioni su misura e un rapporto di condivisione con l'imprenditore

**S**i dice Kon e si pensa alla sostenibilità. La società di advisor finanziario con sedi a Firenze e Milano, fondata e guidata da tre leader amici fraterni come Francesco e Vincenzo Ferragina e Fabrizio Bencini, si è specializzata nelle operazioni straordinarie e strategiche a sostegno soprattutto delle piccole e medie aziende (in sostanza ha aiutato tanti Piccoli Giganti a diventarlo davvero). Lo ha fatto stabilendo con le aziende clienti un rapporto di familiarità e condivisione che la porta ad essere molto di più di un consulente, pur nel rispetto dei ruoli. Questo percorso, ormai più che ventennale, ha portato Kon e i suoi manager ad occuparsi di tante questioni ma a specializzarsi, oltre che nel business tradizionale, in quelli dell'innovazione e della sostenibilità. In particolare la sostenibilità è diventata un focus fondamentale anche grazie all'idea di istituire il Sustainability Awards, che tra oltre mille aziende vistate con i criteri di selezione assolutamente imparziali e indipendenti sulle attività sostenibili, censite assieme ad altri partner tecnici di altissimo livello, premia una serie di aziende particolarmente meritevoli suddivise in diverse categorie. Il Sustainability Awards quest'anno si svolgerà ancora a Milano l'11 ottobre e avrà proprio *Forbes* come media partner, come è stato sin dalla prima edizione (siamo arrivati alla terza).

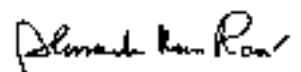
Nelle pagine di questo doppio numero di Small Giants agosto/settembre non trova spazio solo la sostenibilità ma, come di consueto, anche tante storie di aziende di successo. A cominciare da quella di E-ssence, primo servizio italiano di boat sharing elettrico (condivisione di barche a motore elettrico), destinato a trasformare le abitudini di chi vuole navigare nelle acque italiane. Poi Semplici Farma, startup che gestisce il riconfezionamento delle terapie dei pazienti in dosi personalizzate a seconda dell'orario di assunzione: un modo per ridurre gli sprechi di farmaci e per risparmiare sul personale infermieristico in ospedali e Rsa. La foto è dedicata all'agrivoltaico, una soluzione innovativa e sostenibile per produrre energia direttamente dalle nostre terre.

Il giornale prosegue articolandosi nella classica divisione in aree tematiche, tra Piccoli Giganti che fanno della digitalizzazione il loro motore (come Puntocyber, marchio di DuskRise che si occupa di rendere la sicurezza informatica accessibile a tutti, Pmi comprese), e altre che cercano di unire le tradizioni all'innovazione, senza perdere di vista le proprie origini (come Pistì, azienda siciliana che lavora il pistacchio e che sta cercando di farsi strada attraverso le potenzialità della

**Tante le storie di successo, tra aziende che fanno della tecnologia il loro motore e altre che rimangono ancorate alla tradizione. Il tour riparte con Lecce, a seguire Perugia, Mantova e Palermo**

comunicazione digitale).

Il numero di agosto/settembre è anche il numero di Lecce - e più in generale della Puglia - settima tappa annuale del roadshow di Forbes Small Giants in programma per i primi di settembre.







35



40



64

**“Abbiamo sempre avuto una certezza: le Pmi non possono essere trattate come multinazionali. L'elemento essenziale? La fiducia”**



26

Da sinistra Francesco Ferragina, Vincenzo Ferragina e Fabrizio Bencini, soci fondatori di Kon Group

**FOTO**

**12 Il binomio del futuro**

**INSIDER**

**14 In vino veritas**

Matia Venini

**LEADERSHIP**

**23 Movimentare le idee**

Matteo Marchetti

**COVER STORY**

**26 Crescere insieme**

Fulvio di Giuseppe

**35 Lo sharing del mare**

Fulvio di Giuseppe

**38 A ciascuno la sua pillola**

Matteo Rigamonti

**RICERCA**

**40 L'ultima parola sull'intelligenza artificiale**

Maurizio Abbati

**SERVIZI**

**47 Trasformarsi in meglio**

Maurizio Abbati

**50 La logistica a portata di click**

Andrea Salvadori

**INDUSTRY**

**52 La partita del manifatturiero**

Maurizio Abbati

**INCHIESTA**

**58 I distretti della tradizione**

Piera Anna Franini

**MODA E DESIGN**

**66 Il benessere sposa la tecnologia**

Maurizio Abbati

**70 L'arte del saper fare**

Raffaella Galamini

**TRASFORMAZIONE DIGITALE**

**72 Sicurezza informatica per tutti**

Matteo Marchetti





[www.hockerty.com](http://www.hockerty.com)



# Hockerty

Dove la realtà virtuale incontra  
la moda su misura





## **76 Le leve del cambiamento**

Roberto Pianta

### **AGRIFOOD**

## **78 Una dolce intuizione**

Fabiola Fiorentino

## **82 Esportare le proprie radici**

Raffaella Galamini

### **IMPRESA IN NUMERI**

## **84 Dopo la crisi c'è sempre una rinascita?**

Matteo Calzaretta

### **WOMEN FRIENDLY**

## **86 Cavalieri del lavoro in rosa**

Maurizio Abbati

### **CULTURA**

## **92 La città dal ventre di marmo**

Carola Desimio

## **96 La condivisione del bello**

Mirko Crocoli

### **STORIES**

## **98 Una finestra sul futuro**

Maurizio Abbati

## **102 Nuove esperienze d'acquisto**

Andrea Salvadori

### **IL ROADSHOW**

## **104 Piccoli giganti: il tour continua**

Agostino Desideri

### **STARTUP**

## **108 La Silicon Valley made in Puglia**

Andrea Salvadori

## **112 Il punto d'incontro tra conoscenza e persone**

Andrea Salvadori

### **RUBRICHE**

## **120 Investimenti ad alto rischio**

## **122 Uno strumento per la natura**

### **UFFICIO**

## **124 Produttivi e ordinati**

Valentina Lonati



### **LIBRI**

## **130 Letture d'impresa**





# NON COMPRARE UN'AUTO

NOLEGGIALA CON NOI



Assicurazione RCA,  
KASKO e conducente



Assicurazione  
furto e incendio



Manutenzione ordinaria  
e straordinaria



Soccorso  
stradale H24



Gestione  
sinistri



**RENTASTIC**  
[WWW.RENTASTIC.IT](http://WWW.RENTASTIC.IT)

## Senza transizione, non c'è lavoro



**I**l percorso di transizione energetica del nostro Paese sarà il fattore chiave per rendere le nostre imprese più competitive, arrivando a sbloccare oltre 1 milione di posti di lavoro. Questo quanto emerso dalla prima conferenza annuale di Confindustria Energia. “Credo che dopo i sacrifici che le imprese, gli artigiani, gli esercizi commerciali hanno fatto per restare in campo con i prezzi dell’energia e delle materie prime alle stelle, adesso si possa guardare con più fiducia al domani e programmare quella transizione senza la quale non c’è futuro, non c’è sviluppo, non c’è lavoro”, commenta Gilberto Pichetto Fratin, Ministro dell’ambiente e della

sicurezza energetica. Secondo Confindustria, il Piano Nazionale Integrato Energia e Clima, rappresenterà il volano del percorso di transizione energetica se vedrà affiancare alla massima spinta per la crescita delle rinnovabili il contributo di tutte le soluzioni low carbon, dai biocarburanti al biometano, ai processi circolari, all’idrogeno blue e green e alla Ccs (carbon capture and storage), con l’assicurazione di mantenere centrale il ruolo del gas per tutto il periodo di transizione. “Siamo davanti a un cambiamento epocale di paradigma e il Paese non può lanciarsi senza paracadute”, commenta Carlo Bonomi, presidente di Confindustria.

**Forbes**  
smallgiants

AGOSTO 2023 - NUMERO 9

Supplemento al volume 70, agosto 2023,  
di FORBES ITALIA registrazione presso il Tribunale  
di Milano al n°260 del 7 settembre 2017  
Copia non vendibile separatamente

**Editore**  
BFC Media spa - Via Melchiorre Gioia, 55 - 20144  
Milano

**Presidente**  
Denis Masetti

**Direttore responsabile**  
Alessandro Rossi

**Executive editor**  
Edoardo Prallini

**Contributor**  
Maurizio Abbati, Matteo Calzaretta, Mirko Crocoli,  
Agostino Desideri, Carola Desimio, Fulvio di Giuseppe,  
Fabiola Fiorentino, Piera Anna Franini, Raffaella  
Galamini, Valentina Lonati, Matteo Marchetti, Matteo  
Rigamonti, Andrea Salvadori, Matia Venini

**Progetto grafico e impaginazione**  
Psychodesign - Milano

**Direttore commerciale**  
Marco Bartolini - bartolini@bfcmedia.com

**Project manager**  
Francesco Meloni - meloni@bfcmedia.com

**Direttore marketing**  
Andrea Agostini - agostini@bfcmedia.com

**Direttore Forbes Live**  
Fabio Wilhelm Invidia - invidia@bfcmedia.com

**Video content officer**  
Valerio Gallorini - gallorini@bfcmedia.com

**STAMPA:** Rotolito S.p.A. - Via Sondrio, 3 - 20096  
Piolettolo (Milano)

**DISTRIBUZIONE ITALIA E ESTERO**  
Press - Di Distribuzione stampa e multimedia srl  
via Bianca di Savoia, 12 - 20122 Milano

### GESTIONE ABBONAMENTI

Direct Channel Spa - via Mondadori, 1  
20090 Segrate (Milano) - Tel. 02 49572012  
abbonamenti.bfc@pressdi.it  
Il costo di ciascun arretrato è di 8,00 euro  
Servizio Arretrati a cura di Press-di Distribuzione Stampa  
e Multimedia S.r.l. - 20090 Segrate (MI).  
Per le Edicole richieste tramite sito:  
<https://servizioarretrati.mondadori.it>  
Per Privati collezionisti richieste tramite email:  
collez@mondadori.it oppure tel.: 045.888.44.00 nei  
seguenti orari: lunedì-giovedì 9.00-12.15/13.45-17.00  
venerdì 9.00-12.15/13.45-16.00 costo chiamata in base  
al proprio operatore, oppure fax a numero: 045.888.43.78





# SCOPRI IL POTERE DELLA PREVENZIONE!

Visita [punto cyber.com](https://punto cyber.com)

Attiva la tua difesa dalle minacce cyber e proteggi ciò che ami di più:  
il tuo business, la tua famiglia e la tua privacy.

Una soluzione economica e scalabile, pensata per PMI, Professionisti  
e Privati che ti aiuta ad abbattere il rischio di attacchi e sanzioni.

**Non lasciare la tua sicurezza al caso.**

Su [punto cyber.com](https://punto cyber.com) potrai configurare il tuo servizio  
personalizzato e rafforzare le tue linee di difesa dagli hacker.







# IL BINOMIO DEL FUTURO

*In Francia e Germania è un sistema già ampiamente diffuso. Oggi, dopo studi approfonditi e nuove opportunità di finanziamento, si sta diffondendo anche in Italia. L'agrivoltaico è una via di mezzo tra agricoltura e rinnovabile. In poche parole, consiste nel produrre energia rinnovabile tramite pannelli solari senza sottrarre terreni produttivi all'agricoltura e all'allevamento, ma andando a integrare le due attività. Per capire le potenzialità di questo binomio, basti pensare che in Europa potrebbe generare fino a 25 volte l'attuale domanda elettrica del continente, mantenendo nei campi almeno un 80% del terreno coperto solo da colture. È la conclusione a cui è arrivato un nuovo studio danese condotto da Kamran Ali Khan Niazi, del dipartimento di Ingegneria meccanica della Università di Aarhus, e Marta Victoria, del centro di ricerca sulla co2 della Novo Nordisk Foundation. Anche il nostro ministero dell'Ambiente è d'accordo: a testimoniare il bonus agrivoltaico, promosso attraverso un decreto di maggio 2023. Consiste in un contributo a fondo perduto dei costi ammissibili e una tariffa incentivante corrispondente all'energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili e immessa in rete. Nel dettaglio, il bonus spettante può arrivare al 40% delle spese ammissibili. A tal proposito, il governo dispone di circa 1,1 miliardi di euro di risorse nell'ambito di quelle messe a disposizione dal Recovery Fund.*





# In vino veritas

*Bruno Vespa apre le porte della Masseria Li Reni, casa della sua produzione vitivinicola, a politici, imprenditori e scrittori*

di Matia Venini

**S**i dice che la politica non vada mai in vacanza. Ma quando lo fa, si potrebbe aggiungere, va in Puglia, precisamente a Manduria, in provincia di Taranto. Qui da due anni si tiene il Forum in Masseria, rassegna fulcro del dibattito politico ed economico italiano durante l'estate. Il padrone di casa, Bruno Vespa, apre le porte della sua Masseria Li Reni a esponenti politici, imprenditori e scrittori.

Ma non è per questo che nel 2015 il giornalista ha deciso di acquistare la tenuta. "Io sono appassionato di vino da cinquant'anni", racconta. E Manduria è patria di uno dei vini più famosi del territorio: il Primitivo. "Mai mi sarei aspettato, dodici anni fa, che alcuni amici mi proponessero di rilevare insieme a loro una storica masseria a Manduria, proprio quella dove nel 1881 nacque il Primitivo. Andai a vederla insieme a Riccardo Cotarella, presidente mondiale degli enologi e mio grandissimo amico. Capimmo che sarebbe stato necessario un grande investimento, presentammo anche un progetto. Ma su quattro acquirenti, in tre eravamo

## **LA QUARTA EDIZIONE DEL FORUM HA VISTO LA PRESENZA DELLA PREMIER GIORGIA MELONI, DI OTTO MINISTRI DEL SUO GOVERNO E DI GIUSEPPE CONTE IN RAPPRESENTANZA DELL'OPPOSIZIONE**

d'accordo, mentre la quarta si mise di traverso. Così le vendemmo le nostre quote. Ma io volevo restare nel territorio, quindi mi misi in cerca di un'altra masseria e trovai questa".

La costruzione della Masseria Li Reni risale alla seconda metà del 1500. Lungo la storia è passata di mano diverse volte: il primo proprietario la cedette alle suore benedettine; poi, dopo l'Unità d'Italia e l'espropriazione dei beni ecclesiastici, fu vinta all'asta dalla

famiglia Lacaita; dopo circa 30 anni fu venduta ai Selvaggi, che la tennero oltre un secolo prima di cederla a Vespa. "Questa masseria è diversa dalle altre", racconta il giornalista. "Di solito le masserie pugliesi sono molto più grandi, perché hanno il posto per i contadini e quello per gli animali. Questa invece ha un corpo centrale di soli 500 metri quadri. Poi intorno c'è una foresta di macchia mediterranea che le altre non hanno".

Nel corso degli anni la famiglia Vespa ha trasformato la masseria in una struttura ricettiva di lusso, costruendo attorno al corpo centrale altri sette edifici. "Abbiamo tredici suite, sei nella parte storica e sette fuori. Quasi tutte hanno la piscina privata e sono immerse nel verde. Poi c'è una piccola spa, una piccola palestra e un ristorante, curato dallo chef stellato Paolo Gramaglia. Senza dimenticare la nuova cantina, che sarà pienamente operativa già con la prossima vendemmia e si presterà a degustazioni e percorsi enogastronomici".

Masseria Li Reni è infatti anche la casa di Vespa Vignaioli, della cui produzione vitivinicola il giornalista è molto orgoglioso. "Facciamo solo 400mila bottiglie all'anno,





Bruno Vespa

che per la Puglia sono pochissime, ma puntiamo tanto sulla qualità”. La parola chiave del vino di Vespa è sperimentazione. “Insieme a Cotarella mi sono divertito a fare cose che non erano mai state fatte”, racconta il giornalista. “Una volta gli chiesi una qualità che fosse più internazionale del Primitivo e assolutamente irriconoscibile per gli esperti. Lui mi propose il Nero di Troia. Realizzammo così Helena, che fece il suo debutto a Buckingham Palace, a una festa organizzata da Carlo d’Inghilterra per la Royal Opera House”. O ancora, “Terregiunte è realizzato metà con le uve del Primitivo e metà con quelle dell’Amarone, una bestemmia per i puristi. Ma è un grande vino, che ha ricevuto anche il battesimo dei presidenti delle regioni Puglia e Veneto, Emiliano e Zaia, proprio perché rappresenta uno sposalizio tra questi due territori”. Donna Augusta è invece un omaggio alla moglie. “Lei, da sempre consumatrice di rossi, mi chiese un bianco che non le facesse rimpiangere il rosso. Cotarella fece un anno di esperimenti e alla fine diede vita a questo blend tra Verdeca, Fiano e Chardonnay. Appena uscito Bibenda lo ha classificato tra i dieci migliori vini italiani”.

Il vino del cuore di Vespa è però il Raccontami, un Primitivo il cui nome ricorda un programma radiofonico condotto insieme al figlio. “È il vino più noto della nostra produzione e viene bevuto in quattro continenti e ventisei paesi, sempre con la stessa piacevolezza. Da otto anni prende i tre bic-



Masseria Li Reni a Manduria. Sotto, Bruno Vespa intervista (da sinistra) Giorgia Meloni, Matteo Salvini e Giuseppe Conte







chieri del Gambero Rosso”.

Idea di portare esponenti della politica e dell'economia in masseria è arrivata solo nel 2021. “Volevamo valorizzare la tenuta e in generale questa parte di Puglia, quella che dà sullo Ionio, perché le località turistiche principali sono tutte sull'Adriatico”. La quarta edizione del Forum in Masseria ha visto la presenza della premier Giorgia Meloni, di otto ministri del suo governo e di Giuseppe Conte in rappresentanza dell'opposizione, oltre a personalità come il presidente di Confagricoltura Massimiliano Giansanti e il leader dell'Anci Antonio Denaro. Ma il forum non è stato l'unico evento ospitato in masseria. “Quest'anno abbiamo organizzato anche 'A cena con l'autore', una serie di incontri con alcuni scrittori durante i quali regaliamo a chi viene a cena una copia del libro e, tra un piatto e l'altro, facciamo una conversazione con l'autore. Abbiamo inaugurato con Ilaria Capua, poi sono venuti Matteo Renzi, Vittorio Sgarbi e Pier Ferdinando Casini”.

Forum in masseria tornerà anche nel 2024. “Dobbiamo ancora capire bene le date perché l'anno prossimo ci sarà il G7 qui in Puglia”, spiega Vespa. “Sicuramente dopo le elezioni europee del 9 giugno”. L'obiettivo per le prossime edizioni è quello di rendere la rassegna più internazionale. “Sarebbe utile perché ormai non si ragiona più in termini domestici, possiamo fare quello che vogliamo ma se non ci confrontiamo con gli altri non andiamo da nessuna parte”.





# PASCOL OFFRE CARNE DI BOVINO GENUINA E SOSTENIBILE



**SELEZIONANDO PICCOLE AZIENDE  
AGRICOLE ITALIANE**



**CHE ALLEVANO ANIMALI AL PASCOLO**



**PROMUOVENDO UN MODELLO DI  
AGRICOLTURA RIGENERATIVA**



*se sei una macelleria, un ristorante o  
un supermercato per informazioni:  
+39 331 4415275 - [ordini@pascol.it](mailto:ordini@pascol.it)*

Una struttura che viene dal futuro

## Il Prisma reinterpretata e modella gli spazi del nuovo hub del Gruppo Mars a Milano

**UN PROGETTO NASCE SEMPRE DA UN'IDEA** e un'idea prende sempre vita da una visione. Quella dello studio di architettura Il Prisma è rendere il futuro del vivere, apprendere e lavorare realmente umano, modellando spazi, materiali e interazioni nella maniera più sostenibile possibile. Questa idea si concretizza nel nuovo hub che Il Prisma ha realizzato per il Gruppo Mars a Milano. Negli spazi dedicati alle tre anime della società, Mars, Royal Canin e AniCura, lo studio ha realizzato degli uffici capaci di coniugare lavoro agile e bisogni dei dipendenti. One Mars Office, questo il nome della struttura, sorge a Symbiosis, il nuovo quartiere tecnologico di Milano vicino a Fondazione Prada.



**Gli uffici, dedicati a Mars, Royal Canin e AniCura, le tre anime della società, sorgono nel nuovo quartiere tecnologico di Milano vicino a Fondazione Prada**

## TEAM ITALIA MARINE ENTRA NEL GRUPPO ROLLS-ROYCE COSÌ HA INIZIO IL PIANO DI INTERNAZIONALIZZAZIONE



La collaborazione tra Team Italia Marine e Rolls-Royce si evolve. Dopo la partnership avviata nel 2019 per la realizzazione di sviluppi congiunti, ora l'azienda italiana specializzata nell'automazione navale entra ufficialmente a far parte della business unit Power Systems del gruppo Rolls-Royce. "Siamo fermamente convinti che per attuare un'espansione strutturata e mantenere l'alto

livello di continuità e crescita abbiamo bisogno al nostro fianco di un partner eccellente e di un esperto del settore nautico come Rolls-Royce Power Systems", ha commentato Massimo Minnella, managing director di Team Italia. "Siamo entusiasti perchè vediamo ottime prospettive per raccogliere insieme i benefici nel mercato globale degli yacht di lusso".



**EXPORT**

## Da Simest quattro miliardi per le Pmi italiane



Finanziare gli investimenti per la crescita estera delle piccole e medie imprese italiane. È questo l'obiettivo del Fondo

394, gestito da Simest in convenzione con il ministero degli Esteri. La nuova dotazione è di quattro miliardi di euro. Diverse le novità

rispetto agli anni precedenti, dal sostegno agli investimenti per la transizione ecologica fino al rafforzamento della solidità

patrimoniale delle imprese con vocazione internazionale. Sono previsti, si legge in un comunicato, "benefici per le imprese appartenenti alle filiere produttive votate all'export e per quelle impattate dai rincari dei costi energetici" e "condizioni dedicate per le aziende con interessi in aree strategiche per il Made in Italy e per quelle localizzate nei territori colpiti dalla recente alluvione in Emilia-Romagna". Le imprese possono presentare domanda sul portale Simest dei finanziamenti agevolati.

## STANZIATI QUATTRO MILIARDI

# Innovazione nella moda e nel design L'impegno di Regione Lombardia



**L**a Regione Lombardia ha stanziato due milioni di euro per l'innovazione e la trasformazione digitale delle piccole e medie imprese del mondo della moda e del design. L'erogazione dell'agevolazione avverrà in due fasi. La prima prevede un contributo pari al 50% delle spese ammissibili fino a un massimo di centomila euro per i beneficiari qualificati come acceleratori. Dopo la pubblicazione dei progetti ammessi al finanziamento, sarà approvato un bando attuativo il quale consentirà alle pmi di aderire al percorso di accelerazione più coerente per lo sviluppo della propria attività. Le imprese potranno quindi ricevere un contributo pari all'80% (e non superiore ai 25mila euro) delle spese per la partecipazione al percorso di accelerazione. Le risorse economiche dello stanziamento derivano dal programma Fesr 2021-2027 per la competitività delle imprese.

## ACQUISTI, SPEDIZIONI, FATTURAZIONI AMPLIFON SPINGE SUL DIGITAL

**Tesisquare**, provider di soluzioni tecnologiche per la Supply Chain, ha intrapreso una collaborazione con Amplifon allo scopo di sviluppare un programma di trasformazione digitale per alcuni processi di acquisto. La multinazionale italiana ha deciso di implementare un sistema di acquisti centralizzato e digitalizzato basato su una soluzione EDI – sviluppata con il supporto di Tesisquare – applicabile a 360 gradi ai fornitori di prodotti diretti, coprendo tutto il ciclo di procurement, dall'ordine alla parte relativa alle notifiche di spedizione, fino alla fatturazione e alle note di credito. Questo sistema consentirà lo scambio di oltre 5 milioni di documenti all'anno, oltre che la conservazione delle fatture dei diversi paesi.



**Il supporto tecnologico di Tesisquare consentirà alla multinazionale italiana lo scambio di oltre 5 milioni di documenti**

## INTESA E CASSA DEPOSITI PRESTITI INSIEME PER GLI SMALL GIANTS

**CASSA DEPOSITI E PRESTITI E INTESA SANPAOLO** hanno avviato una nuova iniziativa a sostegno delle pmi e delle mid-cap italiane. In base all'accordo, l'istituto bancario potrà erogare nuovi finanziamenti fino a 25 milioni di euro, per la durata di 18 anni, che i beneficiari dovranno impiegare per investimenti sul territorio nazionale, a spese per immobilizzazioni materiali e/o immateriali e a esigenze di capitale circolante. L'obiettivo della nuova sinergia è quello di favorire l'accesso al credito per le imprese di minori dimensioni e sostenerne così la crescita e la competitività.





# MAGNOLIE PARK

LUXURY APARTMENTS

Lusso sostenibile e panorami  
incantevoli a **Milazzo**: la tua residenza  
di prestigio affacciata sulle **Eolie**

**Costrand**  
I M M O B I L I A R E

Mail: [info@costrand.it](mailto:info@costrand.it)  
Tel: +39 391 3569632





# MOVIMENTARE LE IDEE

Leader del porto di Ancona, Fmg si occupa di logistica dal 1903 facilitando i traffici e offrendo sempre soluzioni all'avanguardia



di Matteo Marchetti

**L**a storia e l'innovazione unite in un'unica realtà. Da 120 anni Fmg, Frittelli Maritime Group, facilita il traffico di merci e persone e lo fa offrendo soluzioni sempre più innovative e all'avanguardia, perché per rimanere leader del settore è obbligatorio non fermarsi mai neanche quando i risultati sono eccellenti. I numeri danno l'idea di un gruppo in continua espansione: circa 100 milioni di fatturato consolidato, 650 dipendenti e una crescita di oltre il 20% rispetto al 2019 che permette di tornare velocemente ai livelli pre covid e allo stato attuale consente di movimentare, tramite società partecipate, il 70% dei containers che transitano nel porto di Ancona. Fmg è una realtà che diversifica: la logistica vede i magazzini estendersi su una superficie di 17mila metri quadri con depositi polifunzionali e tecnologicamente all'avanguardia; a questo si aggiunge Adria Ferries, che riveste il ruolo di leader di mercato nei collegamenti Italia - Albania con oltre quattro milioni di passeggeri e circa 160mila mezzi trasportati soltanto nell'ultimo triennio. Ne abbiamo parlato con Alberto Rossi, presidente di Frittelli Maritime Group.

**FORTE L'IMPEGNO IN OTTICA GREEN: IL GRUPPO È STATO TRA I PRIMI IN ITALIA A DOTARE LE NAVI DEI PIÙ MODERNI SCRUBBER, I SISTEMI PER ABBATTERE I FUMI. FA PARTE DI QUESTA REALTÀ ANCHE ADRIA FERRIES, PUNTO DI RIFERIMENTO NEL TRASPORTO MARITTIMO DA E PER L'ALBANIA: GRAZIE AL SUO NETWORK COLLEGA I MAGGIORI PORTI DELL'ADRIATICO**

**Quali sono le caratteristiche principali che consentono di ricoprire un ruolo di leader nel settore?**

Nel nostro campo la grande differenza la

fa la capacità di investire. Innoviamo in ogni area di business che ci vede protagonisti e questo ci consente di essere sempre un passo avanti. Oggi anticipare i tempi diventa fondamentale.

**Fmg ha una grande attenzione anche nel settore ambientale: la sostenibilità è uno dei vostri punti cardine.**

Assolutamente sì. In questi anni si parla di sostenibilità riferendosi principalmente all'aspetto ambientale, per noi invece è un concetto molto più ampio. Un esempio? Siamo stati i primi in Italia a dotare le nostre navi dei più moderni scrubber, sistemi di abbattimento dei fumi che funzionano con un principio analogo a quello delle marmitte catalitiche. Grazie a investimenti importanti come questo siamo riusciti ad abbattere di oltre cinque volte i limiti previsti dalla normativa attuale e anche la nuova sede Adria Ferries, dalle prestazioni elevatissime in termini di sostenibilità e risparmio energetico, è certificata Nzeb. La consapevolezza del valore dell'ambiente ci ha spinti a concludere con successo il percorso per la certificazione 14001, alla quale si aggiunge la nostra attenzione ai temi della sicurezza sui luoghi di lavoro e al codice etico come la 231, che testimonia la trasparenza e il fare impresa mantenendo però ben solidi dei valori per noi imprescindibili.



Rendering del progetto Eagle, che consiste nella riqualificazione di un'ex area industriale di 50mila metri quadri inutilizzata da 12 anni e attualmente in fase di bonifica



Alberto Rossi, fondatore, presidente e amministratore delegato di Fmg

**Fra le ultime novità anche la realizzazione del progetto Eagle, che vi vede protagonisti nella sistemazione di un'area industriale abbandonata.**

Anche questa iniziativa rientra in quanto ho appena detto. Abbiamo acquistato un'ex area industriale di circa 50mila metri quadri inutilizzata da oltre dodici anni che attualmente è in fase di recupero e bonifica in vista di una riqualificazione e riconversione in ottica green. Una volta pronta, realizzeremo dei moderni magazzini con impianto fotovoltaico da circa due MW, che consentirà alle nostre navi di essere totalmente autonome rispetto al proprio fabbisogno elettrico durante la sosta nello scalo. In questo spazio sono presenti anche dei silos, gli ultimi reperti di archeologia industriale presenti nel porto, all'interno del quale realizzeremo la nostra sede in modo da coniugare efficienza operativa e la nostra storia. Una parte sarà a disposizione della città, per creare un'osmosi fra il tessuto locale e il porto.

**Quanto conta nel vostro settore la tecnologia e quanto l'aspetto umano?**

Direi che sono equivalenti. La tecnologia costituisce un punto di riferimento importante a qualsiasi livello, anche la sostenibilità passa in parte attraverso la tecnologia. Ma l'aspetto umano per noi è sempre centrale, per questo investiamo tantissimo nei giovani e nella formazione di dipendenti e collaboratori. Negli ultimi anni siamo riusciti ad alzare il livello qualitativo rinnovando e ringiovanendo la nostra squadra.

**Quale sarà il futuro del trasporto via mare?**

Noi ci puntiamo parecchio e i risultati si vedono, se consideriamo che abbiamo appena festeggiato i 120 anni di attività. Ma in questo periodo storico crediamo ancora di più in un trasporto integrato, che porti le merci dal mare fino all'interno, offrendo servizi di magazzini e logistica a tutti i nostri clienti.

**Qual è il segreto per rimanere leader nel settore per un periodo di tempo così lungo?**

La visione. Bisogna anticipare quanto richiesto dai mercati. Proprio recentemente, in occasione della festa per i nostri 120 anni, sono venuto a conoscenza di alcuni documenti in cui ho notato che già decenni or sono facevamo cose attualissime. Ottanta o novant'anni fa gestivamo la distribuzione e il magazzinaggio di cibo e bevande con sistemi all'avanguardia, che sarebbero attuali anche oggi. Questa è da sempre la nostra arma vincente.

**Quali sono gli obiettivi di un FMG nel futuro?**

Abbiamo già previsto di investire, nei prossimi esercizi, circa 120 milioni di euro per il rinnovo di alcuni asset e la costruzione di nuove strutture. Poi ci concentreremo sulla realizzazione del progetto Eagle, in cui crediamo tantissimo e che ci impegnerà nel futuro a breve e medio termine..

[www.fmg.eu](http://www.fmg.eu)



A photograph of three men in business suits. The man on the left is in the foreground, wearing a blue suit and a patterned tie. The man in the center is slightly behind him, wearing a dark blue suit and a light blue tie. The man on the right is partially visible, wearing a dark suit, a striped tie, and glasses. They are all looking towards the camera with serious expressions.

# CRESCERE

SOSTENIBILITÀ E SVILUPPO BUSINESS  
COSÌ KON GROUP  
UN RIFERIMENTO DI FIDUCIA

DA SINISTRA  
FABIO FERRINI,  
FABRIZIO BENCINI,  
MATTEO MANCARUSO,  
FRANCESCO FERRAGINA  
E VINCENZO FERRAGINA

# INSIEME

IN UN AMBIENTE FAVOREVOLE  
SI CONFERMA  
PER GLI IMPRENDITORI



di Fulvio di Giuseppe

**A**ll'inizio era un sogno. Quando Kon fu fondata, ormai quasi venti anni fa (nel 2004), l'obiettivo era già molto ambizioso: essere un punto di riferimento per gli imprenditori e le imprese di famiglia, indipendentemente dalla dimensione e dal settore. Oggi è una realtà in continua evoluzione e il gruppo ha costruito un ecosistema virtuoso che colloca l'imprenditore al centro, attraverso un supporto concreto alla diversificazione e alla *open innovation*. Quel sogno si è concretizzato e consolidato: non a caso, nel 2023 *Forbes Italia* ha selezionato Kon Group tra i 100 migliori professionisti italiani in ambito consulting.

A reggere tutto questo sono due capisaldi. Innanzitutto la sostenibilità, che la società sta interpretando in modo molto diverso da altri operatori di mercato: per Kon Group, infatti, rappresenta una missione, un fattore di sviluppo ineludibile che deve essere integrato al business e connotato alla vita quotidiana dell'impresa. Parallelamente, il desiderio di costituire un fattore di accelerazione delle iniziative di supporto a enti virtuosi attraverso la Fondazione Kon, un soggetto indipendente e di alto profilo che si propone di "donare tempo a chi dona", facilitando la relazione tra (big) donors e prenditori per la realizzazione di progetti ad alto impatto sociale. Coerentemente con questo disegno strategico, Kon Group sta trasformandosi in società benefit.

Un riferimento di fiducia, sempre disponibile ad adeguarsi alle esigenze di ogni impresa. "Eccellenza nei servizi resi ma senza fronzoli e senza orpelli, quelli che le grandi società di consulenza si fanno pagare a peso", spiega Francesco Ferragina, presidente di Kon Group. "Solo sostanza e



Le imprese familiari hanno bisogno di un'assistenza più simile a quella del professionista che al modello spersonalizzato delle grandi società di consulenza



## **Soluzioni ad hoc per gli Small Giants**

Le Pmi non possono essere trattate come le multinazionali: da qui l'esigenza di creare una struttura adattiva, costruita su misura del cliente e con costi accessibili

risultati perché i tempi del business oggi non lasciano scampo e gli imprenditori hanno bisogno di soluzioni e informazioni chiare in base alle quali decidere più rapidamente possibile. Per questo è premiante un rapporto che consenta di conoscere già molto bene il contesto di riferimento con le sue particolarità, così da avere chiare tutte le ripercussioni di una scelta e di partire da un elemento essenziale: la fiducia”.

Un modello di business che fa del legame stretto con gli imprenditori la propria base principale. “Quando abbiamo iniziato la nostra meravigliosa avventura, uscendo da una delle big four”, sottolinea Fabrizio Benini, “avevamo le idee chiare e una certezza: le imprese familiari non possono essere trattate come le multinazionali, hanno bisogno di una assistenza diversa, personalizzata, accurata, molto più simile a quella del professionista abituale che al modello spersonalizzato tipico delle grandi società di consulenza”. Da qui, la volontà di investire tempo e risorse per creare una struttura con una elevata capacità adattiva, costruita su misura del cliente ideale: team di lavoro snelli per ridurre i costi per i clienti ma





Matteo Mancaruso



Fabrizio Bencini



Francesco Ferragina

## Una nursery per aziende

La partnership con Ventive offre una vetrina per l'open innovation, facendo incontrare le esigenze delle startup, che hanno bisogno di crescere, con quelle delle imprese più grandi alla ricerca di nuovi sviluppi

anche professionisti con elevata competenza e formati a 360 gradi in modo da sviluppare la più ampia sensibilità possibile nel percepire le esigenze del cliente. “Siamo stati

fortunati perché i nostri clienti hanno capito i nostri sforzi e sono diventati i nostri più grandi sponsor, consentendoci di crescere tutti gli anni. E così, seguendo i loro sogni

e le loro visioni, abbiamo aumentato i servizi acquisendo professionalità specifiche in aree organizzativa, *risk management* e *compliance* che hanno affiancato la business e financial advisory tradizionale”.

Nella ricetta vincente c'è il rapporto di fiducia indissolubile con le imprese ma anche una capacità di adattarsi a tutte le sfide che il mercato pone costantemente. “Oggi la fantasia non riesce a stare davanti alla realtà: il Covid, la guerra in Ucraina, la crisi energetica e la difficoltà nel reperire materie prime e semilavorati hanno cambiato profondamente il modo di concepire



Fabrizio Ferrini



Vincenzo Ferragina

lo sviluppo industriale che solo un paio di anni fa era consolidato”, rimarca Ferragina. “Gli imprenditori hanno rafforzato la loro convinzione che essere innovativi e finanziariamente indipendenti garantisca loro un vantaggio competitivo difficile da colmare e dopo la violenta scrematura del nostro sistema industriale degli ultimi anni, la reazione degli imprenditori è positiva e si riflette sui risultati della nostra economia. Adesso dobbiamo farla diventare a sua volta ‘sistema’ e Kon Group vuole contribuire a questa evoluzione”.

Negli ultimi anni, infatti, il mercato è

cambiato molto: gli strumenti finanziari e gli operatori si sono moltiplicati e le buone aziende sono continuamente sollecitate e stimolate attraverso una variegata mole di proposte. “Ma il nostro obiettivo strategico”, illustra Fabrizio Bencini, “non è soltanto quello di offrire buone opportunità agli imprenditori: vogliamo essere un punto di riferimento, un luogo in cui è possibile sognare e crescere nel medio lungo periodo. Per questo motivo abbiamo deciso di investire nel creare un polo attrattivo finalizzato ad offrire alle imprese una vetrina per l’*open innovation* attraverso una partnership

societaria con Ventive, uno dei principali operatori italiani per l’accelerazione delle startup, che porterà a disporre rapidamente di un portafoglio di imprese altamente innovative nell’ambito tech e sustainable tech”. L’ambizioso progetto è quello di attrarre le startup più innovative e offrire loro un ambiente sano in cui gli imprenditori di aziende più grandi e mature possano cercare la soluzione tecnologica che potrebbe garantire nuovo sviluppo. “Con questo sistema si crea una *nursery* che consente da un lato di concentrarsi sull’aspetto strategico e industriale del rapporto tra startup e



## A tutti serve una guida

Quando le imprese familiari affrontano scelte importanti è fondamentale che abbiano il supporto di un professionista che fornisca loro gli strumenti tecnici di analisi

azienda di maggiori dimensioni, dall'altro di favorire una crescita imprenditoriale di giovani talenti che possono familiarizzare con gli strumenti gestionali delle grandi imprese”.

Il fulcro centrale resta comunque quello di mettere le imprese nella condizione di operare una scelta con cognizione di causa. “Immaginate il CdA di una impresa di famiglia: fratelli, figli, cugini, si trovano di fronte ad un tavolo, più o meno formalmente, ad esaminare le opportunità che sono state proposte”, spiega Vincenzo Ferragina. “E devono decidere rapidamente perché il treno passa. Dopo aver scartato quelle palesemente incoerenti con il proprio modello di business spesso si trovano ad analizzare opportunità che comportano investimenti ma non solo: hanno conseguenze sulla governance, perché qualcuno dovrà seguire e sviluppare le aziende, non basta comprarle”. È in questo cruciale momento che serve una persona di fiducia, “un professionista indipendente che deve essere diverso da chi ti propone l'operazione e deve fornirti gli strumenti tecnici di analisi che spesso il ‘tavolo di famiglia’ non ha, per aiutare gli imprenditori a scegliere la soluzione migliore, quella che aggiunge valore al business e non problemi”. Ma



Chi fa impresa oggi ha bisogno di soluzioni chiare in base alle quali decidere rapidamente: per questo motivo il consulente deve conoscere bene il contesto di riferimento

rappresenta anche una soluzione ideale per uscire dall'impasse delle dinamiche familiari a causa delle quali talvolta non si decide o ci si oppone a qualcosa senza aver approfondito abbastanza. “Sapere a cosa rinunciare e agire con determinazione

per la soluzione individuata è la migliore forma di definizione della strategia. Collegare alla strategia le azioni per valorizzare le persone dell'impresa è il passo successivo ma necessario, che ogni volta proponiamo”.

Ed è così che comprare un'altra azienda



o emettere un bond non è più una operazione traumatica: gli imprenditori affrontano il processo preparati e consapevoli delle difficoltà che dovranno affrontare per poter concludere un'operazione di successo. Le imprese familiari, infatti, hanno conosciuto

una crescita notevole nell'ultimo decennio dal punto di vista culturale: le nuove generazioni hanno maggiori conoscenze tecniche e relazioni che consentono loro di guardare al futuro misurando il rischio. Cercano spesso dei partner, non dei meri finanziatori,

qualcuno che possa condividere un pezzo di strada contribuendo alla crescita dimensionale e culturale dell'azienda. In questa ottica si stanno affermando sul mercato tante realtà che si propongono di mettere insieme la disponibilità di capitali, magari di altri imprenditori familiari, con le opportunità di investimento. "È questa la nuova frontiera, cioè avere la possibilità di disporre dei capitali, direttamente o indirettamente, con i quali supportare progetti di sviluppo delle imprese familiari integrandone le competenze per accelerare i processi di crescita ma anche favorire processi di aggregazione".

È in questa direzione che si stanno muovendo i passi di Kon Group. Dopo aver conquistato e consolidato la leadership nelle operazioni di M&A in Italia, si pone l'opportunità di supportare la crescita delle imprese e del tessuto imprenditoriale puntando su network virtuosi: "Kon Group crede molto nello sviluppo sostenibile e in una finanza che si pone al servizio delle imprese e dei territori, ma crede fortemente che 'fare sistema' sia ormai un concetto desueto se declinato nel mondo di oggi senza il supporto della tecnologia e di un network territoriale che avvicini sempre di più gli imprenditori agli investimenti e allo sviluppo dei territori, senza dimenticare la dimensione internazionale", ribadisce Bencini. "Un ecosistema, si diceva, in cui Kon Group si pone come centro di attrazione per imprenditori che vogliono fare crescere le proprie aziende in un ambiente economico sano, protetto e positivo assieme ad altri imprenditori. L'obiettivo è tanto semplice quanto ambizioso: non disperdere valori e conoscenze ma anche individuare nuove opportunità di investimento per sé e per la propria azienda, con la necessaria serenità di aver compiuto un passo importante per la realizzazione della propria strategia e non per il budget di qualche consulente.



BUZZOOLE

Forbes



FORBES & BUZZOOLE  
PRESENTANO

TOP  
CREATORS  
AWARDS

5 OTTOBRE | ore 18.00 | TAG Calabiana  
Via Arcivescovo Calabiana, 6, 20139 Milano MI

**SCOPRIREMO CHI SONO  
I CREATOR PIÙ INFLUENTI**

**Vuoi candidarti come creator?**

Scannerizza il QR Code o digita il link [forbes.it/Content\\_Creators\\_Awards](https://forbes.it/Content_Creators_Awards)  
e scopri come partecipare.



[forbes.it/Content\\_Creators\\_Awards](https://forbes.it/Content_Creators_Awards)

# LO SHARING DEL MARE

E-ssence è il primo servizio di electric boat in condivisione in Italia. L'obiettivo? Offrire spostamenti a basso impatto ambientale nelle nostre acque





di Fulvio di Giuseppe

**L**a sharing mobility entra in acqua. E lo fa all'insegna della sostenibilità. Merito di Michele Lauriola e Leonardo Caiazza, che con E-ssence firmano il primo servizio di electric boat sharing. Un progetto nato e sviluppato all'interno dell'Università di Bologna dove, nel 2021, hanno conseguito un Mba in Green energy e sustainable business alla Bologna Business School. È in questo contesto, infatti, che i due giovani imprenditori hanno gettato le basi della startup che offre il boat sharing elettrico. Il funzionamento è sostanzialmente lo stesso delle auto: si fa tutto in autonomia con il proprio cellulare attraverso un'app. Ma, ancor più della condivisione su strada, la loro startup è destinata a rappresentare una vera e propria rivoluzione. "La nostra missione è quella di offrire un'esperienza di navigazione sostenibile e accessibile a tutti", spiega Lauriola, imprenditore lungimirante e consulente specializzato in business sostenibile. "Siamo dedicati a rendere la navigazione su barche elettriche semplice, conveniente

**TRAMITE UN'APP È POSSIBILE LOCALIZZARE, PRENOTARE E ATTIVARE LE BARCHE, OLTRE A TROVARE PERCORSI SUGGERITI, PUNTI DI RICARICA FAST CHARGE E INFORMAZIONI RELATIVE AL METEO**

e divertente per i nostri clienti. Attraverso tecnologie all'avanguardia, vogliamo aiutare a promuovere un futuro più verde e a ridurre l'impatto ambientale".

Il servizio è stato presentato al Salone Nautico di Venezia ed è partito a giugno. A tenere a battesimo il progetto la barca ormeggiata nel porto di Mirabello a La Spezia, a cui si aggiungono quella a Desenzano e un'altra data in licenza ad un'associazione sulla Riviera Romagnola. Ed è solo l'inizio, perché "noi crediamo che l'E-boat sharing

sarà presto parte del lifestyle di turisti e residenti di zone costiere e che sarà utilizzato sia per il trasporto che nel tempo libero, seguendo la rivoluzione della mobility sharing e contribuendo all'elettrificazione della nautica da diporto". È proprio quello della sostenibilità il valore aggiunto della startup, particolarmente sensibile al rispetto dell'ambiente. "Il mondo ci chiama a dover affrontare delle sfide epocali, e il settore della nautica ha un impatto devastante sull'ecosistema del pianeta. Stiamo creando, attraverso il nostro business model, valore condiviso con le comunità in cui operiamo. Agiamo non solo per salvaguardare gli ecosistemi marini, ma anche per sviluppare *best practice* nel settore nautico, migliorare i processi di fruizione dei servizi offerti con il fine di renderli carbon neutral e avere un impatto positivo sul territorio".

Un impegno che non si limita all'aspetto teorico ma che prevede azioni concrete per tenere fede alla propria missione: "Abbiamo iniziato il processo del monitoraggio delle emissioni co2 del trasporto dell'imbarcazione dalla Svezia in Italia. E, sebbene la nostra barca sia a emissioni zero, l'arrivo dal cantiere svedese Nimbus è avvenuto in



Tra i clienti sia famiglie sensibili al tema della sostenibilità, sia giovani con un certo feeling con la digitalizzazione



Da sinistra Leonardo Caiazza e Michele Lauriola, fondatori di E-ssence

tir. Per questo, proprio per la nostra formazione, vogliamo compensare la co2 con una piccola quota dello sharing riservata a una startup, Sea The Change, che pianta peonie. Il nostro obiettivo è consolidare questo tipo di impegno e riuscire a creare qualcosa di sociale che possa anche produrre posti di lavoro”. Un investimento, prima ancora che una scommessa, avvalorato anche dalle indagini di mercato e dall’individuazione di target precisi: “Il cliente tipo è colui che nella sua vita già utilizza mezzi elettrici e così la traslazione mentale dalla vita quotidiana è veloce. Tra i nostri clienti c’è una grande percentuale di famiglie e giovani con figli che avrebbero voglia di fare uscite con mezzi sostenibili, ma anche una fascia tra i 20 e i 45 anni che ha feeling con la digitalizzazione”.

Altro valore aggiunto è infatti quello della completa autonomia, assicurata dal-

l’app. “Crediamo fortemente nella rivoluzione sulle nostre coste e sui nostri laghi, tramite la nostra applicazione porteremo alla localizzazione della nostra flotta di barche elettriche di proprietà, funzionale, silenziosa e sostenibile per gustare la vera essenza della navigazione, con gli amici o per un semplice spostamento via mare, il tutto condito da un’infrastruttura di *e-docks fast charging* per ormeggiare e ricaricare mentre si ammirano le bellezze dei nostri mari”. Sull’app si troveranno infatti percorsi suggeriti che guidano nella navigazione interattiva: “Un po’ come avere uno skipper con te, per non perdersi le bellezze che ti circondano e per guidarti nelle tappe che rendono il tuo giro indimenticabile”. E ancora, la mappa dei punti di ricarica fast charge presenti sulle coste in caso di necessità ricarica, un servizio meteo integrato, per allertare su possibile maltempo au-

mentando la sicurezza a bordo e video tutorial sull’utilizzo della barca, le sue dotazioni e anche consigli di navigazione così da essere in totale autonomia nel rispetto del codice delle norme.

Un natante di 6,20 metri di lunghezza, con motore elettrico 30 kwh e una capacità di sei persone. Per cambiare l’approccio col mare e influenzare un po’ il mercato. “Stiamo anche puntando sul B2B, ovvero sui cantieri navali che producono imbarcazioni elettriche, interessati a uscire dall’impasse. Tanti di loro hanno fatto innovazione ma il mercato non è ancora pronto ed ecco che arriviamo noi: un ponte che unisce la necessità. E così stiamo convincendo gli operatori del settore a rispondere alla domanda per il noleggio e non solo per l’acquisto”. Perché la rivoluzione del mare è appena partita. E viaggia in elettrico.

[www.e-ssence.it](http://www.e-ssence.it)



# A ciascuno la sua pillola

*Sempli Farma offre un servizio per il riconfezionamento di medicinali in bustine suddivise e personalizzate*

di Matteo Rigamonti

**L**a sfida dell'aderenza terapeutica si vince grazie all'automazione. Anche in Italia. È successo negli Stati Uniti, con aziende innovatrici come Pil-pack, farmacia virtuale specializzata in dispenser di bustine contenenti terapie personalizzate nata nel 2013 e acquisita, cinque anni più tardi, da Amazon Pharmacy per 750 milioni di dollari. Una storia che ha destato l'attenzione di Alessandro Iadecola, ad di Remedio, che con il brand Sempli Farma punta al mercato domestico, e non solo, del riconfezionamento di farmaci solidi orali, sognando di rivoluzionare le consuete modalità di assunzione da parte di pazienti domiciliari e in struttura residenziale.

Tripla è il problema messo a fuoco da Iadecola e a cui Sempli Farma intende offrire risposte – come raccontato a *Forbes Small Giants* in occasione di un incontro con alcune testate selezionate, presente anche il giurista Roberto Ramuscello, consulente legale –: da un lato ci sono quasi 12 milioni di italiani, pazienti cronici, che assumono più di cinque compresse al giorno e per i quali l'Organizzazione mondiale della sanità stima che solo metà segua le terapie in modo ottimale; dall'altro le strutture, sanitarie e sociosanitarie assistenziali, come le Rsa, spesso in difetto di personale infermieristico, destinate a incontrare fabbisogni progressivamente crescenti all'aumentare dell'aspettativa di vita e dell'età media. Nel mezzo la partita dei costi: quelli evitabili generati dalla non aderenza alla

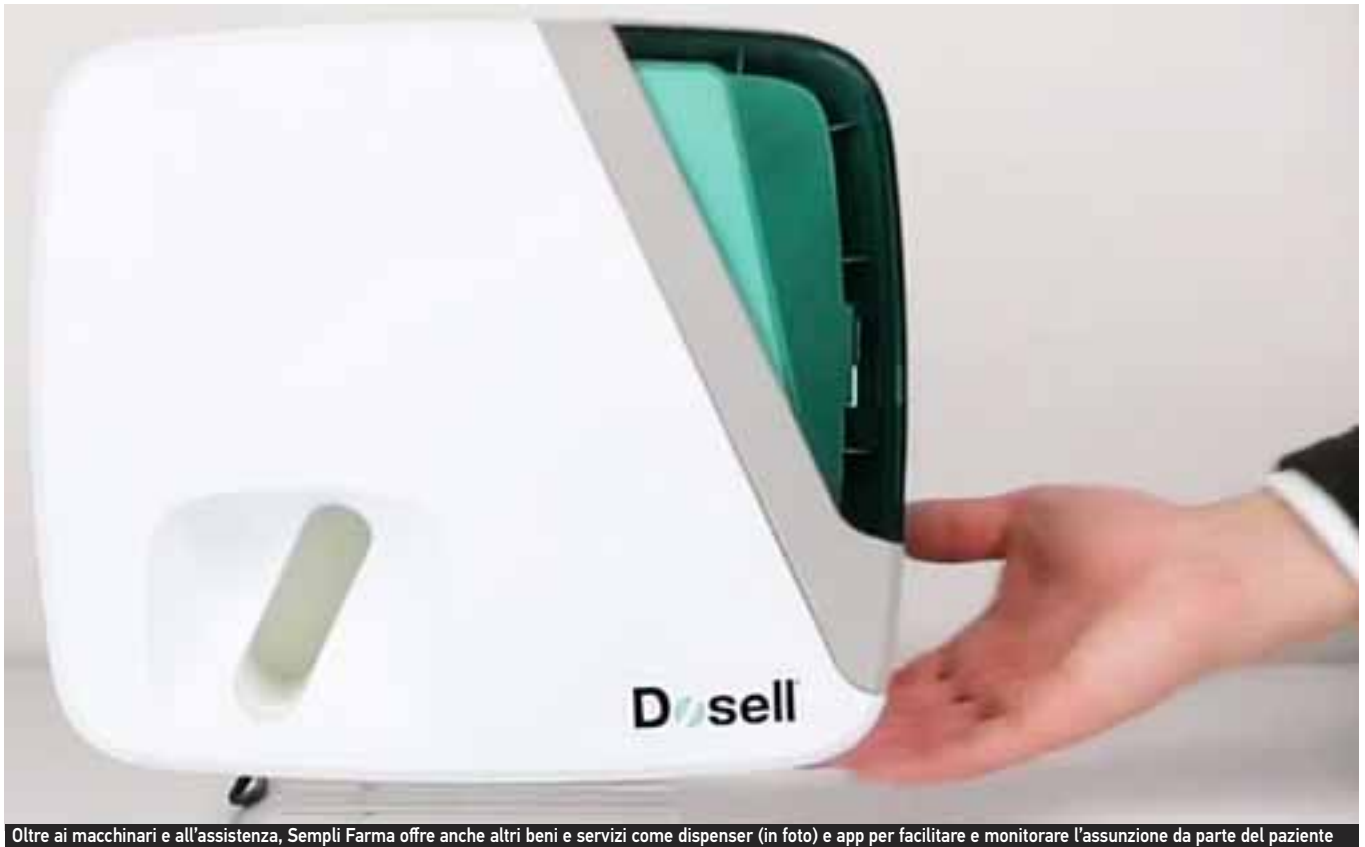
**AL CENTRO DEL MODELLO DI BUSINESS CI SONO LE FARMACIE CHE, ACQUISTANDO I MACCHINARI, SI RIVOLGONO A PRIVATI E A STRUTTURE SANITARIE E SOCIO-SANITARIE**

terapia, secondo l'Oms, sono pari a 125 miliardi in Europa, 19 solo in Italia per Federfarma.

La soluzione individuata da Sempli Farma è prassi, oltre che in America, nel Far East e in Europa, specie al Nord, come in Olanda, dove è rimborsata dal sistema sanitario nazionale. Francia e Spagna si sono già mosse con lieve anticipo. Si tratta del riconfezionamento, in dosi unitarie e personalizzate, grazie a macchine automatiche o semiautomatiche che inseriscono le pillole in strisce di bustine suddivise per momento di as-



Alessandro Iadecola, ceo di Remedio e ideatore del servizio Sempli Farma



Oltre ai macchinari e all'assistenza, Sempli Farma offre anche altri beni e servizi come dispenser (in foto) e app per facilitare e monitorare l'assunzione da parte del paziente

sunzione nell'arco della giornata, così come previsto da terapia. L'esito è duplice: semplificare e rendere più certa l'assunzione per il paziente, specie domiciliare, tranquillizzando il suo *caregiver*; liberare tempo, ore lavorate, per infermieri e personale nelle strutture.

Secondo Sempli Farma una casa di riposo da un centinaio di ospiti ha risparmiato, in un anno, fino a 7/10 ore di lavoro al giorno, per quanti devono altrimenti spaccettare, una per una, le scatole dei farmaci e smistare manualmente le pillole in bicchierini, e abbattuto l'ordinato di questa tipologia di farmaci dell'8% per via della maggiore efficienza nel processo. Efficientamento che, dunque, oltre a prevenire gli sprechi, in struttura e domestici, contribuisce a ridurre costi a carico del Servizio sanitario nazionale.

Al cuore del modello di business di Sempli Farma ci sono le farmacie che, acquistando i macchinari, il cui costo medio è intorno ai 100mila euro (si va da qualche decina di migliaia per le semi-automatizzate ai 250 mila del top di gamma automatizzato), di-

ventano veri e propri hub di riconfezionamento farmaci in grado di offrire questo servizio a privati, altre farmacie più piccole sprovviste di macchinari ma comunque desiderose di far parte della rete di alleanza terapeutica, e strutture sanitarie e sociosanitarie; per un prezzo che, indicativamente, dovrebbe stare tra gli 80 centesimi e l'euro al giorno per paziente, una ventina di euro al mese. Costo che, secondo Sempli Farma, sarà, in un futuro non troppo lontano, riasorbito nell'ambito delle coperture offerte dal Servizio sanitario nazionale o almeno assicurato da piani di welfare aziendale.


La prima farmacia che ha sposato il progetto è a Trento e ha iniziato a riconfezionare farmaci con un macchinario *ad hoc* nel 2020, durante la pandemia. Oggi le farmacie-centro di riconfezionamento sono 18 per 2.500 pazienti serviti, che, con delega, chiedono alla farmacia di imbustare le pillole delle confezioni da loro acquistate. Sempli Farma ad esse offre, oltre ai macchinari e all'assistenza, servizi di management, supporto nell'attività di marketing, una piattaforma digitale per vendere online

altri beni e servizi come dispenser e app per facilitare l'assunzione, monitorare e segnalare al *caregiver* l'effettiva aderenza della terapia.

Grazie a un finanziamento di Invitalia da 650mila euro, di cui 180mila a fondo perduto, Sempli Farma realizzerà uno studio osservazionale e, chiusa a luglio una campagna di equity crowdfunding su Mama-crowd, svilupperà ulteriormente la piattaforma digitale per farne un marketplace dell'alleanza terapeutica. Prosegue intanto la stipula di partnership con Rsa e catene farmaceutiche come, per esempio, Alliance Healthcare e Apoteca Natura, funzionali allo sviluppo del business in Europa. In Italia invece l'obiettivo restano le 200 farmacie hub sul territorio nazionale più altre mille che offrano il servizio pur senza possedere il macchinario. Nel 2022 il fatturato di Sempli Farma ha raggiunto 1,2 milioni di euro e 150mila euro l'Ebitda. Con il sostegno del Pnrr ai progetti innovativi non è da escludere che possano schiudersi ulteriori opportunità.

[www.semplifarma.net](http://www.semplifarma.net)





# L'ULTIMA PAROLA SULL'IA

Secondo un'indagine di Workday, tecnologia e machine learning aiutano i dipendenti a lavorare in maniera più efficace. Ma l'apporto umano rimarrà cruciale





## Occhio agli effetti

I leader d'impresa vedono le grandi potenzialità dell'IA, ma sottolineano di tenere in considerazione i risvolti in merito all'etica e all'accuratezza dei dati

di **Maurizio Abbati**

**I**l fattore umano. È l'elemento essenziale e insostituibile che, nell'opinione dei business leader, sarà chiamato a guidare lo sviluppo dei sistemi di intelligenza artificiale, sempre più centrale nei processi industriali. È quanto emerge dai risultati di uno studio che ha coinvolto mille responsabili d'azienda provenienti da tutto il mondo condotto da Workday, fornitore leader di applicazioni cloud aziendali per la gestione finanziaria e delle risorse umane, che esamina la diffusione dei sistemi di intelligenza artificiale nelle organizzazioni e la percezione che i leader aziendali hanno su vantaggi, sfide e opportunità di questa nuova tecnologia. Ebbene il 94% del campione ritiene che l'apporto umano dovrebbe essere centrale nelle decisioni legate ai sistemi di questo tipo; il 72% è preoccupato per la tempestività o l'affidabilità dei dati sottostanti; il 33% afferma di essere molto fiducioso che l'AI (intelligenza artificiale) e il machine learning vengano applicati in modo etico nel mondo degli affari; il 68% sente la pressione di implementare l'AI nelle proprie organizzazioni; l'82% concorda sul fatto che AI e ML (machine learning) possano aiutare i dipendenti a lavorare in modo



Nonostante i progressi e le opportunità offerte dalla tecnologia, il 94% dei leader ritiene ancora che l'apporto umano sia centrale nel prendere decisioni aziendali

più efficiente e a prendere decisioni migliori; infine il 70% ritiene di non avere, all'interno dell'organizzazione, le competenze necessarie per implementare pienamente AI e ML. Se insomma c'è piena consapevolezza del ruolo che l'intelligenza artificiale può avere nella crescita e quindi

nell'internazionalizzazione dei sistemi, buona parte dei manager sembra non ritenere opportuno delegare a questa il potere decisionale.

“Il nostro ultimo studio conferma che l'intelligenza artificiale e il machine learning sono essenziali per avere successo nel



mondo del lavoro, sempre più in costante evoluzione: questa visione viene condivisa dalla maggior parte dei dirigenti d'impresa di tutto il mondo. Tuttavia, le organizzazioni stanno riscontrando difficoltà nell'implementazione di queste tecnologie a causa di un considerevole deficit di com-

petenze”, ha affermato Jens Löhmar, cto continental & dach di Workday. “Allo stesso tempo, anche l’operatività delle strategie di AI e ML rallenta a causa, in particolare modo, della mancanza d’integrazione dei dati e delle preoccupazioni dei dipendenti, i quali temono di poter essere sostituiti

dalla tecnologia. Abbracciare efficacemente le innovazioni citate in precedenza, però, è possibile: a questo proposito risulta fondamentale accrescere le competenze dei singoli professionisti e dei fornitori in modo tale che questi siano in grado di lavorare in modo efficace con l’intelligenza



## Saremo ancora indispensabili?

L'operatività delle strategie di AI e machine learning rallenta a causa delle preoccupazioni dei dipendenti

artificiale e con i dati a 360 gradi". Se è chiaro dunque che l'intelligenza artificiale può aprire una porta sul futuro ed è un elemento chiave per elevare il livello di competitività della propria organizzazione, restano evidenti le preoccupazioni in merito alla accuratezza, all'etica e alla sicurezza. A questo proposito, il 77% degli intervistati teme per la tempestività e l'affidabilità dei dati sottostanti, il 39% considera il potenziale *bias* come un rischio

elevato quando si considera l'AI e il 48% cita i problemi di sicurezza e privacy come i principali ostacoli all'implementazione. E ancora, solo il 29% ha affermato di essere molto fiducioso che AI o ML vengano applicati nel più totale rispetto dell'etica nel business in questo momento. Anche se la percentuale appare in crescita in vista dei prossimi cinque anni (52%). Altro elemento da valutare è quello dell'impatto che l'intelligenza artificiale potrà



Il machine learning nell'agrifood sta già facendo passi da gigante. Secondo l'Osservatorio del Politecnico di Milano nel nostro Paese ci sono più di 1200 startup innovative Agritech

## Nuove tecnologie: cosa ne pensano i leader aziendali?



- 93%** L'apporto umano dovrebbe essere centrale
- 72%** Preoccupato per la tempestività o l'affidabilità dei dati
- 33%** Fiducioso che l'AI e il machine learning vengano applicati in modo etico
- 68%** Sente la pressione di implementare l'AI nelle proprie organizzazioni
- 82%** AI e ML (machine learning) aiutano i dipendenti a lavorare in modo più efficiente
- 70%** Non dispone all'interno dell'organizzazione delle competenze necessarie





avere sulla forza lavoro di oggi e di domani. Quasi la metà dei business leader (45%) ritiene che AI e ML andranno a beneficio dei lavoratori, aumentando le possibilità di lavoro e creando nuovi percorsi di carriera. Mentre il 43% sembra mostrare maggiore cautela, avvertendo che AI e ML sostituiranno alcune attività, facendosi responsabili di una certa disoccupazione tra i lavoratori. Il 12% è ancora più perplesso e afferma che AI e ML sostituiranno completamente gli esseri umani avendo un impatto negativo sui lavoratori.

Un'altra preoccupazione resta quella già accennata relativa alla competenza, cioè alla reale disponibilità interna all'azienda



Jens Löhmar, cto continental & dach di Workday

di figure dotate delle conoscenze necessarie per una gestione dei sistemi di AI che consenta di realizzare una reale implementazione di successo. Quasi tre quarti (72%) degli intervistati ha infatti dichiarato che la propria organizzazione non ha le competenze per implementare completamente AI e ML e una percentuale leggermente superiore (76%) ha affermato che la propria conoscenza delle applicazioni AI e ML necessita di un miglioramento. Insomma, un investimento sull'intelligenza artificiale deve comportarne necessariamente un altro, parallelo, mirato alla qualificazione del personale e anche a livello manageriale.



Forbes | K&N

PRESENTANO

Forbes LIVE

*Il nuovo rinascimento*

FOUR SEASONS HOTEL FIRENZE

12.09.2023

Il tradizionale appuntamento di Forbes quest'anno dedicato a Innovazione e Sostenibilità.  
Una serata di dibattiti e un momento di networking nella splendida cornice del Four Seasons di Firenze.



# TRASFORMARSI IN MEGLIO

Dalla consulenza alla formazione:  
Leanbet aiuta le imprese ad aumentare  
la produttività e a trattenere i talenti



di Maurizio Abbati

**D**a quasi 20 anni Leanbet accompagna lo sviluppo d'impresa, guidando le aziende verso un cambiamento in cui sono le persone e le loro risorse, accanto ai prodotti e ai processi produttivi, i fattori chiave del miglioramento. L'attuale contesto socioeconomico pone le aziende manifatturiere e di servizi di fronte a molteplici sfide. Con la corsa alla digitalizzazione, crescono le esigenze di formazione del personale e le aspettative dei clienti sia sulla qualità dei prodotti e dei servizi, sia sui tempi di attesa. A parte l'inflazione e la recessione economica, occorre quotidianamente fare i conti con l'efficienza dei processi, i livelli di produttività, lo spreco di tempo e risorse, le difficoltà di approvvigionamento, team in cerca di motivazioni e di maggiore coesione e processi amministrativi poco fluidi e superati. Senza contare la difficoltà di accaparrarsi figure di talento e la transizione di un intero modello produttivo verso la sostenibilità.

Leanbet nasce per aiutare le aziende a far fronte a queste sfide e a cambiare in meglio, secondo un approccio ispirato al Kaizen, parola giapponese che fonde kai ("cambiamento") e zen ("in meglio") e rappresenta una filosofia di miglioramento continuo, individuale e organizzativo. La Lean è un approccio che punta a massimizzare il valore per il cliente, minimizzando i costi per l'azienda. Codificata in

**LA FILOSOFIA LEAN PUNTA A MASSIMIZZARE IL VALORE PER IL CLIENTE, MINIMIZZANDO I COSTI PER L'AZIENDA. SI FOCALIZZA SULLA QUALITÀ E SULLE PERSONE, ELIMINANDO GLI SPRECHI**

un metodo di successo fondato su principi e strumenti collaudati, la Lean si focalizza sulla qualità e sulla soddisfazione del cliente, sul coinvolgimento delle persone, sull'eliminazione degli sprechi, sull'ottimizzazione dei processi e sul miglioramento dei prodotti e dei servizi.

Leanbet nasce nel 2004 per accompagnare le imprese attraverso la trasformazione profonda di tutti i processi aziendali, per ritrovare slancio e competitività. "La nostra consulenza utilizza specifici strumenti di Lean Management e punta a stimolare una cultura aziendale incentrata sul coinvolgimento delle persone, sul miglioramento continuo delle competenze e sull'apprendimento permanente e condiviso", dice Andrea Bet, fondatore di Leanbet. "L'obiettivo finale è sempre l'autonomia del cliente, divenuto capace di consolidare i risultati ottenuti e di rilanciare in avanti".

Stimolare ma non forzare, coinvolgendo il cliente in un processo di crescita consapevole. "La nostra idea di consulenza non ha nulla a che fare con la figura del guru che entra in azienda per risolverne tutti i problemi", continua Andrea Bet. "Al contrario, la consulenza deve far emergere i problemi e rendere tutti consapevoli della loro esistenza. Uno dei nostri obiettivi è formare i problem solver aziendali".

Dopo la fase di analisi, Leanbet progetta i cantieri insieme al cliente, con lo scopo di trovare le soluzioni grazie all'intervento di esperti esterni ma soprattutto valorizzando le risorse interne. Secondo Andrea Bet le aziende sono fatte di processi e Leanbet entra in essi reingegnerizzandoli, per massimizzare ciò che porta valore al cliente finale ed eliminare sprechi e inefficienze. Anche quando si interviene sul prodotto o sul servizio che l'azienda offre, lo si fa lavorando sui processi che stanno a monte, cercando di metterli in discussione insieme al cliente, in modo partecipativo.

Accanto a questo filone di attività prettamente tecniche, Leanbet lavora in modo trasversale con team e persone sul consolidamento delle soft skills, per comunicare e gestire i conflitti in modo più efficace, per aumentare il coinvolgimento e creare un clima aziendale accogliente e positivo. Perché qualunque processo è sempre gestito dalle persone.

A caratterizzare Leanbet è la sua duplice anima, molto inclusiva da un lato, molto esclusiva dall'altro. Competenze a parte, entrare a far parte di Leanbet presuppone



Lo staff aziendale è coinvolto nel processo decisionale



L'attività formativa comprende percorsi di crescita imprenditoriale

una grande sintonia a livello valoriale. Che si tratti di professionisti con lunga esperienza o di neolaureati, il team cresce - professionalmente e umanamente - in-

sieme, condividendo punti di vista, conoscenze, obiettivi e criticità. I percorsi formativi degli ultimi anni (Fabri, dedicato a condividere e alimentare una cultura dell'eccellenza operativa, ed Esperienze Kaizen, con un approccio più Kaizen) sono, come spiega Andrea Bet, un perfetto esempio di ciò: imprese che hanno accettato l'invito a condividere storie di cambiamento coronate da successo con quanti - manager e imprenditori - hanno maturato la consapevolezza della necessità di cambiare in meglio. E sono tante le aziende che hanno fruito in questi anni dell'assistenza di Leanbet, di varia tipologia, come fonderie, tornerie, aziende produttrici di dispositivi medici e medicazioni, studi di progettazione, enti di formazione, produttori di elettronica, aziende di trasporto persone.

Accanto all'attività di consulenza c'è quella formativa, che comprende percorsi di crescita imprenditoriale e un ampio ca-

talogo di corsi destinati agli ITS e alle imprese che copre tutte le aree aziendali: marketing&sales, acquisti, qualità, produzione, logistica, sicurezza, pianificazione e contabilità. Modulabili in base alle necessità, i corsi sono tenuti da un formatore specializzato e da un secondo docente con lunga esperienza aziendale, per contestualizzare a fondo quanto insegnato.

Cambiare non è più un'opzione nell'odierno contesto economico, e non deve spaventare. "Ogni cambiamento va incontro a resistenze fisiologiche perché implica il lasciar andare qualcosa che abbiamo creato e che ci appartiene", osserva Andrea Bet. "Ma se il cambiamento non viene delegato bensì vissuto in prima persona da tutti, ecco che un passo dopo l'altro innesca quel miglioramento continuo che possiamo chiamare anche con un altro termine: evoluzione".

[www.leanbet.eu](http://www.leanbet.eu)





# La logistica a portata di click

*InPost lancia sul mercato Reso Facile, la soluzione per ottimizzare le consegne e gestire la merce restituita*

di Andrea Salvadori

**U**no degli ultimi servizi che ha deciso di lanciare sul mercato è stato pensato per semplificare la gestione dei quantitativi sempre più numerosi dei resi, in costante crescita negli ultimi anni alla luce del boom che il commercio elettronico ha registrato nel nostro Paese in seguito alla pandemia.

Reso Facile è la novità portata sul mercato da InPost, l'operatore polacco attivo nel settore delle spedizioni tramite e-commerce e una delle principali piattaforme di logistica per la consegna out-of-home in Europa. "Oggi i resi rappresentano circa il 14% dei nostri volumi business to consumer, ma siamo convinti che questa percentuale crescerà ancora a ritmi molto marcati nei prossimi anni", spiega Leonardo Berlingieri, commercial director di InPost Italia.

"Dal momento che semplificare è la nostra parola d'ordine, Reso Facile consente di restituire il prodotto senza dover stampare nulla venendo così incontro ai consumatori. In pochi click e pochi minuti, si può così ricevere direttamente sulla propria e-mail un Qr code e un codice reso che consentono all'acquirente di rendere la merce senza dover affrontare ulteriori complicazioni. Le piattaforme e-commerce hanno invece la possibilità, sempre in un'ottica di semplicità del servizio, di integrare Reso Facile tra le opzioni attualmente già in uso sul loro sito, oppure di proporlo tramite il portale InPost, senza alcuna necessità dunque di integrazione tecnica".

**LA PIATTAFORMA, CHE VIENE INCONTRO AI CONSUMATORI NELL'OTTICA DI SEMPLIFICARE L'E-COMMERCE, È UNA COSTOLA DELL'AZIENDA FONDATA NEL 1999 DA RAFAŁ BRZOSKA IN POLONIA**

Fondata nel 1999 da Rafał Brzoska in Polonia, InPost fornisce servizi di consegna attraverso una rete di oltre 28.000 punti di distribuzione in nove paesi europei, nonché servizi di corriere a domicilio e di evasione degli ordini per chi vende tramite e-commerce. La rete di InPost si basa in particolare sui locker, gli armadietti automatizzati collocati in posti strategici come supermercati, uffici postali, grandi brand del retail e fermate della metropolitana, e sugli InPost Point, i punti di ritiro ospitati presso migliaia di esercizi di quartiere in tutta Italia. Il business di InPost continua a svilupparsi, tanto che nel 2022 la società ha raggiunto



Leonardo Berlingieri è il commercial director di InPost Italia



Nicola D'Elia è il managing director Southern Europe di InPost

la soglia dei 54.000 punti di ritiro in Europa, di cui circa il 9% in Italia, con circa 745 milioni di pacchi consegnati, in crescita del 44% rispetto al 2021. Il nostro paese è un mercato strategico per lo sviluppo internazionale di InPost con i punti di distribuzione che sono passati da circa 100 a quasi 5.000 punti in meno di due anni, e con la copertura di tutte le regioni raggiunta negli ultimi mesi. Aumenta di conseguenza anche il numero delle persone impiegate da InPost nel nostro paese: dalle 40 persone di fine 2021 la forza lavoro conta oggi oltre 80 dipendenti, ed entro la fine del 2023 è prevista un'ulteriore crescita. In Italia sono tra l'altro attive diverse partnership significative, come quella annunciata lo scorso dicembre con Atac, l'azienda di trasporto pubblico della Capitale, grazie alla quale i locker di InPost saranno localizzati in 21 stazioni della metropolitana di Roma. Grazie a questi accordi, InPost vuole contribuire non solo a rafforzare la sua rete a portata di cliente, ma anche a diffondere nella popolazione italiana un'abitudine già molto consolidata nei Paesi del

Bord Europa, dove l'utilizzo dei punti di ritiro fuori casa per ricevere gli acquisti realizzati online è diventato una consuetudine e raggiunge anche tassi del 70%.

“L'Italia rappresenta un tassello importante per la crescita globale di InPost. Qui siamo attualmente l'unico operatore specializzato nel canale out of home: consegne e ritiri si svolgono esclusivamente presso i nostri quasi 5000 punti di distribuzione”, conferma Nicola D'Elia, managing director Southern Europe di InPost. “La gestione delle merci presso i punti di ritiro permette oltretutto di ottimizzare le consegne fino a dieci volte rispetto al recapito a domicilio, incidendo in modo positivo sulla riduzione del traffico e delle conseguenti emissioni di CO2, dell'inquinamento acustico e anche degli incidenti stradali. Siamo fermamente convinti della bontà di questo modello, perché garantisce autonomia e flessibilità alle persone nella gestione dei propri acquisti in rete e ha al contempo anche un risvolto positivo sull'ambiente, un aspetto a cui i cittadini prestano sempre più attenzione”. Proprio per quanto riguarda la sostenibilità am-

bientale, InPost ha attivato un programma di abbattimento delle emissioni, la strategia Net-Zero entro il 2040 ratificata da Science Based Targets, iniziativa nata dalla collaborazione tra il Cdp, il Global Compact delle Nazioni Unite, il World Resources Institute e il World Wide Fund for Nature, al fine di fissare un obiettivo climatico basato sulla scienza. InPost Italia ha quindi appena ottenuto la certificazione Iso 9001:2015 con Tuv, ente di fama mondiale riconosciuto quale simbolo accreditato di qualità, sicurezza e sostenibilità. Intanto l'azienda ha lanciato anche un piano di comunicazione pubblicitaria nella città di Milano per mettere in luce, con il claim “Vicino a te”, tutti i vantaggi e le libertà offerte dalla consegna out-of-home, la modalità scelta da InPost grazie alla quale il cittadino non perde tempo in attesa del corriere e ottimizza i suoi tempi gestendo spedizioni e ritiri negli stessi luoghi che frequenta abitualmente, potendo infine riconsegnare un prodotto senza la necessità di avere una stampante nella propria abitazione.

[www.inpost.it](http://www.inpost.it)







# LA PARTITA DEL MANIFATTURIERO

Secondo Confindustria in Italia i salari crescono allo stesso ritmo della produttività. Che però nel resto d'Europa accelera. Ecco quali sono i nodi da sciogliere per non perdere competitività



di **Maurizio Abbati**

**L**a scarsa crescita della produttività penalizza competitività e remunerazione del capitale nel manifatturiero e potrebbe porre un freno agli investimenti. È quanto evidenzia una ricerca del centro studi di Confindustria, che traccia un bilancio dei venti anni precedenti la crisi energetica. Tra il 2000 e il 2020 nel manifatturiero italiano i salari reali per ora lavorata risultano cresciuti del 24,3%, in linea con la variazione cumulata della produttività del lavoro (22,6%). Ma se questa crescita salariale è stata simile a quella registrata in Francia e addirittura superiore a quella di Germania e Spagna, in questi paesi la produttività del lavoro è aumentata assai più che in Italia e fino al doppio nel caso della Germania. Un divario che ha generato una netta perdita di competitività per il nostro manifatturiero. L'Italia tra il 2000 e il 2020 ha perso infatti rispetto alla Germania 26,4 punti di competitività misurata in termini di Clup (costo del lavoro per unità di prodotto) e 26,8 rispetto alla media dei paesi dell'Eurozona. La debole dinamica comparata della produttività, a fronte di guadagni salariali in linea o talvolta più ampi che altrove, ha poi provocato un'erosione della cosiddetta "quota profitti" o "quota capitale", cioè la quota di valore aggiunto che va a remunerazione del capitale, misurata dal rapporto tra Margine operativo lordo (Mol) e valore aggiunto. Questo rapporto nel manifatturiero italiano nel 2000 era sopra quello medio nell'Eurozona (38,3% contro 34,7%), ma dal 2004 è rimasto inferiore, con un divario di 3,6 punti nel 2020 (34,8% contro 38,4%).

Interessante anche l'analisi di quanto avvenuto nelle contingenze che l'economia del manifatturiero ha attraversato in questo ventennio. La dinamica salariale, in corrispondenza alla frenata dell'attività dei primi anni Duemila e ancor più del crollo nel 2008-2009, grazie al sostegno dei mec-



### **Il treno tedesco**

Tra il 2000 e il 2020 in Italia i salari sono cresciuti del 24,3%, in linea con la produttività del lavoro (22,6%). Tuttavia, in paesi come Francia e Germania, quest'ultima ha avuto una crescita molto superiore



canismi contrattuali e all'attivazione degli ammortizzatori sociali, risulta aver proceduto a ritmi invariati, nonostante l'andamento pro-ciclico della produttività. Per contro, nella fase espansiva successiva alla crisi dei debiti sovrani, si sono registrati più ampi guadagni di produttività, superiori agli aumenti salariali. Un disallineamento

che aveva iniziato ad ridursi nel 2019 e si è chiuso nel 2020. L'estensione della Cig varata dal Governo all'inizio dell'emergenza sanitaria, infatti, ha da un lato sorretto la produttività, con le ore lavorate che si sono ridotte quasi alla pari con i livelli di attività, ma ha anche, insieme ai sostegni alle imprese, svolto un importante ruolo

di salvaguardia di occupazione e salari.

La ricerca del centro studi di Confindustria allarga poi l'orizzonte a questi ultimi due anni, 2021 e 2022, caratterizzati dai rialzi dell'inflazione legati al calo di offerta conseguente alla crisi Covid e poi alla crisi energetica. L'aumento dei prezzi ha eroso i salari reali, mentre la produttività ha so-



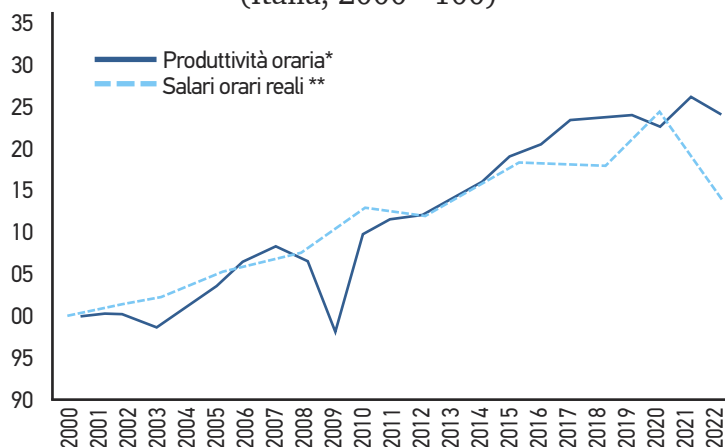
## Le possibili soluzioni e l'importanza del Pnrr

Per spezzare il circolo vizioso sono necessarie politiche a sostegno delle nostre imprese e di rafforzamento della capacità innovativa del sistema economico

stanzialmente tenuto. Le previsioni indicano per i salari un recupero di potere di acquisto, in virtù di un meccanismo contrattuale concordato tra le parti sociali nel 2009 e con il Patto della Fabbrica del 2018, che spalma su più anni gli effetti delle fiammate



### Produttività del lavoro e salari orari reali nel manifatturiero (Italia, 2000=100)



\* Valore aggiunto a prezzi costanti diviso monte ore lavorate totali.

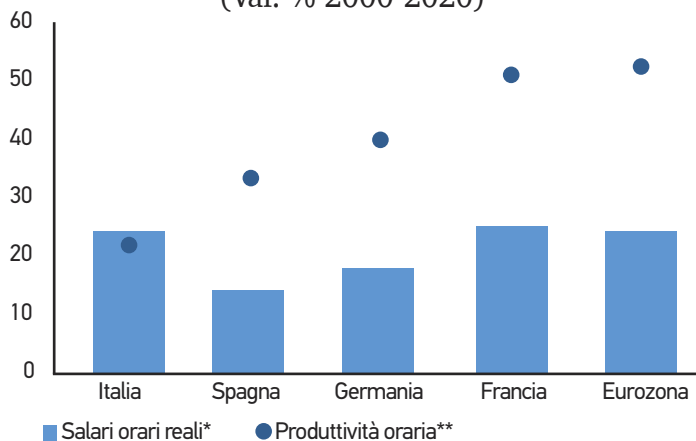
\*\* Deflazionati con l'IPCA, l'indice dei prezzi al consumo armonizzato per i Paesi UE.

Fonte: elaborazioni Centro Studi Confindustria su dati ISTAT.

inflazionistiche. Rimarrà cruciale che gli aumenti salariali a copertura dell'inflazione siano accompagnati da guadagni di produttività sufficienti ad evitare un'erosione della redditività di impresa, a danno della propensione ad investire, o un innalzamento del Clup, che andrebbe ad alimentare le pressioni inflazionistiche. Preoccupa intanto l'aumento della distanza tra redditività nel manifatturiero italiano e la media dell'Eurozona. I margini di profitto nel manifatturiero di altri paesi dell'Area Euro sono infatti cresciuti non solo nel 2021 ma anche nel 2022, mentre in Italia hanno registrato una contrazione nel 2022, misurata sia in termini di quota profitti (-3,4 punti il rapporto tra Mol e valore aggiunto), sia in termini reali (-9,2% il Mol reale) sia in termini unitari (-3,7 punti il Mol in rapporto al valore aggiunto reale). Tutto ciò nonostante che il rapporto tra capitale e lavoro abbia continuato ad alzarsi e gli investimenti fissi lordi in percentuale al valore aggiunto si siano ampliati. Tali andamenti implicano



### La situazione rispetto agli altri paesi nei venti anni prima della crisi energetica (Var. % 2000-2020)



\* Deflazionati con l'IPCA, l'indice dei prezzi al consumo armonizzato per i Paesi UE.

\*\* Valore aggiunto a prezzi costanti diviso monte ore lavorate totali.

Fonte: elaborazioni Centro Studi Confindustria su dati Eurostat.

un calo del rendimento del capitale perfino più intenso di quello suggerito dalla dinamica della quota profitti, e ciò non può che agire da freno a investimenti innovativi, su ampia scala e per natura rischiosi, che invece sono la chiave per guadagni di produttività consolidati. Da questo quadro emerge l'impressione che l'industria italiana si trovi incagliata in un circolo vizioso, dove la mancata crescita della produttività è al tempo stesso causa ed effetto della perdita di competitività. Circolo vizioso che secondo Confindustria va spezzato con un alleggerimento del carico fiscale su lavoro e capitale, funzionale nel breve periodo a far recuperare potere di acquisto ai salari e ad alleviare la compressione dei profitti. Guardando più avanti appaiono poi cruciali politiche a sostegno dell'innovazione delle imprese e di rafforzamento della capacità innovativa del sistema economico. Attenzione dunque alla partita del Pnrr, che va giocata fino in fondo e vinta.



Inchiesta

# I DISTRETTI DELLA TRADIZIONE

L'ECONOMIA LECCESE PUÒ CONTARE  
SU QUATTRO PILASTRI: SISTEMA MODA,  
TURISMO, AGROALIMENTARE  
E METALMECCANICO





di **Piera Anna Franini**

**L**ecce non è solo una perla del barocco: vedi l'anfiteatro romano. Un tripudio di edifici in pietra gentile, roccia calcarea tipica del luogo. Un museo a cielo aperto fatto di chiese, basiliche, monasteri, torri e palazzi signorili.

Provincia - abitata da 777.507 persone - che tra le 107 del nostro Paese si colloca però solo al 78esimo posto in tema di qualità della vita. Così risulta dall'ultima indagine del Sole24 che tiene conto della ricchezza e consumi, affari e lavoro, ambiente e servizi, demografia, società e salute, giustizia e sicurezza, tempo libero e cultura. Quest'ultima voce risulta particolarmente critica, dunque stride con le enormi potenzialità dell'area. Eppure qualcosa si muove. Lecce è in 23esima posizione per ambiente e servizi edu, alla 31esima per affari e lavoro.

L'economia di Lecce può contare su quattro pilastri: sistema moda, turismo, agroalimentare e metalmeccanico, quindi servizi e comparto edile.

Il tessile, che comprende abbigliamento e calzaturiero (Tac), ha una lunga tradizione nel leccese grazie ad alcune aziende motrici attorno alle quali si è sviluppato un interessante indotto. E se tali aziende si caratterizzavano per la produzione conto terzi, con rarissimi casi di creazioni a marchio proprio, ora si è voltata pagina. Colpito all'alba del Duemila dalla crisi internazionale che ha fiaccato un po' l'intero segmento, negli ultimi dieci anni il comparto vive un interessante rigoglio tutt'uno con uno strategico riposizionamento: è sì diminuito il numero delle aziende, ma sono aumentati i livelli occupazionali che, addirittura, nel settore delle calzature sono passati dai 2151 dipendenti del 2014 ai 4985 dipendenti del 2022. Chiave della ripresa sta nell'aver puntato sull'alta gamma ridimensionando - al contempo - le aziende: si è passati dalla media dei 4 dipendenti per impresa nel 2014 a più di sette dipendenti nel 2022. Fenomeno ancora più accentuato nel calzaturiero dove si è passati dai 10,5



La sede di Barbetta a Nardò

**I GRANDI MARCHI  
DI ABBIGLIAMENTO  
REALIZZANO PARTE  
DELLE LORO  
PRODUZIONI  
IN QUESTO TERRITORIO:  
DA GUCCI A PRADA,  
FERRAGAMO, DIOR,  
ALEXANDER MCQUEEN,  
DOLCE E GABBANA**

dipendenti per azienda del 2014 ai 29 dipendenti del 2022. Il passaggio al set-

tore del lusso ha consolidato, anche sul piano finanziario, la struttura patrimoniale delle aziende incrementandone la competitività.

"Ormai tutti i grandi marchi della moda, da Gucci a Ferragamo, Dolce e Gabbana, Alexander McQueen, Prada, Dior sviluppano parte delle loro produzioni in provincia di Lecce" spiegano da Confindustria Lecce. Sull'onda di questo, si è rafforzato il polo produttivo di Nardò che ha come faro la Luciano Barbetta, ora nel gruppo Florence, così come nella vicina Galatina ha conosciuto uno sviluppo esponenziale l'azienda Gda. Il settore delle calzature si concentra nel polo

Nel settore delle calzature, il cuore pulsa nel polo produttivo di Casarano e in particolare in Leoshoes, realtà con più di 800 dipendenti e oltre 200 milioni



di euro di fatturato. “È diventata marginale - sempre da Confindustria - la classica impresa terzista che per oltre trent’anni ha caratterizzato il settore del Tac e che si limitava ad impiegare solo la manodopera nella realizzazione dei capi su tessuti, materie prime e disegni forniti dalle imprese committenti. Oggi le aziende sono diventate dei veri e propri partner dei grandi marchi per cui acquistano direttamente i materiali sviluppando i modelli, le taglie e offrendo una serie di servizi. Quasi l’intero ciclo produttivo e logistico del settore moda è radicato nel territorio, assicurando l’italianità del prodotto”.

Anche il turismo conosce un crescendo. Negli ultimi dieci anni gli arrivi in Puglia sono aumentati del 62,6% a implementare questi numeri concorrono anzitutto



Fonderie De Riccardis





La Luciano Barbetta è un'azienda leader nei tessuti

le presenze straniere, che addirittura registrano un +159,8%, in aggiunta a mare e spiagge, le architetture rurali - masserie in testa - sono sirene cui è difficile resistere, pare. Il Salento conosce insomma un fermento senza pari e precedenti. Bene ma si potrebbe fare di più. Confindustria Lecce, tutt'uno con gli operatori, è convinta che “se il territorio fosse supportato da una partnership di governo del territorio pubblico/privato, da una imponente campagna di marketing e dall'incremento di tratte strategiche sull'aeroporto del Salento, oltre che di trasporti interni competitivi, il turismo potrebbe davvero registrare numeri da capogiro”.

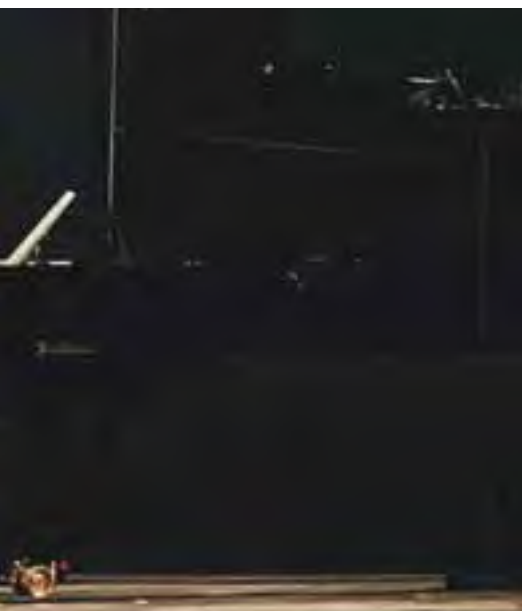
Una leccese tra le più famose internazionalmente è la pianista Beatrice Rana, 30 anni, tra i musicisti di classica italiani



Concerto di musica classica di Beatrice Rana



La Puglia è un'eccellenza nella produzione di olio extravergine di oliva



più celebri al mondo. Si è trasferita a Roma ma non dimentica Lecce, dove ha fondato il festival Classiche Forme, alla settima edizione. “Vorrei portare nel mio Salento tutte le emozioni che vivo suonando per il mondo, creando una forte connessione tra territorio, ospiti e musica. Alla natura della mia terra, forte e di bellezza struggente, manca solo il suo suono - ha spiegato Beatrice Rana all’Ansa - e il mio sogno è che Classiche Forme sia il suono del Salento”. Questa donna è o potrebbe essere una testimonial di grande impatto per la sua Lecce, volano di un turismo colto, raffinato e propenso a spendere con inevitabili ricadute sull’economia del territorio. Lecce coglierà l’opportunità?

Altro settore trainante dell’economia del territorio è l’agroalimentare. Vino, olio, pasta, birra, ortaggi, lavorazione delle carni e dei prodotti da forno connotano il Salento come terra di eccellenza dell’agroalimentare. I dati relativi al comparto evidenziano tuttavia una riduzione in termini di unità locali (-1.457 unità in dieci anni), dovuta alla

---

**L’AGROALIMENTARE  
TRAINA L’ECONOMIA:  
VINO, OLIO, PASTA,  
BIRRA, ORTAGGI, CARNE  
E PRODOTTI DA FORNO  
SONO LE ECCELLENZE  
DEL SALENTO**

---

chiusura di alcuni stabilimenti di produzione di pasta, di bevande e della Bat, mentre la contestuale crescita degli addetti è il frutto dell’espansione di alcune realtà imprenditoriali che hanno assorbito parte dei lavoratori espulsi o prodotto nuova occupazione (+ 2.217 addetti solo negli ultimi cinque anni).

Il tallone d’Achille dell’agricoltura e dell’agro-alimentare sta nel grave deficit imprenditoriale e nella scarsa capacità competitiva, pesa inoltre la frammentazione produttiva ed imprenditoriale. Sa-



## **LA FORZA DEL TURISMO: NEGLI ULTIMI DIECI ANNI GLI ARRIVI IN PUGLIA SONO AUMENTATI DEL 62,6%, LE PRESENZE STRANIERE REGISTRANO UN +159,8%**

rebbe fondamentale - suggerisce Confindustria Lecce - “definire ed applicare un nuovo modello gestionale che valorizzi l’aggregazione delle aree produttive e la gestione di filiera produttiva strategica dalla coltivazione alla lavorazione, alla distribuzione ed alla comunicazione”. Come accade un po’ in tutto il nostro Paese, la carenza di manodopera nelle imprese agricole è coperta dall’immigrazione. “Gli immigrati costituiscono una risorsa strategica per il settore, ma è necessario individuare azioni a favore dell’inserimento e integrazione, combattendo lo sfruttamento”. È vitale, poi, abbracciare convintamente la rivoluzione 4.0, innovarsi puntando su produzioni di pregio e mercati qualificati ed esigenti.

Quanto al settore della metalmeccanica, nel dna della provincia di Lecce, stando agli ultimi dati, dunque del 2018, gli addetti sono 7018, cresciuti con gli anni mentre è andato riducendosi il numero delle imprese: a dimostrazione del rafforzamento imprenditoriale, patrimoniale e competitivo delle stesse. Brillano Lasim Spa, Dfv (profilati in alluminio), Casta (carpenteria), Nardò Technical Center (Gruppo Porsche), Cog (scambiatori di calore), Fonderie De Riccardis (Fonderie di seconda fusione), Zincogam (zincatura a caldo).

Anche i servizi sono un contributo fondamentale al Pil provinciale, più che fondamentale se si considera che impiegano più del 69% della popolazione attiva.

La fotografia di questa zona combacia con quella scattata dal Rapporto Deloitte



L'anfiteatro di Lecce è una delle maggiori attrazioni turistiche



Fonderie De Riccardis opera nel campo della produzione dei getti di ghisa



“Mezzogiorno 2025” presentato in giugno all’evento “South Innovation”, promosso da Entopan Smart Networks & Strategies, con Harmonic Innovation Group, Plug and Play, Deloitte, Efm, e Rina Prime Value Services. Dal Rapporto emerge che il Mezzogiorno vive criticità rilevanti, in testa l’alto tasso di disoccupazione e di irregolarità degli occupati, nonché la ridotta produttività oraria e la spesa in R&D distante dalla media nazionale. In fondo al tunnel, la luce di eccellenze nell’agroalimentare, turismo e produzione di energia rinnovabile. Quanto a Lecce, si aggiunge l’eccellenza del Tac.

“L’urgenza della questione meridionale è un punto qualificante del Pnrr, cui è stato destinato circa il 40% delle risorse totali, al fine di finanziare riforme e interventi. Deloitte ha sempre creduto e investito molto nel Mezzogiorno, vedi le nostre sedi a Napoli e Bari e il costante confronto con le imprese e le istituzioni locali” spiega Francesco Iannamorelli, partner di Deloitte, che ha messo in campo un’attività di studio per indagare le regioni del Mezzogiorno, sia dal punto di vista economico che sociale. Osservatori sulle singole regioni meridionali così da fornire un’analisi dettagliata dell’economia, delle relative potenzialità e degli strumenti necessari per coglierne i vantaggi.



I laboratori di Barbetta si occupano di progettazione, produzione e controllo qualità







# **IL BENESSERE SPOSA LA TECNOLOGIA**

Innoliving offre soluzioni che migliorano la casa e l'ambiente di lavoro ed è protagonista nella cura dell'aria



di Maurizio Abbati

**È** la capacità di aprire le porte al futuro e coniugare tecnologia e benessere per offrire soluzioni in grado di migliorare la qualità della vita, garantendo sicurezza e affidabilità, a fare di Innoliving una delle aziende all'avanguardia nell'healthcare. L'azienda nasce grazie all'esperienza decennale di un gruppo di professionisti del settore salute, della cura alla persona e dei piccoli elettrodomestici e in pochi anni diventa un riferimento per il mercato internazionale, spaziando da apparecchi elettronici di uso quotidiano per monitorare la salute e la forma fisica, strumenti innovativi per esaltare la bellezza, ma anche piccoli elettrodomestici e una linea di prodotti innovativa per la cura dell'aria in casa e in ambienti professionali.

Nel 2020 nasce la linea Medical aid Innoliving con prodotti studiati per contrastare la pandemia da Covid 19 (rapid test - tamponi rapidi - mascherine - DPI - gel igienizzanti - thermoscanner - pulsossimetri) e Innoliving è stata la prima azienda in Italia a iscrivere al Ministero della Sanità un test rapido come sussidio al contrasto alla pandemia.

Il 2021 inizia con il lancio della linea Innoliving Airpro: una nuova gamma di purificatori d'aria equipaggiati con intelligenza IOT in grado di dialogare con l'utente attraverso internet e gestiti da una piattaforma che monitora anche la qualità dell'aria. Sempre nel 2021 viene inserita tra i 100 Small Giants dell'imprenditoria italiana. Il passaggio più recente è relativo allo scorso 2022, quando Innoliving ha dato vita alla nuova business unit aziendale specializzata in private label Ped, avviata in partnership e con la consulenza di Paolo Sandri, manager di provata esperienza, per affian-



I purificatori AirPro

**INNOLIVING AIRPRO È  
UNA NUOVA GAMMA DI  
PURIFICATORI D'ARIA  
EQUIPAGGIATI CON  
INTELLIGENZA IOT,  
IN GRADO DI DIALOGARE  
CON L'UTENTE  
ATTRAVERSO INTERNET**

care il retail nell'individuazione e costruzione di linee di prodotti.

“Innoliving si occupa di tutti gli aspetti strategici nei progetti di private label: dalla ricerca e analisi di mercato alla

proposta prodotti; dal marketing a tutte le fasi salienti di importazione, ottimizzazione delle economie di scala e gestione di tutti gli step fino all'arrivo dei prodotti ai magazzini dei clienti”, ci spiega Danilo Falappa, fondatore e direttore generale di Innoliving.

**Due anni fa avete inaugurato una nuova sede ad Ancona, ma il vostro è un mercato internazionale...**

Abbiamo mosso i primi passi in Cina già dal 1994. Una divisione di quella azienda fu acquistata da Innoliving nel 2009, anno della sua nascita. Oltre ad avere una consolidata presenza in Cina, con una fabbrica e ufficio auditing, qualità, ispezioni, abbiamo un ufficio a Mosca, in stand-by al momento, e ne abbiamo



avviato un altro, a Tunisi, per fornire i mercati del Nord Africa. Esportiamo in vari paesi europei, ma è in corso un importante accordo con un grande distributore esclusivo, presente in tutta Europa.

**Dalla casa, al benessere, alla salute e alla cura della persona, Innoliving ha una vasta gamma di prodotti. Quanto è importante per voi diversificare?**

L'idea è quella di racchiudere in una collezione una gamma di prodotti che soddisfino ogni bisogno in campo elettrodomestico. Perseguendo questo obiettivo cerchiamo sempre di fornire strumenti affidabili, innovativi e facili da utilizzare. Ma vorrei sottolineare che Innoliving è protagonista nel mercato professionale

della cura dell'aria con una linea di purificatori completa e innovativa.

I purificatori AirPro sono la soluzione per migliorare la qualità dell'aria e della vita. Una gamma unica sul mercato per ampiezza, funzionalità, efficacia e tecnologia. Integrano le migliori e più avanzate tecnologie in materia di purificazione e sanificazione dell'aria e sono dotati di sensori che adattano in tempo reale le performance alle esigenze dell'ambiente. L'elemento rivoluzionario è dato dall'utilizzo avanzato del digitale e dell'intelligenza artificiale: queste apparecchiature sono completamente gestibili tramite una piattaforma software proprietaria in grado di controllare da remoto molti importanti parametri, come la misurazione della qualità dell'aria, dei consumi energetici, dell'umidità relativa, della temperatura, della differenza di particolato interno vs. esterno.

Importante anche l'impiego che dei purificatori Innoliving viene fatto in ambito sanitario. Nel 2022, al riguardo, sono arrivati due importanti riconoscimenti. Il primo dal Dipartimento di Scienze biomediche e cliniche Luigi Sacco di Milano dopo una ricerca che stabilisce che gli AirPro abbattano le cariche virali di oltre il 99,99%. Una seconda ricerca, condotta in ambiente odontoiatrico dal Dipartimento odontoiatria IRCCS Ospedale San Raffaele di Milano, ha riscontrato che gli AirPro riducono la trasmissione virale tra medico e paziente fino all'85%. È poi in fase di svolgimento un progetto di ricerca degli Ospedali Riuniti di Ancona, nello specifico nei reparti di oncologia sotto la direzione della prof. Rossana Berardi, per misurare l'efficacia nella protezione di pazienti deboli dei dispositivi AirPro nei reparti.

**Innovazione e sostenibilità sono i due pilastri su cui si fonda l'attività di In-**



Danilo Falappa

**noliving. Cosa c'è nel vostro futuro prossimo?**

Stiamo lavorando in varie direzioni. Da un lato guardando alle soluzioni wireless, tanto che il nuovo catalogo annovera moltissimi prodotti senza fili. Puntiamo poi a migliorare le condizioni degli ambienti domestici e di lavoro. E vorrei ricordare al proposito che la nostra linea di purificatori aria non ha eguali in campo nazionale ed europeo. Altra prospettiva è quella del monitoraggio della persona attraverso dispositivi wireless e governati dall'intelligenza artificiale. Infine guardiamo alla produzione di energia da fonti rinnovabili in ambiente domestico. Per quanto riguarda il futuro, la crescita di Innoliving ha suscitato forte interesse in investitori istituzionali e non; ma a sua volta sta valutando alcune aziende e rami di azienda da acquisire.

[www.innoliving.it](http://www.innoliving.it)



# L'arte del saper fare

*Grandi formati e design innovativi per vestire le lastre:  
InCeramica sceglie bellezza, fluidità, condivisione, ingegno*

di **Raffaella Galamini**

**S**i può dire che l'arte della ceramica sia nata con l'uomo stesso. Già nelle caverne l'impasto a base di acqua e argilla per ottenere una materia prima plasmabile secondo desideri e necessità era un gesto naturale, quasi innato nei popoli primitivi. Un'arte che è cresciuta e si è sviluppata nel corso del tempo. Le tecniche di lavorazione si sono evolute passo dopo passo.

L'antica tradizione, un tempo artigiana, durante i secoli si è trasformata in industria senza però rinunciare a una costante ricerca qualitativa in grado di emozionare e sorprendere ancora oggi. In questo contesto culturale affonda le sue radici InCeramica: l'azienda fondata da Nino Belladonna punta su grandi formati e design innovativi per vestire le lastre ceramiche. Prodotti che guardano al mercato del lusso, subito apprezzati per lo stile che strizza l'occhio al mondo della moda e della creatività.

Le collezioni InCeramica escono dai migliori laboratori del comprensorio ceramico di Sassuolo, un fiore all'occhiello del made in Italy per la produzione di rivestimenti in materiale ceramico. Qui, nel distretto più apprezzato a livello internazionale, sono realizzate le ormai celebri lastre di InCeramica: grandi formati, di altissima qualità, che permettono di arredare gli ambienti esprimendo la propria personalità grazie al sapiente utilizzo di numerose combinazioni di superficie ceramiche. Si va dalle lastre effetto marmo o pietra na-

**LE COLLEZIONI PUNTANO  
AL MONDO DEL LUSSO  
E PERMETTONO DI  
ARREDARE GLI AMBIENTI  
ESPRIMENDO LA PROPRIA  
PERSONALITÀ**

turale alle piccole piastrelle esagonali o quadrate e mosaici: una proposta ampia che dà spazio alla fantasia e veste ogni ambiente.

Belladonna, imprenditore con un grande bagaglio di esperienze internazionali alle spalle, non si è accontentato di un prodotto di qualità. Ha scelto di esprimere con il nuovo brand ideali come bellezza, fluidità, condivisione, ingegno. Tessere di un mosaico che vanno a comporsi armonicamente.



Nino Belladonna



Il progetto Lovelight+39 conta sull'apporto creativo di un team di designer di grande esperienza

Ecco che InCeramica punta alla bellezza come esperienza che va oltre il senso estetico per ispirare emozioni positive ed esprimere armonia nell'ambiente che ci circonda. Crede nella fluidità perché consente di ottenere soluzioni flessibili, in grado di adattarsi ai cambiamenti velocemente. Soprattutto InCeramica sostiene l'ingegno, il talento e l'estro creativo in grado di offrire le giuste soluzioni per chi punta a prodotti innovativi e originali. InCeramica sfrutta al meglio la lezione del passato: l'arte del "saper fare" si spinge oltre i confini dell'architettura e del design per approdare sul pianeta moda. In questa ricerca della bellezza in chiave contemporanea ecco che le lastre ceramiche diventano prodotti di design pronti a valorizzare la creatività e l'abilità delle maestranze artigianali italiane.

Va in questa direzione il progetto Lovelight+39. "Si tratta di lastre decorate a mano, sia su grès porcellanato che su vetro, che consentono di ottenere un'elevata personalizzazione" sottolinea Belladonna. La collezione Lovelight+39 conta sull'ap-

porto creativo di un team di designer eclettici e dalle più disparate esperienze e provenienze. Così nascono le lastre artigianali di grandi dimensioni, pezzi unici decorati a mano con vetro, smalto e perfino metalli preziosi e ispirati al mondo della moda e dei tessuti di arredo. Un ponte tra l'industria e l'artigianato. Un modo per restituire dignità e valore al grès proposto in una chiave più contemporanea. Soluzioni sartoriali che si sposano tanto con i contesti residenziali e quindi con una dimensione più intima quanto con il mondo degli alberghi di lusso e con contesti decisamente più formali.

Tra le nuove proposte la capsule di Giorgia Arcidiacono per LoveLight+39: quattro lastre di grande formato che diventano una tela per esprimere lo stile sofisticato e contemporaneo della stilista.

Se il cuore produttivo è ben saldo a Sassuolo, crocevia d'incontri e relazioni è il primo FlagShip store di InCeramica nel centralissimo quartiere San Babila a Milano. In questo spazio clienti e professionisti del settore hanno la possibilità di

entrare letteralmente nel mondo di Belladonna scoprendo da vicino non solo le proposte tradizionali ma anche quelle più sartoriali.

Riduttivo definire lo showroom un semplice spazio espositivo: certo, ci troviamo di fronte a una vetrina internazionale per le collezioni del brand ma qui si entra a contatto con un ambiente esperienziale dove eventi e relazioni ruotano attorno alle ultime tendenze del "bello" legate all'arredo. Un laboratorio creativo e non è un caso che Belladonna lo definisca "una boutique". Il luogo dove la tradizione artigianale incontra la sperimentazione artistica.

"Milano sarà l'unica sede italiana di InCeramica, ma in futuro il mio obiettivo è quello di continuare ad aprire le "boutique" InCeramica anche all'estero, espandendo il brand anche in nuove città", conclude Belladonna. Con il tempo InCeramica intende "diventare un punto di riferimento del lusso nell'arredo ceramico" conquistando realtà come New York, Pechino, Dubai.

[www.inceramica.it](http://www.inceramica.it)







44 INSPIRATION >

TREAD

For the world's leading financial institutions, the world's leading retailers and consumers.

WIRE TARGET

# SICUREZZA INFORMATICA PER TUTTI

PuntoCyber, marchio di DuskRise, offre protezione adeguata e accessibile con strumenti di monitoraggio personalizzabili



di Matteo Marchetti

**M**ettiamo subito un punto esclamativo e diamo la prima certezza: per difendersi dalle minacce informatiche, un ottimo antivirus non è sufficiente. Copre una percentuale di rischi, in realtà sempre minore, ma non va oltre. Gli attacchi oggi sono sempre più frequenti e soprattutto più sofisticati: chi li compie non è più l'hacker isolato che si vedeva nei film degli anni '90 chiuso nel proprio garage, ma vere e proprie aziende illegali che hanno all'interno 'professionisti' del settore e negozianti in grado di prendere contatti con le realtà ricattate per capire quanto è possibile ottenere in seguito a un attacco informatico.

Purtroppo nessuno è esente da rischi, dalla pubblica amministrazione fino al singolo utente, perché viviamo sempre più connessi e ogni strumento collegato in rete può trasformarsi in una potenziale vittima. A partire dai computer fino ai telefoni cellulari, alle console dei videogiochi e a tutti gli elettrodomestici che oggi sfruttano internet per una serie di funzioni. DuskRise è una delle società all'avanguardia nel campo della sicurezza informatica e adesso, attraverso Puntocyber, ha creato un sito di e-commerce che permette a tutti di ottenere un'adeguata protezione attraverso strumenti di monitoraggio personalizzabili.

Una sorta di democratizzazione della cybersecurity che coinvolge tutti, dalla grande impresa al singolo utilizzatore. I prodotti principali a disposizione sono il Cyber Check-Up che definisce i possibili rischi, e la Telesorveglianza Cyber di domini ed e-mail, servizi a 360 gradi per ridurre al minimo le possibilità di venire attaccati attraverso la rete. E attenzione, perché il problema è ben più grande di quanto si possa pensare, visto che ogni giorno si registrano tre milioni di attacchi informatici e in Italia i tentativi sono aumentati del 169% nell'ultimo anno. Diventa dunque fondamentale adottare le tecniche di difesa



Gli strumenti offerti da Puntocyber sono accompagnati dalla supervisione di un gruppo di analisi

migliori e più avanzate disponibili sul mercato. Ne abbiamo parlato con Emanuele De Lucia, chief intelligence officer di DuskRise.

**Gli utenti sono consapevoli dei rischi che si possono correre o da questo punto di vista siamo ancora indietro?**

Molti hanno la presunzione di credere di essere esenti da pericoli e che questi eventi vedano come vittime sempre gli altri. Invece il crimine informatico è un vero e proprio business e interessa tutti i settori della nostra vita quotidiana. Si possono hackerare cartelle cliniche, carte di credito, informazioni personali. Se poi questi dati arrivano da industrie, Pmi o altre entità, poco importa. La strada da fare è ancora tanta, poiché la consapevolezza dei rischi reali è ancora molto bassa.

**A livello mondiale qual è il punto di riferimento da seguire?**

Direi Israele. Sulla *information security* hanno fatto sistema, invogliando i giovani a studiare materie scientifiche e rendendoli consapevoli di quelli che possono essere le incognite: è un modello che oggi funziona. Potrei poi aggiungere gli Usa, che investono parecchio in ogni sfaccettatura del blocco tecnologico.

**E l'Italia come è messa?**

Noi, come gli altri Paesi europei, cerchiamo di seguire la strada tracciata dagli stati che ho citato. Per restare in tema, direi che siamo dei loro follower. Ma stiamo crescendo, ci sono tante startup del settore che si stanno sviluppando e ci permettono di pensare positivo, anche se non bisogna mai abbassare la guardia.



**TRA I SERVIZI ANCHE LA TELESORVEGLIANZA CYBER, UN CONTROLLO CONTINUO 24 ORE AL GIORNO E SETTE GIORNI SU SETTE CON PRODOTTI ADATTI A OGNI REALTÀ, DALLA GRANDE IMPRESA AL SINGOLO PROFESSIONISTA**

degli attacchi? A cosa puntano gli hacker?

Spesso si verificano tentativi di incursione in ambito finanziario, si punta ad accedere a servizi bancari o ai dati delle carte di credito, ma anche a falsificare indirizzi web che replicano siti di istituti di credito o assicurativi. Poi abbiamo lo spionaggio in campo istituzionale per acquisire informazioni; quindi, attività estorsiva collegata ad attacchi che magari hanno bloccato i siti di realtà importanti.

[www.puntocyber.com](http://www.puntocyber.com)



Emanuele De Lucia, chief intelligence officer

**Come Puntocyber cosa vi caratterizza?** Principalmente un approccio non convenzionale. Adottiamo una tecnologia che ci permette di definire un quadro preciso del cliente per poi valutare i possibili rischi e anticipare eventuali attacchi. Dopo un primo check up assicuriamo controlli continui, 24 ore al giorno e sette giorni su sette, attraverso la Telesorveglianza Cyber. E soprattutto i nostri prodotti sono tagliati su misura per ogni realtà, dalla grande impresa al singolo professionista.

**Quali sono le nuove frontiere della cybersorveglianza?**

È un settore che sta crescendo e si sta ampliando in continuazione. Diventa fondamentale conoscere in anticipo il proprio grado di rischio, capire dove e come posso cadere vittima di eventuali tentativi di en-

trare nella mia rete. Siamo in una fase in cui la prevenzione è davvero fondamentale.

**Si può stilare una graduatoria degli utenti più a rischio?**

Chiunque abbia uno strumento connesso in rete diventa automaticamente una potenziale vittima. E più andiamo verso la digitalizzazione, più si estende la superficie di attacco. Se oltre al computer uso anche il telefono cellulare, magari gioco online e ho anche la lavatrice o il frigorifero moderni, dunque sempre connessi, le possibilità di cadere vittima degli hacker aumentano. La mia è un'estrema semplificazione, perché la materia è molto più complessa. Proprio per questo è necessario affidarsi a dei professionisti per avere maggiori garanzie. **È possibile definire una graduatoria**



# Le leve del cambiamento

*Mare Group analizza i bisogni delle Pmi, fornisce loro piani costruiti su misura e le tecnologie più efficaci per metterli in pratica*

di **Roberto Pianta**

**L'**innovazione è indispensabile per la competitività di aziende ed organizzazioni di ogni dimensione: Mare Group analizza i bisogni, fornisce le tecnologie più adatte e ne assicura l'adozione, progettando piani personalizzati e individuando le leve più efficaci per attuarli.

La storia di Antonio Maria Zinno, amministratore di Mare Group nominato Cavaliere dell'Ordine al merito della Repubblica Italiana, ha inizio quando, sulla spinta di idee innovative, decide di avviare nuovi business. È così che nel 2001 fonda Mare Engineering, azienda attiva nel settore Ricerca e sviluppo.

Oggi è alla guida di Mare Group, una holding che vanta una presenza su tutto il territorio nazionale e un'espansione su scala internazionale. Negli anni ha sviluppato tecnologie abilitanti all'industria 4.0 e nel segno dell'ingegneria sostenibile. I campi di applicazione vanno dall'automotive all'aerospaziale, passando per il settore manifatturiero, la meccanica di precisione, i beni culturali e la Pubblica amministrazione.

Si tratta di un'azienda specializzata nell'innovazione delle imprese, a cui offre un servizio di consulenza inerente le tecnologie abilitanti per l'industria e la digitalizzazione dei processi. Lo fa da oltre vent'anni. E la nomina di Antonio Maria Zinno si intreccia proprio con la storia della sua azienda, una realtà che vanta un fatturato di 30 milioni di euro e che viene annoverata tra le prime 30 piccole medie imprese in Italia.

A dimostrarlo sono i numeri: nel 2022 Mare Group ha registrato una crescita del

**DELFI.AI È UNA PIATTAFORMA BASATA SULL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE CHE PERMETTE ALLE IMPRESE DI CONOSCERE IL PROPRIO LIVELLO DI INNOVAZIONE E LE MISURE DA ADOTTARE PER CRESCERE**

25% rispetto all'anno precedente. Il suo ultimo progetto è la piattaforma Delfi.ai, dedicata proprio alle Pmi. Con Delfi.ai Mare Group fornisce una piattaforma basata sul-

l'intelligenza artificiale, attraverso cui conoscere il livello di innovazione e le misure da adottare per migliorare i processi interni.

L'intento è quello di supportare il processo di crescita aziendale, andando a individuare i passaggi più proficui. Delfi.ai è semplice e intuitiva: inserendo all'interno della dashboard il numero di partita Iva si ottiene il calcolo del livello di innovazione. L'utilizzo di questa piattaforma inoltre è a costo zero e consente di acquistare in modo autonomo i prodotti Mare Group, accedendo a benefici fiscali e senza sostenere alcun anticipo.

Mare Group ha in cantiere altri sviluppi: è prevista l'integrazione di uno shop di prodotti dedicati alle Pmi, una chat specifica e la possibilità di scegliere tra quattro percorsi di innovazione. Il progetto Delfi.ai conferma la crescita di Mare Group, che porta avanti lo spirito iniziale con cui Antonio Maria Zinno ha fondato l'azienda e raggiunge il primo posto per capitale sociale nel Sud Italia.



Il cda di Mare Group. Da sinistra Giovanni Caturano, Marco Bellucci, Paola Marzario e Antonio Maria Zinno

# Scarica la nuova app

## Le Guide de **L'Espresso**



**SCARICA L'APP PER AVERE TUTTO IL MONDO DEL VINO  
A PORTATA DI MANO!**

**SCARICA L'APP!**

DISPONIBILE SU







# UNA DOLCE INTUIZIONE

Partito da un piccolo laboratorio ai piedi dell'Etna, Pistò oggi è un riferimento internazionale per i dolci siciliani a base di pistacchio



di Fabiola Fiorentino

**D**a un'idea di Nino Marino e Vincenzo Longhitano, la mattina ha davvero l'oro in bocca. Direttamente ai piedi dell'Etna, sulle distese verdi di Bronte, Pistì si conferma sul panorama alimentare un'eccellenza del made in Italy con i suoi dolci e l'inconfondibile crema al pistacchio che diffondono tutti i sapori e i profumi del territorio siciliano.

La natura incontaminata che cresce indisturbata intorno all'Etna è da sempre oggetto di sogni imprenditoriali, progetti e poesie. Perché da sempre in grado di generare meraviglia e stupore con i suoi colori e le sue venature. Una terra così ricca di forza e generosità che porta ogni anno giovani e fedeli appassionati provenienti da tutto il mondo, soprattutto suoi concittadini, ad innamorarsi dei suoi frutti.

Ed è così che inizia l'avventura di Pistì, tra i campi etnei nel lontano 2001, quando Nino Marino e Vincenzo Longhitano, perdutoamente innamorati della loro terra, decidono di dar vita a un piccolo laboratorio artigianale di dolci siciliani che potesse così coniugare la passione per quest'arte con il loro forte desiderio di fare impresa.

Così, grazie all'impiego di un'eccellente materia prima e all'intenzione di voler trasmettere alle future generazioni l'importanza della cultura gastronomica siciliana, i due amici riescono in poco tempo a conquistare l'attenzione del pubblico e delle fiere più note nel panorama ristorativo, tra cui il Cibus. Un traguardo ottenuto anche coniugando creatività e accuratezza.

Da quel momento, Nino e Vincenzo, visto il considerevole aumento degli ordini, decidono di acquistare uno stabilimento produttivo di 400 metri quadri nell'area artigianale di Bronte per iniziare l'attività che oggi conta 200



Da sinistra  
Vincenzo Garritano  
e Nino Marino,  
fondatori di Pistì

dipendenti specializzati, con un team composto al 90% da donne under 40.

Tra le materie prime d'eccellenza impiegate da Pistì c'è il pistacchio di Bronte, coltivato e lavorato ogni giorno dinanzi al ritratto imponente dell'Etna. Una cornice che fa da sfondo a una produzione artigianale che non prevede l'impiego di macchine. La stessa che mette in risalto l'impegno e la dedizione di un team che dal 2011 lavora ogni singolo prodotto a mano e che offre quella che per Pistì è "una miscela di esperienza, mani e cuore".

Dalla crema al pistacchio dolce, al pesto di pistacchio, passando per i pistacchi interi sgusciati e confezionati sotto-vuoto, ai biscotti, il torrone e la granella: il paniere dei prodotti a base di pistacchio d'alta qualità hanno reso l'azienda un punto di riferimento per il mercato dolciario riconoscendo la

dedizione con cui i maestri pasticceri di Pistì conoscano tutti i segreti dell'arte senza, però, voltarsi indietro.

Le lievitazioni rimangono fedeli a un solo verbo: la ricerca dell'essenziale. Così, tutti gli impasti riposano circa 36 ore dalla loro lavorazione in modo che possano sprigionare tutti gli aromi e i profumi delle materie prime scelte. Così, anche la cottura diventa parte integrante di un processo di produzione attento e minuzioso. Infatti, i panettoni, i biscotti e le colombe fanno di una cottura lenta un passaggio cruciale per la loro completa riuscita.

Ma Pistì non è soltanto pistacchio. L'azienda lavora accuratamente sulla scelta e la produzione di altre materie prime d'eccellenza come la mandorla, la nocciola e la frutta candita offrendo una vasta gamma di prodotti diversi tra loro: le paste di mandorle, i croc-



**I DUE FONDATORI SONO RIUSCITI IN POCO TEMPO A CONQUISTARE L'ATTENZIONE DEL MERCATO E DELLE FIERE PIÙ NOTE ATTRAVERSO LA QUALITÀ DEI PRODOTTI E UNA COMUNICAZIONE DIGITALE ATTENTA**

canti, i chiccosi, le colombe, i panettoni e le marmellate artigianali, ideali con il loro sapore intenso di frutta fresca per farcire torte e crostate, o da servire a colazione. Tutti interamente realizzati secondo le ricette siciliane.

Ma l'impegno per un futuro che mira all'innovazione e alla vicinanza con i suoi più amati consumatori passa anche

attraverso la comunicazione digitale. Pistì offre, infatti, all'interno del suo sito web un'intera sezione dedicata alle ricette, sia dolci che salate, che ritraggono step dopo step la creazione di un piatto a base dei suoi *best sellers*.

"Pistì oggi è una solida realtà sul mercato, abbiamo delle idee chiare su quello che è il nostro piano a medio e lungo termine". Ci racconta Nino Marino, amministratore delegato di Pistì, e continua: "Siamo oggi il riferimento del pistacchio buono, di sicura qualità. Uniamo la tradizione della nostra terra e la ricerca continua dell'eccellenza e dell'innovazione".

Una rivoluzione, quella umana, comunicativa e imprenditoriale, che in termini di investimento economico ha portato alla conferma di un marchio che, oltre a distribuire i suoi prodotti in 52 paesi del mondo, grazie ad esperti ed export manager presenti sul territorio, vanta un fatturato di 80 milioni di euro.

[www.pisti.it](http://www.pisti.it)



Oggi Pistì esporta in 52 paesi al mondo. Il segreto secondo Nino Marino (in foto) è unire l'eccellenza della materia prima all'innovazione



# Esportare le proprie radici

*Rispettoso delle antiche tradizioni, ma aperto al futuro: così Tipico si fa portavoce delle ricette made in Sardegna*

di Raffaella Galamini

**I**l Savoiaro, storico dolce piemontese, ha messo solide radici in Sardegna durante il periodo del regno sabauda. Nell'isola dei centenari ha assunto una sua precisa identità nel corso dei secoli. A Fonni la tradizione legata a questo biscotto caratteristico è da sempre molto radicata. Da tre generazioni la famiglia Masini custodisce ricette, sapori e segreti di questa dolce prelibatezza. Un'avventura imprenditoriale nata nella cucina di casa e che oggi ha assunto una dimensione internazionale. Nel 1982 la famiglia Masini ha fondato il primo nucleo dell'azienda e alla fine del decennio ha registrato il marchio Savoiaro di Sardegna. Oggi lo stabilimento si trova a Fonni e Tipico - La Buona Sardegna è il brand con cui la famiglia Masini si presenta con i suoi prodotti sui mercati nazionali ed esteri. Accanto al Savoiaro di Sardegna ecco il pane carasau e il pane guttiau, la fregula tostata, i mallorreddus. Prodotti che non hanno certo bisogno di presentazioni per la loro grande popolarità. Autentici ambasciatori del gusto e della Sardegna.

Il segreto del successo dell'azienda nuorese, radici regionali e respiro internazionale, è tutto nella capacità di dimostrarsi semplice e straordinaria al tempo stesso. Da tre generazioni, in azienda vengono usate le stesse ricette di famiglia e la ricerca degli ingredienti è fondamentale per mantenere alta la qualità.

## **IL PRODOTTO DI PUNTA È IL SAVOIARONE, UN CLASSICO DELLA PASTICCERIA ITALIANA PROPOSTO SUL MERCATO IN UNA NUOVA DECLINAZIONE**

Ogni mattina migliaia di uova fresche da allevamenti a terra, provenienti da tutta la Sardegna, vengono sgusciate da sapienti mani tecnologiche. Insieme a zucchero e farina sono gli ingredienti fondamentali dei soffici Savoiardoni. Così si ottengono

questi prodotti tipici apprezzati sul mercato nazionale ma amatissimi grazie all'e-commerce anche dalla platea internazionale.

“Crediamo che genuinità, semplicità e passione siano gli ingredienti giusti per far conoscere i nostri prodotti anche nei luoghi più lontani della nostra terra”, sottolinea Pietro Masini, responsabile commerciale di Tipico. “Quello italiano è un brand che funziona, tutto il food tricolore necessita di arrivare oltreoceano”. Da Tipico l'onore di rappresentare l'Italia nel mondo, attraverso la cultura del buon cibo e dell'alimentazione, viene vissuto anche come una grande responsabilità da portare avanti con impegno e costanza nel settore bakery. Per questo Tipico e i suoi prodotti da forno dolci e salati sono



Da sinistra Pietro, Marco e Carlo Masini, manager che rappresentano la terza generazione dell'azienda



Il Savoiardone, storico dolce piemontese, ha messo solide radici in Sardegna durante il periodo del regno sabauda

presenti in tutte le principali fiere ed esposizioni nazionali e internazionali: veri e proprio ambasciatori del made in Italy e di tutti i valori che la tradizione porta con sé. Così storie e tradizioni, profumi e sapori della terra dei centenari conquistano i palati più esigenti anche dall'altra parte del globo.

Ma Pietro, Marco e Carlo Masini, i giovani manager che rappresentano la terza generazione nell'azienda di Fonni, sanno che non ci si può fossilizzare sul passato e che se pur ci troviamo di fronte a un marchio storico bisogna vivere nel contemporaneo. Questo spiega la visione moderna e internazionale di Tipico. La sua capacità di non tradire le radici ma di tenere al tempo stesso presenti nuove esigenze e abitudini dei consumatori, an-

che in cucina. A fronte di una sempre maggiore richiesta di soluzioni culinarie semplici e veloci, allo stesso tempo gustose e adatte a qualsiasi regime alimentare ecco quindi le proposte della Buona Sardegna. Il caso più eclatante è proprio il Savoiardone di Sardegna, il prodotto di punta dell'azienda. Sui mercati online e offline accanto alla versione classica viene proposta una nuova declinazione del biscotto tradizionale grazie a una ricetta ideata proprio per il tiramisù. In vendita c'è anche il Kit Tiramisù, per chi si vuole cimentare nella realizzazione del dessert italiano più amato del mondo in soli dieci minuti e cinque semplici passaggi. La dimostrazione pratica di come si può esportare il made in Italy e i suoi prodotti più tipici purché proposti in una chiave con-

temporanea e di facile utilizzo.

Da Tipico genuinità e tradizione camminano di pari passo con la sostenibilità, tema a cui la famiglia Masini dedica da sempre grande attenzione nella convinzione che l'eccellenza passi necessariamente attraverso un approccio responsabile verso tutte le fasi della produzione. Ecco perché non viene trascurato nessun passaggio: dalla scelta delle materie prime alle relazioni con i soggetti interni ed esterni al processo. Tutto il ciclo produttivo è una filiera attenta alle esigenze dei lavoratori, dei consumatori e dell'ambiente, merito di una policy aziendale etica e condivisa. Così la Buona Sardegna è poi pronta a conquistare le tavole di tutto il mondo.

[www.tipicodisardegna.com](http://www.tipicodisardegna.com)



# DOPO LA CRISI C'È SEMPRE UNA RINASCITA?

L'Evolution Forum Business School ha intervistato 160 piccoli imprenditori, tra opportunità e ostacoli offerti dalla stagione estiva

di Matteo Calzaretta

**T**ra sole, mare e vacanze, l'Italia è divisa tra il grande ritorno dei turisti stranieri e l'erosione della capacità di spesa dei viaggiatori causata dall'inflazione. I micro e piccoli imprenditori, secondo quanto emerso dalla ricerca dell'Osservatorio Evolution Forum Business School sulle Pmi, condotta su un campione di 160 micro e piccoli imprenditori, chiedono al governo una maggiore attenzione per le esigenze delle piccole imprese. "Serve una moratoria sugli affitti dei negozi" è il grido d'allarme che emerge. L'indagine, pensata da Gianluca Spadoni

(uno dei principali trainer per le reti commerciali tradizionali, punto di riferimento in Italia nell'ambito del Network Marketing), è stata portata a termine in occasione di un'interessante due giorni di formazione tenutasi presso la Dallara Academy di Parma.

Gli imprenditori italiani guardano speranzosi ad un bilancio positivo di fine stagione, nonostante i tanti problemi che ancora attanagliano le piccole e medie imprese relativi a inflazione, costi energetici, rincari delle materie prime e manodopera pressoché introvabile. Si evince che il 75,4% delle piccole e medie imprese italiane non perde la speranza nel futuro. Il 53% degli

intervistati ha infatti una visione più ottimistica rispetto a ciò che aveva previsto in primavera, affermando che "è sempre dura, ma almeno si vede una luce in fondo al tunnel". Un dato incoraggiante in un panorama che desta incertezze sul lungo periodo. Anche per questo molti imprenditori si aspettano che il Governo in carica presti un'attenzione ancora più incisiva verso queste realtà, superando la consuetudine degli esecutivi italiani di improntare le misure prevalentemente in favore della grande impresa.

Il 30% degli intervistati pensa che in autunno 2023 potrebbe arrivare un'altra mini-recessione. Per il 20,3% la guerra in Ucraina sarà lunga e logorante, un po' come con il Covid, e le imprese si abitueranno a convivere. Il 2% invece è decisamente pessimista. Con l'inflazione alle stelle, la crisi dei consumi in estate sarà la mazzata finale: "Se in autunno non arriveranno dei soldi del Pnrr dall'Unione europea sarò costretto a chiudere a fine anno l'attività".

Ma qual è il sostegno che queste realtà chiedono al Governo? Un abbondante 43% focalizza la sua richiesta su un aiuto costante e incisivo verso le Pmi che, come dicevamo, sono storicamente messe in secondo piano dai precedenti governi italiani.

## Estate 2023: come vedono il futuro le Pmi?



Uno zoccolo duro pari al 26% reclama a gran voce il taglio del cuneo fiscale: “Vorrei assumere più collaboratori a tempo indeterminato, ma le tasse sono troppo elevate. A mia volta mi impegnerei a non licenziare nessun collaboratore sino a fine 2023, anzi ne assumerei di nuovi”. Un interessante 16% fa invece un invito mirato all'esecutivo, proponendo di pagare per un anno l'Iva per cassa (e non per competenza come avviene ad oggi) sino alla fine del 2023, riuscendo così a risparmiare e ottenendo una liquidità necessaria per ripartire nonostante la crisi. È questo ciò che sottolineano gli intervistati, consapevoli del costo che al Mef comporterebbe questa scelta.

Il restante 15% delle aziende chiamate in causa crede sia imprescindibile una moratoria sugli affitti commerciali nelle città e nelle località turistiche: “Affittare un bar o un ristorante in centro ha costi astronomici, non sappiamo quanto riusciremo a reggere questi continui aumenti. Reputiamo che solo le realtà parte di un gruppo multinazionale riescano a sostenere queste spese. Di questo passo vedremo una desertificazione dei centri storici o quantomeno spariranno le botteghe di prossimità”.

Per uno sguardo al futuro è inevitabile fare riferimento al mondo dei più giovani: questi costituiscono una parte fondamentale del capitale umano in ogni azienda. Ma ad oggi quali sono i problemi maggiori per i ragazzi che si affacciano al mondo del lavoro? Un indiscutibile 47% delle Pmi rivela che ci sono delle difficoltà a trovare collaboratori “motivati” nonostante la buona retribuzione. Un interessante



Gianluca Spadoni, ideatore della ricerca

32,6% incolpa una tragica mentalità assistenzialista inculcata nei giovani di oggi: il biennio di reddito di cittadinanza li avrebbe ingannati, facendogli credere che lavorare non comporti alcuna fatica. Da sottolineare infine un buon 20,4% degli intervistati che raccontano di una scarsa propensione al sacrificio: “Nonostante io offra una buona retribuzione, trovo pochi collaboratori pronti al sacrificio, visto che si fa fatica e che lavorare non significa restare sul divano aspettando il RdC”.

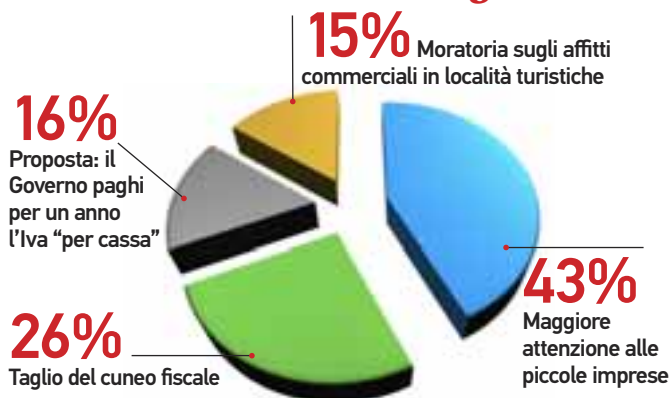
Sempre dallo studio dell'Osservatorio Evolution Forum Business School si identifica una forte difficoltà ad assumere nel settore del turismo. Alberghi, ristoranti,

## NONOSTANTE INFLAZIONE, COSTI ENERGETICI, RINCARO DELLE MATERIE PRIME E MANODOPERA NON REPERIBILE, LE IMPRESE GUARDANO SPERANZOSE AL BILANCIO DI FINE STAGIONE

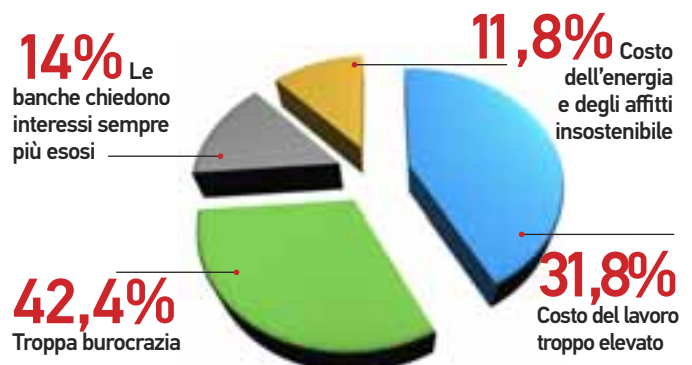
resort lanciano l'allarme: sembra un paradosso in quanto l'estate 2023, come segnalano il Ministero del turismo ed Enit, è sicuramente ricca di turisti raggiungendo livelli che non si vedevano dal 2019. Le prenotazioni vanno verso livelli record, ma gli italiani di qualsiasi età non sembrano disposti ad accettare contratti stagionali.

Cosa zavorra di più le Pmi italiane? Il 42,4% delle voci degli imprenditori punta il dito sulla “burocrazia delle mille inutili leggende”, il cui adempimento distoglierebbe l'attenzione dalla missione imprenditoriale. Il costo del lavoro, troppo elevato a causa dell'enorme tassazione, è il pensiero del 31,8% delle aziende. Per il 14% invece la zavorra è delineata dal costo del denaro necessario a sostenere la liquidità, le banche chiederebbero interessi sempre più esosi per i finanziamenti. Chiude un 11,8% accusando il costo dell'energia e degli affitti, che negli ultimi 12 mesi sarebbe diventato insostenibile e avrebbe assorbito tutta la liquidità.

### Cosa chiedono le Pmi al governo?



### Cosa ostacola le Pmi italiane?







# CAVALIERI DEL LAVORO IN ROSA

Sono in totale sei le imprenditrici  
che quest'anno hanno ricevuto l'onorificenza  
dal Presidente della Repubblica





**ISTITUITA NEL 1901,  
L'ONORIFICENZA COMPIE  
QUEST'ANNO  
120 ANNI.  
AD OGGI, CONSIDERANDO  
LE NUOVE NOMINE,  
SONO 639 I PERSONAGGI  
CHE HANNO RAGGIUNTO  
QUESTO TRAGUARDO**

**G**li imprenditori italiani insigniti dell'onorificenza di Cavaliere del Lavoro, in occasione della festa della Repubblica 2023, sono 25. I nomi, come ogni anno, sono stati indicati dai decreti del Presidente della Repubblica, Sergio Mattarella, su proposta del ministro delle Imprese e del Made in Italy, Adolfo Urso, di concerto con il ministro dell'Agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste, Francesco Lollobrigida. Ecco chi sono le donne entrate in questa prestigiosa lista.

## DALLE AUTOMOBILI ALLE BANCHE

### Manager audace alla guida dell'Irfis

**I**OLANDA RIOLO, laurea alla Bocconi in Economia aziendale, è amministratrice di quattro diverse società concessionarie in Sicilia dei maggiori marchi automobilistici, tra cui Audi, Toyota, Volvo, Mercedes, Smart, Opel e Ducati per le due ruote. Nel 1995 entra nell'azienda di famiglia, allora concessionaria Volkswagen con 33 addetti. Nel 1999 ne assume la leadership e avvia lo sviluppo acquisendo nuovi marchi e ampliando gli spazi espositivi e le officine per le attività di assistenza. Tra il 2002 e il 2008 nascono il centro Toyota city, che si estende su un'area di 10.000 metri quadri, il centro Mercedes, a cui è dedicato un hangar di 5.000 metri quadri, e l'Audi Zentrum Palermo, in un hangar di 6.400 metri quadri. Occupa 270 addetti. Iolanda Riolo è inoltre la nuova presidente dell'Irfis, l'istituto finanziario della Regione Siciliana, eletta dall'assemblea dei soci su indicazione del presidente Renato Schifani. È anche socia e tesoriera dell'Aidda Sicilia, Associazione donne dirigenti d'azienda.



**12 NAVI FINO AL NORD EUROPA****L'armatrice che punta sul green**

**Mariella Amoretti è nata a Parma nel 1952** e dal 1999 riveste il ruolo di amministratore delegato di Amoretti Armatori, un gruppo tutto al femminile se si considera che al suo fianco c'è la sorella Rina, attuale presidente. L'azienda è stata fondata dal padre Odoardo per il trasporto su gomma di prodotti petroliferi e oggi è divenuta un leader a livello globale nel trasporto marittimo

di merci petrolchimiche con quattro milioni di tonnellate movimentate ogni anno. Campi privilegiati d'azione sono il Mediterraneo e il Nord Europa, solcati da una flotta di 12 navi dotate di innovative tecnologie ispirate alla sostenibilità. Due sono le sedi in Italia, a Parma e Augusta, oltre una a Rotterdam. Occupa complessivamente 440 dipendenti, di cui 400 marittimi.

Mariella si è laureata in Giurisprudenza nel 1976 presso l'Università di Parma prima di dedicarsi all'azienda di famiglia, dove oggi la supportano anche le due figlie: Costanza (fleet director) e Maria Laura (accounting advisor).



**Mariella Amoretti, a capo della Amoretti Armatori, è affiancata dalla sorella Rina, attuale presidente, e dalle sue due figlie**

**Lady Nuncas, profumazione e detergenza casa dal 1999**

**Rosa Maria Luisa Cassata dal 1999** è amministratore dell'azienda di famiglia, Nuncas, specializzata in prodotti per la detergenza e la profumazione della casa, che nasce a Milano nel 1920 da un'idea imprenditoriale del suo fondatore, Nunzio Cassata, e oggi è guidata dalla terza generazione. Rosa Maria Luisa Cassata viene inserita in azienda dal padre Salvatore Pietro, che più avanti le affida anche la realizzazione di un nuovo marchio dedicato alla profumazione degli ambienti: siamo negli anni '90 e nasce così Compagnia dei Profumi. Nuncas opera con uno stabilimento a Rho, una boutique a Milano e due filiali commerciali in Francia e Spagna, a cui si è aggiunto il nuovo stabilimento di Settimo Milanese, il primo stabilimento industriale italiano energeticamente autonomo, grazie all'utilizzo di pannelli solari, e interamente ecosostenibile. Con oltre 250 referenze, è presente nella grande distribuzione direttamente con i marchi Nuncas, Compagnia dei Profumi, Livax e Vittoria Verde.





## Leader coraggiosa nella sfida energetica



**A CAPO DI ENERCOM, GRUPPO CHE VANTA SOCIETÀ NELLA PRODUZIONE DI RINNOVABILI E DISTRIBUZIONE GAS, CRISTINA CROTTI HA FATTO INGRESSO IN AZIENDA NEL 1999**

**CRISTINA CROTTI, 57 ANNI**, laureata in Economia aziendale con specializzazione in Economia degli intermediari finanziari presso l'Università commerciale Bocconi, è presidente di Enercom, gruppo che vanta sei società nella produzione di energie rinnovabili, distribuzione gas, vendita di luce e gas, efficientamento energetico e servizi al pubblico e al privato. Alla scomparsa del padre, nel 1999, fa il suo ingresso nell'azienda di famiglia per rilevarne la guida nel 2002 e guidarne lo sviluppo: i dipendenti salgono da 115 a 300 e i Comuni serviti tra distribuzione di gas e illuminazione da 100 a 150. Oggi Enercom fornisce oltre 165mila clienti. Oltre a ricoprire il ruolo di presidente del Gruppo Enercom, dal 1993 è vicepresidente Anigas (Associazione Nazionale Industriali Gas). Dal 2009 al 2013 è stata vicepresidente con delega a economia, formazione e credito dell'Associazione Industriali di Cremona, mentre dal 2011 al 2014 è stata membro del Comitato tecnico dell'energia presso Confindustria.



**LEADER MONDIALE NEI TAMPONI PER COVID****Biologia miliardaria**

**Stefania Triva, 58 anni**, ha iniziato a lavorare nell'azienda di famiglia Copan Italia subito dopo il college e oggi ne è presidente e amministratore delegato. Fondata nel 1979 dal padre di Stefania, Giorgio, Copan è divenuta leader nella produzione di tamponi per la batteriologia e di sistemi di prelievo e conservazione per la biologia molecolare. Nel 2003 arriva il brevetto per il tampone FLOQSwabs, capace di assicurare l'80% di raccolta dei campioni biologici, oggi adoperato su scala internazionale per verificare la positività da Coronavirus e altre epidemie. Con uno stabilimento a Brescia, due sedi produttive negli Usa e due filiali commerciali in Cina e in Giappone, Copan ha un export superiore al 90%. Produce ogni anno circa un miliardo di tamponi e 10 milioni di sistemi di trasporto virali, grazie a 615 dipendenti. Il suo patrimonio nel 2022 era stimato in 1,2 miliardi di dollari. Altri cinque membri della famiglia possiedono il resto dell'azienda, che *Forbes* stimava l'anno scorso in altri 1,3 miliardi di dollari.

**Gioielliera fiorentina dal 1980**

**Maria Grazia Cassetti** è dal 1980 amministratore di Cassetti Gioielli, azienda fondata dal padre come laboratorio di argenteria sulla Costa dei Magnoli a Firenze e da lei sviluppata in una catena di gioiellerie con sette punti vendita in Italia. Fin dagli anni '50 promuove la realizzazione di creazioni in argento e cristallo e in argento e porcellana. Nel tempo affianca alla produzione e commercializzazione di produzioni a marchio proprio, la vendita di brand di alta orologeria e di gioielleria internazionale. Oggi l'azienda è articolata in tre divisioni e opera con un laboratorio di argenteria nel quale le creazioni sono rigorosamente rifinite a mano. Si tratta di un gruppo imprenditoriale importante che ha relazioni e clientela internazionale, ha aperto sette prestigiose boutique in tre città italiane, che trattano i migliori marchi di orologeria, gioielleria, argenteria ed articoli per la casa di alto livello. La seconda e soprattutto la terza generazione portano avanti con cura, passione e determinazione l'attività. Cassetti è una azienda dinamica e in continua evoluzione con tanti progetti in cantiere. Occupa circa 25 dipendenti.







# LA CITTÀ DAL VENTRE DI MARMO

Napoli ospita le opere di Jago nella chiesa di Sant'Aspreno ai Crociferi nel Rione Sanità. Lo scultore: "Innamorato di questo luogo"

di **Carola Desimio**

**I**n quei vicoli stretti c'è sempre poca luce. Il sole non riesce a insinuarsi nelle strettoie di Napoli. Ma in compenso il vento soffia forte e asciuga il bucato steso alle finestre. Le persone parlano a voce alta da un balcone all'altro, a tratti urlano per sovrastare i rumori della città. Il Rione Sanità è il dipinto della Napoli popolare. Quella disordinata e caotica, in cui la povertà diventa esclusione sociale. Quella da cui è difficile uscire e che ti porti addosso. Non si limita alla superficie, ma si espande nel sottosuolo, luogo di ipogei ellenistici e catacombe paleocristiane, come quella di San Gennaro e San Gaudioso. È una necropoli sotterranea, in cui il cimitero delle Fontanelle ospita le vittime della Grande Peste del 1656 e del colera del 1836.

È qui, all'ingresso del Borgo dei Vergini, nella chiesa di Sant'Aspreno ai Crociferi, dedicata al primo vescovo della città e ricostruita nel XVIII secolo, che il giovane scultore Jacopo Cardillo, in arte Jago, ha aperto il primo museo dedicato alle sue opere. A 24 anni è stato selezionato da Vittorio Sgarbi per partecipare alla 54a edizione della Biennale di Venezia, dove ha esposto il busto in marmo di Papa Benedetto XVI, che gli è valso la Medaglia Pontificia. Quando il Papa nel 2013 annunciò le sue dimissioni, l'opera fu spogliata degli abiti papali prendendo il nome di *Habemus Hominem*.

In una prima fase della sua carriera non aveva abbastanza denaro per comprare il marmo. Si recava in un fiume e recuperava dei sassi, scarto del processo di cavatura del marmo. "Ho riconosciuto che il fiume era stato scultore a sua volta. Mi sono chiesto quanto valesse il mio intervento su qualcosa che era già stato scolpito e lavorato. Ho deciso dunque di lasciare al sasso una memoria". Sono nate così le "opere all'interno dei sassi" come *Scheletro*, in cui mettendo



*La Pietà* (foto di Massimiliano Ricci)

**A 24 ANNI È STATO SELEZIONATO DA VITTORIO SGARBI PER PARTECIPARE ALLA 54ESIMA EDIZIONE DELLA BIENNALE DI VENEZIA, DOVE HA ESPOSTO IL BUSTO IN MARMO DI PAPA BENEDETTO XVI, CHE GLI È VALSO LA MEDAGLIA PONTIFICIA**

tutte le fette una affianco all'altra si ricompongono il sasso naturale.

Il *Guardian* lo descrive come "il nuovo Michelangelo", che ha riportato la scultura nel ventunesimo secolo. E le opere di Jago, che restano fedeli alle tecniche del Rinascimento italiano, dialogano davvero con il tempo che abitano. Osservano, prima di esprimere. Trattengono, prima di comunicare. Decostruiscono, prima di costruire. "Per scolpire qualcosa bisogna prima romperla", dice Jago. "Camminando tra le mie opere esposte riconosco anche i miei fallimenti, che sono come le cadute che un bambino deve affrontare per imparare a camminare".

Il fallimento non è solo personale, ma collettivo. Così Napoli, una mattina di no-



vembre 2020, si sveglia con un'opera che raffigura chi non ha voce. Con il cordone ombelicale che lo incatena al suolo di Piazza Plebiscito, un bambino in posizione fetale è rappresentazione delle catene della marginalità. Si tratta di *Look down*, guardare in basso. “Immaginarsi centrale in mezzo a una piazza è qualcosa di incredibile. A Piazza Barberini a Roma, dove oggi c'è la Fontana del Tritone, un tempo non c'era nulla, se non la campagna. In questo senso, fare scultura significa cambiare le dinamiche di un luogo: diventare simbolo per un contesto e generare attorno il contesto stesso”.

Meno di un anno dopo, sul Ponte di Castel Sant'Angelo a Roma, viene installata durante la notte la scultura che raffigura un giovane profugo che dorme in strada. La scelta del

luogo è simbolica: il rifugiato si trova nel crocevia tra la Basilica di San Pietro e l'antica prigione. Il nome dell'opera preannunciava già il suo destino: *In flagella paratus sum*, (sono pronto al flagello). Dopo poche settimane, infatti, l'opera è stata distrutta. “Siamo in grado di fare una carezza, ma anche di deturpare”, dice Jago. “Ma l'atto vandalico è un valore. Il gesto degli altri continua la narrazione dell'opera stessa. Con il tempo, i nostri significati spariscono. Le cose che lasciamo diventano contenitori per i significati degli altri”.

E poi padri che raccolgono i figli dopo i bombardamenti. Per noi cresciuti dalla parte giusta del mondo è questa l'immagine della guerra in Siria. “Al telegiornale non c'era altro argomento”, racconta Jago. “Quelle



*Habemus Hominem*

immagini mi colpivano perché le guardavo mentre pranzavo. Da una parte provavo il gusto e dall'altro il disgusto. Questo genera passività. Non si riesce a concentrarsi sul disgusto, perché lo si accompagna e lo si stempera con il gusto”. Così è nata *La pietà*, così è nato anche *Il figlio velato*. “In un'era di bulimia di immagini, mi sembrava importante dare loro un peso”.

Lo scultore parte da un'immagine letteraria con la sua ultima opera: *Aiace e Cassandra*, la violenza sulla “vergine priamea” raccontata da Virgilio nell'Eneide. Ma rispetto alla statuaria classica, in cui l'espressione della donna è quasi sempre passiva e abbandonata, nel volto della Cassandra di Jago non c'è accoglienza, ma resistenza.

Le opere di Jago hanno trovato una casa, quella in cui “si scolpisce l'umanità”. “Se dovessi racchiudere in una sola parola quello che sento per Napoli, parlerei di innamoramento”, continua l'artista. “Analizzare il motivo per cui ho deciso di aprire il mio museo qui sarebbe un tradimento terribile. L'innamoramento è follia, tradurlo significherebbe banalizzarlo. Innamorarsi di un luogo significa renderlo moltiplicatore di qualcosa di sconosciuto. Questo avviene sia nella dimensione delle ombre, sia in quella delle luci. Poi c'è la dimensione del mistero, e quella va protetta. E io difendo questa città”.

[www.jago.art.it](http://www.jago.art.it)



# La condivisione del bello

*Maestosa struttura del '700, Galleria del Cardinale Colonna oggi ospita meeting, mostre e sfilate nel cuore di Roma*

di **Mirko Crocoli**

**C**i sono strutture millenarie ricche di fascino incontrastato. Tra queste la Coffee House e la Galleria del Cardinale Colonna di Palazzo Colonna, dimore settecentesche la cui vocazione attuale è all'organizzazione di eventi. Abbiamo incontrato Elena Parmegiani, direttore eventi delle location, che ci ha guidati nella scoperta di queste realtà. La Coffee House Colonna era nell'antichità la sala da tè e da ricevimenti della famiglia nobiliare romana, la Galleria del Cardinale era l'antica biblioteca, che ospitò il battesimo della futura Imperatrice d'Austria, Maria Anna Savoia.

**Lei è responsabile degli eventi della Coffee House e della Galleria del Cardinale di Palazzo Colonna. Cosa la porta a questo delicato incarico? Possiamo ripercorrere le varie tappe del suo percorso professionale?**

È una posizione di responsabilità, rappresenta non solo un lavoro, ma anche la passione della mia vita. L'organizzazione di eventi fa parte della mia persona. Dopo la maturità classica mi sono laureata in Comunicazione istituzionale e d'impresa presso l'Università La Sapienza con una tesi sul Ferrari Club Italia e le associazioni no profit. Durante gli studi iniziai a collaborare con l'organizzazione degli eventi per la Ferrari, in particolare i raduni dei possessori di queste autovetture. Svolgendo questo incarico conobbi il principe Stefano Colonna, che mi propose di occuparmi della sua settecentesca Coffee House, fino

**ELENA PARMEGIANI, DIRETTORE EVENTI DELLA LOCATION, RITIENE CHE IL CONNUBIO TRA TECNOLOGIA E ARTE SIA FONDAMENTALE: RENDERE ACCESSIBILE E FUNZIONALE UN PALAZZO SETTECENTESO SENZA STRAVOLGERNE L'ASPETTO PUÒ ESSERE LA SFIDA PIÙ BELLA**

ad allora chiusa al pubblico. Iniziò per me una nuova sfida: far conoscere una location storica come sede di eventi.

**Brevemente, ci racconti un po' di storia sia della Coffee House che della Galleria del Cardinale.**

Dal 2005 sono il direttore eventi della Coffee House e dal 2022 il direttore della Galleria del Cardinale Colonna. La Coffee House nasce nel Settecento come sala da tè e da ricevimenti. La sua riapertura al pubblico ci ha permesso di organizzare manifestazioni di alto profilo culturali e aziendali, ma anche spot cinematografici, sfilate di moda, esposizioni, serate per le più importanti società. Nel 2011 ci siamo occupati di una ristrutturazione che ha fatto sì che l'immobile si dotasse di un ingresso in esclusiva e di un ulteriore piano, oltre al Salone affrescato. Ciò



Elena Parmegiani, direttore eventi della Coffee House e della Galleria del Cardinale Colonna



La Galleria del Cardinale si presta bene, oltre che ai catering, anche a sfilate, serate di gala e ricevimenti

ha permesso alla struttura di essere una delle più competitive. La direzione della Galleria del Cardinale è il coronamento di un'esperienza di organizzazione di eventi maturata dopo anni. La Galleria è uno spazio di 500 metri quadri, un unicum su Roma. La sua struttura fa sì che la dimora si presti perfettamente all'organizzazione di sfilate, ma anche di serate di gala.

**Cosa significa adattare una location del genere alle esigenze operative del terzo millennio? Ipotizziamo sia frutto di un lavoro accurato, certosino e molto attento alle dinamiche odierne.**

Vuol dire rendere un luogo antico dotato di comfort, senza stravolgerne l'essenza. Abbiamo delle cucine per oltre trecento ospiti, utilizzate da chef stellati come Enrico Bartolini. Il connubio tra tecnologia e arte è fondamentale: gli ambienti hanno la connessione, portare ad avere in delle location settecentesche un impianto di condizionamento non è affatto banale. Essendo anche una giornalista di moda e costume, riporto le tendenze negli allestimenti e sulla tipologia di eventi.

**Un po' di numeri della struttura. Quanti eventi l'anno, a quante entità date lavoro e quali sono i principali fruitori di queste storiche sale al centro di Roma?**

Oltre cento eventi l'anno. Abbiamo dei partner come i catering natalizi e relais Le Jardin, gli allestitori AllCom e la flower designer Maria Luisa Rocchi. Lavoriamo con società finanziarie, farmaceutiche, tecnologiche internazionali. Google ha svolto da noi la presentazione delle sue tecnologie, la Fondazione Guido Carli ci sceglie da anni.

**Ci faccia entrare nel suo operato. Come è strutturato dietro le quinte?**

I nostri clienti ci contattano anche tramite il classico passaparola. Per una serata di gala iniziamo ad allestire con anticipo, i dettagli sono importanti. In occasione di eventi particolari iniziamo i preparativi anche quattro giorni prima.

**Perché una fondazione, un ente, un'associazione benefica o un cliente privato dovrebbe scegliere la Galleria del Cardinale & Coffee Colonna?**

Le caratteristiche che ci contraddistinguono

maggiormente sono la precisione, la puntualità, la cura del dettaglio, l'abnegazione e l'onestà.

**E nello specifico, più charity per fondazioni, più enti pubblici o più richieste di privati per eventi aziendali?**

Il 50% multinazionali e società estere ed italiane, il 20% enti pubblici, un ulteriore 20% privati ed infine il 10% fondazioni. Le società ci scelgono per il valore aggiunto della cultura.

**Bilancio attuale?**

Il 2023 si concluderà bene, per il 2024 abbiamo già molte prenotazioni. Sono convinta che il meglio debba ancora arrivare.

**Un suo personale punto di vista sul binomio dimore storiche ed accoglienza?**

La condivisione del bello fa bene all'anima. Debussy affermava che chiudere le finestre alla bellezza è contro la ragione e distrugge il significato della vita. Credo che il condividere qualcosa di prezioso sia un'alta forma di amore.

[www.galleriadelcardinalecolonna.it](http://www.galleriadelcardinalecolonna.it)

# UNA FINESTRA SUL FUTURO

Cambio di mentalità ed efficienza energetica  
al primo posto: con Guglielmi Serramenti  
il patrimonio abitativo diventa green





di Maurizio Abbati

**U**na lavorazione che mantiene ancora il sapore della tradizione, ma viene svolta utilizzando le più moderne tecnologie, che consentono di garantire elevatissimi standard di qualità nella gestione del processo e quindi del prodotto finale. La storia aziendale di Guglielmi Serramenti nasce nel 1980 grazie al suo fondatore Antonio Guglielmi, ora presidente del Gruppo Guglielmi, accompagnato poi nell'attività dai suoi figli, per quello che oggi si presenta come un punto di riferimento nel mercato dei serramenti in legno, legno/alluminio Pvc e non solo in tutta Italia. Questo grazie alla grande attenzione posta alla sostenibilità e alla salvaguardia dell'ambiente, che si accompagna a una forte propensione all'innovazione e quindi alla capacità di interpretare le esigenze del mercato attraverso un costante aggiornamento nel lavoro di progettazione, di ricerca di materiali, scelta di fornitori qualificati e uso di supporti tecnologici e informatici. Nella consapevolezza che un cliente soddisfatto resta comunque la migliore pubblicità.

Sono questi i pilastri che hanno portato il gruppo Guglielmi Serramenti ad offrire oggi ai propri clienti una vasta gamma di articoli: dagli infissi in legno, ai serramenti in legno/alluminio, in alluminio e Pvc, conservando la vocazione per l'artigianato di pregio. Testimonianza di questa crescita è l'inserimento del giovane ceo dell'azienda, Luigi Guglielmi, nella classifica di *Forbes Italia* dei 100 manager under 30 più promettenti del nostro Paese. Guglielmi è testimonianza del fatto che anche al Sud ci sono aziende e imprenditori di successo, che riescono a superare i tanti ostacoli, riuscendo ad elevare il proprio know-how.

È lo stesso Guglielmi a raccontare come è cambiata l'azienda nel corso degli ultimi anni

#### Ci racconti della sua azienda.

La nostra è ancora un'impresa a conduzione familiare. Insieme a me lavorano mio fratello, mia sorella e mia madre. Questo per noi è un punto di forza im-

## LA PICCOLA FALEGNAMERIA DI IERI OGGI È UN GRUPPO CHE CONTA 150 DIPENDENTI, 15 MILIONI DI FATTURATO E CHE ESPORTA I SUOI INFISSI ANCHE ALL'ESTERO

portante, che vuole testimoniare continuità, ed è così che da una piccola falegnameria, grazie alla qualità del nostro lavoro, siamo riusciti ad allargare i nostri orizzonti, portando l'azienda a varcare i confini nazionali e ad avere un ruolo importante in mercati internazionali. Nel 2000 abbiamo aperto un nuovo stabilimento da oltre 1.500 metri quadri e nel 2010 è arrivato un terzo stabilimento da 8mila metri quadri. Oggi contiamo oltre 150 dipendenti e il fatturato ha superato i 15 milioni di euro.

#### Dalla maggiore attenzione all'ambiente alla ricerca di soluzioni utili a ridurre i consumi energetici, come cambia la produzione di infissi?

In questi anni abbiamo sviluppato oltre 20 progetti di nuovi serramenti guar-



Luigi Guglielmi



Lo stabilimento di Guglielmi Serramenti nella zona industriale di Baragiano, in provincia di Potenza

dando proprio alle diverse esigenze del costruire. Stiamo puntando molto sull'internazionalizzazione, tanto che oggi il 40% della nostra produzione è rivolta ai mercati esteri, che hanno apprezzato l'attenzione al design e l'ottima efficienza energetica dei nostri materiali, oltre alla loro durata nel tempo. Un livello testimoniato dal fatto che il prodotto Guglielmi è stato scelto anche dall'emiro Tamim bin Hamad al-Thani per la sua nuova villa residenza a Doha. Noi guardiamo a un progresso qualitativo unito allo sviluppo sostenibile, perseguendo una decisa politica ambientale. L'azienda è certificata Uni En ISO 9001:2000, il riferimento mondiale per la certificazione del sistema di gestione per la qualità, che permette di monitorare l'intero ciclo





produttivo e organizzativo, oltre alla certificazione Bs OHSAS 8001:2007 per la sicurezza sul lavoro. Inoltre dal 2008 l'azienda possiede la certificazione Iso 14001:2004, standard che fissa i requisiti di un sistema di gestione ambientale, a conferma dell'interesse per uno sviluppo che sia sostenibile e che garantisca alle future generazioni delle condizioni ambientali migliori di quelle che possiamo prospettare oggi.

**La vostra è stata una crescita molto rapida e ben coordinata, che vi ha portato ad una importante posizione di mercato. Nel futuro cosa vedete? Guardate a un'ulteriore crescita?**

Abbiamo già previsto un investimento da dieci milioni di euro inserito nel piano

industriale 2023/2025 per sostenere lo sviluppo tecnologico e puntare all'apertura di un quarto stabilimento attraverso il quale arrivare a un incremento della produzione del 40%, con l'obiettivo di giungere a fine 2025 e raddoppiare il fatturato rispetto agli anni precedenti. C'è poi una nuova evoluzione in cantiere: si tratta di una nuova linea di serramenti ancora più performante delle attuali, che abbiamo battezzato Serie Luce 100 e presenteremo al Made Expo 2023 di Milano. Una maggiore superficie vetrata consentirà di ottenere un 50% in più di luminosità rispetto ai prodotti oggi sul mercato, grazie a dei profilati ridotti, con grande vantaggio per gli ambienti. Abbiamo già le prime commesse e siamo certi che sarà una novità di altissimo li-

vello, rivolta a clienti esigenti e attenti al design. Questa crescita non modificherà niente per quanto riguarda l'attenzione alla qualità e alla cura del prodotto, oltre che del cliente, che affianchiamo anche nella fase di post vendita.

#### **Obiettivi di espansione del gruppo?**

Nei miei piani a breve c'è il voler acquisire nuove società strettamente collegate al nostro business, con l'obiettivo di proiettare il nostro marchio nei primi posti a livello nazionale, acquisendo un ruolo importantissimo nel panorama dei serramenti e chiusure per esterno. La nostra direzione è il futuro. La vera ricchezza è muoversi su questa strada in un clima di costante fiducia e condivisione.

[www.guglielmiserramenti.it](http://www.guglielmiserramenti.it)



# Nuove esperienze d'acquisto

*Abbi Group, da 70 anni nella grande distribuzione, continua a crescere: oggi è presente con sei insegne in cinque regioni*

di Andrea Salvadori

**U**n giro d'affari in costate crescita, una rete di insegne e una proposta commerciale in costante evoluzione, nuovi investimenti per la digitalizzazione e una marcata attenzione al territorio. Gruppo Abbi, l'azienda sarda del gruppo F.lli Ibba attiva nel settore della grande distribuzione, ha chiuso il 2022 con un fatturato al consumo di oltre 765 milioni di euro, in crescita di circa il 13% sul 2021, impegnando una forza lavoro di oltre 3mila persone. Un risultato che conferma le performance raggiunte negli ultimi anni che hanno visto la società crescere in media anno su anno tra il 10 e il 20%. "Negli ultimi mesi stiamo assistendo ad un forte cambiamento della spesa dei nostri clienti e del loro carrello. La minore capacità d'acquisto dettata dall'inflazione sta portando il cliente a una maggiore attenzione nella spesa prestando particolare attenzione ai prezzi", spiega Giangiacomo Ibba, presidente del gruppo. "Nei nostri store aumentano infatti le visite a settimana a fronte di una leggera contrazione dei volumi, mentre per quanto riguarda le vendite a valore a rete costante stiamo crescendo con almeno un delta di due punti percentuali sopra il mercato sardo: nuovi clienti, dunque, si rivolgono a noi". Un business con il segno più per il gruppo Abbi, nonostante le difficoltà che il settore sta vivendo a fronte di un potere d'acquisto dei cittadini in forte difficoltà a causa degli alti tassi di inflazione. Performance

**TRA LE NOVITÀ IL SOCIAL E-COMMERCE, UN'ESPERIENZA DIGITALE SEMPLICE E VELOCE: IL CONSUMATORE PUÒ AGGIUNGERE AL CARRELLO TUTTI I PRODOTTI CHE GLI SERVONO IN QUALSIASI MOMENTO DELLA GIORNATA, MEMORIZZANDOLI PER LE SPESE SUCCESSIVE**



Giangiacomo Ibba, presidente del gruppo

che sono il frutto, secondo Giangiacomo Ibba, "del piano di sviluppo messo in atto dal gruppo e in particolare di una politica coraggiosa portata avanti sul fronte delle insegne e delle linee di prodotto".

La società è presente nel territorio in modo capillare, "dal centro abitato più piccolo alla grande città. La peculiarità del gruppo è quella di articolarsi in diversi canali distributivi e diverse insegne. Operiamo nel commercio moderno alimentare con una rete di oltre 300 punti vendita, in parte diretti e in parte di imprenditori partner, con insegna Crai, Despar, Tutti-giorni e nel settore Ho.Re.Ca con cinque *cash & carry* a marchio Centro Cash". La novità più recente per il gruppo è stata l'ideazione e il lancio sul mercato dell'insegna Tutti-giorni. "Un nuovo format che si distingue sul mercato per l'integrazione omnicanale con un social e-commerce proprietario, la politica commerciale basata sull'*every day low price* e la predilezione dei prodotti a marchio del distributore. Il nostro social e-commerce è un *unicum* nel mercato del food retail online, ed è stato pensato per garantire un'esperienza digitale semplice e veloce, un sistema che permette al consumatore di aggiungere al suo carrello i prodotti di cui necessita in qualsiasi momento della giornata, memorizzandoli così per gli acquisti successivi. Ma soprattutto grazie al progetto i nostri clienti possano vivere in modo immersivo la comunità social, per poter condividere opinioni, esperienze e ricette con altri utenti e con il brand,



Nonostante la minore capacità d'acquisto dettata dall'inflazione, negli store del gruppo aumentano le visite a settimana

interagire con la nutrizionista dell'azienda ed entrare in contatto diretto con i produttori sardi, protagonisti delle scelte commerciali di Tuttigiorni". L'esordio del nuovo format è avvenuto a Cagliari. "Ad un anno dell'apertura il bilancio è molto positivo e ora dunque abbiamo in programma nuove aperture sia in Sardegna sia in altre regioni d'Italia".

Il Gruppo Abbi ha investito tanto anche nell'innovazione di prodotto, attraverso la creazione dei brand La Rosa dei gusti e Cuore dell'Isola. "La Rosa dei gusti è un progetto che nasce nel 2020 per offrire prodotti d'eccellenza progettati secondo elevati standard qualitativi, con una ricetta assolutamente distintiva ma con un prezzo comunque accessibile. Abbiamo costituito un team di product manager, guidato da Roberto Comolli, che studia e crea ricette che hanno vinto tra l'altro diversi premi internazionali, come l'European Private Label Awards 2023". La marca Cuore dell'Isola "ha invece l'obiettivo di creare valore per il nostro

territorio attraverso una linea di prodotti realizzati esclusivamente in collaborazione con aziende sarde con ingredienti locali. Attraverso questo brand vogliamo essere promotori di una filiera corta, sostenibile ed etica, che contribuisce a creare un'economia circolare e a fare sistema tra tutti gli attori della filiera. Questo progetto per noi è così tanto strategico e importante che abbiamo deciso di aprire il primo store a marchio Cuore dell'Isola a Cagliari nel cuore di Piazza Yenne".

Il gruppo è molto attivo anche sul fronte della digitalizzazione con tre cantieri aperti. "Innanzitutto, al fine di migliorare l'esperienza all'interno dei nostri negozi, stiamo cercando di facilitare e velocizzare il processo di acquisto con casse automatiche, applicazioni sul cellulare o sul punto di vendita per il self scanning". La società, quindi, intende adottare "un approccio sempre più *data driven* al fine di comprendere i bisogni dei clienti ed offrire esperienze personalizzate". In ultimo, il digitale rappresenta una leva per il mi-

glioramento dei processi aziendali, "inteso come maggior rapidità, semplificazione, efficienza dell'operatività alzando il livello delle performance e rendendo più efficace l'erogazione dei servizi. Per esempio, nei nostri centri logistici abbiamo automatizzato alcune attività, come i magazzini verticali dotati di cassette automatiche in logica *goods to man*".

Guardando al futuro, il nuovo piano industriale 2023-2025 punta a raggiungere alla fine del triennio "un fatturato di gruppo alle casse di un miliardo di euro con un Ebitda all'8%". Come? "Migliorando la nostra produttività a metro quadrato, diventando un player rilevante anche nel Tirreno, con la crescita della marca privata, lo sviluppo della strategia e-commerce, con il consolidamento del canale Cash & Carry con una rete capillare in Sardegna e, soprattutto, continuando a mettere al centro le persone, che per il gruppo rappresentano da sempre il valore più grande".

[www.abbigroup.com](http://www.abbigroup.com)

# PICCOLI GIGANTI IL TOUR A TAPPE CONTINUA

Il sesto appuntamento stagionale di Forbes Small Giants 2023 si è svolto all'Unicorn di Ancona. Nella terrazza dell'hub i talenti, gli imprenditori e gli startupper del territorio si sono confrontati e hanno raccontato le strategie adottate per affrontare le loro sfide

di **Agostino Desideri**

**D**opo il successo delle prime cinque tappe del 2023, il roadshow di Small Giants è approdato ad Ancona per dare voce agli imprenditori marchigiani. La sesta tappa, realizzata in collaborazione con Confindustria, si è svolta all'Unicorn, hub di innovazione tecnologica dove talenti e startup hanno raccontato le loro storie e le strategie adottate.

Evento, moderato dal giornalista di Forbes ed executive editor del progetto Forbes Small Giants Edoardo Prallini, si è aperto con l'intervento del presidente di Confindustria Ancora Pierluigi Bocchini, che ha voluto salutare il pubblico presente in sala e raccontare lo stato dell'arte delle piccole e medie imprese del territorio. Il primo dei tre panel previsti, in-

titolato 'Persone e ambiente', è stato dedicato alle strategie sostenibili delle imprese e all'importanza del capitale umano all'interno di queste organizzazioni. Il primo intervento è stato quello di Angelo Abate, ceo di Gumpab e anche fondatore e presidente di Unicorn, seguito dalle parole del fondatore e ceo di Leanbet Andrea Bet, che si è soffermato sulla filosofia Lean, improntata sullo snellimento dei processi interni e l'ottimizzazione delle risorse. Sostenibilità e innovazione sono stati invece i temi al centro dell'intervento di Alessia Placchi, avvocato di Lca Studio Legale, che ha parlato delle strade legali per raggiungere gli obiettivi green.

L'evento è proseguito con il panel 'Territorio e nuove sinergie', dedicato all'importanza della collaborazione e della presenza sul campo degli imprenditori.



Territorio e nuove sinergie i temi del secondo panel





All'evento sono stati presentati anche i nuovi numeri di luglio di Forbes e di Forbes Small Giants



Il team di Lca Studio Legale. Al centro l'avvocata Alessia Placchi, ospite della prima tavola rotonda



Tra gli spettatori imprenditori e imprenditrici locali. Gli eventi Forbes Small Giants sono un'ottima occasione per confrontarsi con altre realtà e fare network



Davide Crugnale, capo area centro Adriatico di Banca Ifis





Il tema di Alibaba.com. A sinistra Andrea Ballardini, head of partners development, tra i relatori del primo panel

## Dopo la sosta estiva si riparte con Lecce

Stop ad agosto, si riprende a settembre. Prima il Salento, poi sarà il turno di Perugia, Mantova e Palermo

Tra gli interventi quelli dell'head of partners development di Alibaba.com Andrea Ballardini, che ha parlato dell'importanza di valorizzare il made in Italy creando nuove sinergie tra imprese, e Danilo Fallappa, fondatore e direttore generale di Innoliving, Quest'ultimo ha spiegato la filosofia che unisce l'innovazione al concetto dell'abitare, raccontando anche obiettivi e sfide future della sua azienda. A chiudere il panel il discorso di Alberto Rossi, fondatore e amministratore delegato di Fmg, azienda leader nella logistica del porto di Ancona, un luogo strategico per fare rete imprenditoriale nelle Marche, in Italia e negli altri porti dell'Adriatico. L'ultima parte dell'evento, dedicata ai 'Servizi alle pmi', ha visto intervenire diversi ospiti sul palco. A partire dal capo area centro adriatico di Banca Ifis Davide Crugnale, che ha ribadito l'impegno della sua banca nell'offrire soluzioni innovative e un supporto alle pmi italiane nell'innovazione e nella digitalizzazione dei processi. Il panel è proseguito con Luca Como, head of disty channel sales di Samsung, e Saul Cremona, regional manager di Edenred Italia. Il primo si è soffermato su temi come la cybersecurity e l'hybrid working, mentre il secondo ha spiegato le soluzioni migliori per il benessere aziendale e come queste possano incidere sul business. Il viaggio alla scoperta delle eccellenze italiane proseguirà con la tappa di Lecce, in programma per il 14 settembre.



Il team Leanbet. A sinistra Andrea Bet, fondatore e ceo, che ha preso parte alla prima tavola rotonda







# LA SILICON VALLEY MADE IN PUGLIA

Primo incubatore certificato del Salento,  
The Qube supporta lo sviluppo di nuove imprese  
offrendo consulenza e spazi di coworking



di **Andrea Salvadori**

**D**al 2013 supporta lo sviluppo di nuove realtà imprenditoriali, tra cui tante startup innovative, soprattutto attraverso servizi di consulenza e spazi di coworking. Dal 2022 è quindi entrata nella sezione speciale del registro nazionale della Camera di Commercio dedicata agli incubatori certificati dal Mise (il primo del Salento, il secondo in Puglia). Si chiama The Qube l'iniziativa di cui Salvatore Modeo è fondatore e project manager, una realtà diventata ormai un punto di riferimento per startup, aziende, innovatori pugliesi e non solo, grazie alle tante attività di animazione territoriale per la diffusione della cultura d'impresa, ai percorsi di accelerazione, alle partnership con gli investitori nazionali e internazionali, e alla promozione e gestione di spazi in coworking. Fondata nell'orbita dell'Università del Salento, inizialmente con un'associazione con sede legale nell'appartamento di Salvatore Modeo ad Avetrana, nel tarantino, The Qube si è subito fatta notare per la sua capacità di mettere in campo iniziative pensate per fornire gli strumenti idonei per rendere concrete idee imprenditoriali innovative. Dopo l'apertura della prima sede a Lecce, The Qube ha inaugurato nel 2019 l'hub di Brindisi. Nel 2020, come su detto, il rico-



L'incubatore ha saputo mettere in contatto partner istituzionali e privati, imprese locali, startupper e il mondo dell'università e della ricerca

noscimento di primo incubatore certificato di startup del Salento, un traguardo importante e non facile da raggiungere, a riprova del buon lavoro svolto dall'acceleratore, un progetto che ha sempre saputo guardare in direzione dello sviluppo di un sistema imprenditoriale innovativo nel Sud

Italia.

Il progetto è maturato negli anni grazie alla capacità di fare rete sul territorio salentino e di mettere in contatto così partner istituzionali e privati, imprese locali e giovani startupper, e infine il mondo delle università e della ricerca. Nel 2020, ad



L'obiettivo è fornire ai giovani le competenze per rendere concrete idee imprenditoriali innovative





## **LE STARTUP IN PORTAFOGLIO SONO ACCOMUNATE DALLA COMPONENTE TECNOLOGICA MA PROVENGONO DA SVARIATI SETTORI: DALL'IA AL CALCOLO AVANZATO, PASSANDO PER L'AGRITECH E LA SMART MOBILITY**

Cervellotik, realtà del settore dell'educazione digitale nell'ambito di istruzione, formazione ed orientamento.

The Qube opera oltretutto in una regione che si sta dimostrando tra le più attente e con maggiore iniziativa nell'ambito del venture capital. A inizio 2023 è stato infatti annunciato il varo di Equity Puglia, un intervento di ingegneria finanziaria finalizzato a dare alle piccole e medie imprese e alle startup innovative la possibilità di aumentare il livello di capitalizzazione e dunque la propria solidità patrimoniale, attraverso la partecipazione nel capitale aziendale di investitori specializzati. Il nuovo fondo sarà gestito dalla finanziaria regionale Puglia Sviluppo e cofinanzierà i fondi di investimento con una dotazione iniziale di 60 milioni di euro, che consentirà di apportare nuovo capitale nelle startup e piccole e medie imprese innovative per almeno 120 milioni di euro.

L'acceleratore pugliese guarda anche oltreconfine e ha preso parte nel maggio del 2023 alla manifestazione Smau-Italy RestartsUp svoltasi a San Francisco, organizzata presso il distretto Innovit, l'hub strategico per la promozione dell'ecosistema economico, scientifico e culturale italiano negli Stati Uniti. The Qube ha potuto così presentare le realtà del suo portfolio che si sono distinte per visione innovativa,

qualità dei prodotti e impatto potenziale nei campi, tra gli altri, dell'intelligenza artificiale, della mobilità sostenibile e dell'efficienza energetica, fornendo così loro un'ampia gamma di opportunità di networking, accesso a investitori qualificati e connessione con attori chiave dell'ecosistema tecnologico della Silicon Valley.

I settori in cui operano le startup nel portafoglio di The Qube sono svariati e tutti accomunati dalla componente tecnologica. Sono diverse le startup che investono nell'intelligenza artificiale, nel calcolo avanzato e nella cybersecurity. Nutrita inoltre la presenza di newco che si occupano di agritech. Il che non stupisce in una regione come la Puglia, dove l'agricoltura intensiva e moderna riveste un ruolo preminente nel tessuto economico. Non mancano infine realtà che si occupano di mobilità, come Daicar Rent, fondata con l'obiettivo di semplificare e automatizzare i processi legati al noleggio a lungo termine delle auto, e Ztt, marketplace che supporta operatori ed aziende del trasporto pubblico e privato interessati alla sharing mobility.

[www.theqube.it](http://www.theqube.it)

esempio, nell'ambito del programma Seed per il Sud, Cdp Venture Capital sgr, con il Fondo Italia Venture II, ha coinvestito in quattro startup del portafoglio di The Qube, grazie al supporto dell'advisor Giovanni De Caro. L'importo totale di queste operazioni (per tre startup in Puglia e una in Basilicata) è stato di 1,3 milioni di euro e, di questi, 800mila euro sono stati erogati da Cdp Venture Capital sgr. Le startup selezionate come beneficiarie degli investimenti sono Connexa Insurtech, attiva nel comparto europeo delle assicurazioni auto con una soluzione per la definizione del rischio a partire dai dati telematici generati raccolti durante la guida; Memento, azienda specializzata nello sviluppo e distribuzione di giocattoli nei principali mercati internazionali; Bionit Labs, operante nel campo della ricerca e sviluppo e commercializzazione di prodotti dedicati al settore della bionica e robotica con applicazione prevalente in ambito ortopedico-sanitario;



Salvatore Modeo, fondatore e project manager

# Il punto d'incontro tra conoscenza e persone

*Taylora è una piattaforma dove si possono raccogliere risorse formative, insegnare e vendere corsi. Tutto in un unico luogo*

di Andrea Salvadori

**“C**rediamo che la conoscenza di ogni persona sia così importante che meriti di essere condivisa con il mondo. Per questo abbiamo creato Taylora, una piattaforma per la condivisione della conoscenza dove chiunque può raccogliere e creare risorse formative, insegnare e vendere i propri corsi, tutto in un unico luogo”. Si presenta con queste parole e con questa mission Taylora, la startup italiana nata su iniziativa di Marco Dal Colle e Marco Casotto, due veneti con alle spalle oltre vent'anni di esperienza nel mondo della formazione. Attiva da marzo del 2023, Taylora sfrutta le potenzialità del digitale per offrire a chi ne ha le competenze la possibilità di realizzare corsi online e a chi è interessato ad approfondire la conoscenza di svariate tematiche. Percorsi di apprendimento, webinar, lezioni frontali e sessioni di coaching sono al centro di un progetto che, nei primi due mesi di attività, ha raccolto oltre tremila iscritti. Diverse le tematiche proposte sino ad oggi, dal *business consulting* alla programmazione, dalle lezioni di fitness ai corsi sul cyberbullismo e sulla gamification, fino a progetti rivolti a barman o ad aspiranti pole dancer.

Ma come funziona Taylora? Ai creator la piattaforma dà l'opportunità di raccogliere materiali didattici come pdf, video, immagini, audio e anche link; creare nuovi contenuti come quiz, test, sondaggi

**AL PRIMO AUMENTO DI CAPITALE DI 150MILA EURO HANNO PARTECIPATO SMEUP E L'ACCELERATORE FUTURED: LE NUOVE RISORSE SUPPORTERANNO LA STARTUP NEL CONSOLIDAMENTO DEL TEAM DI SVILUPPO TECNICO E NELL'AMPLIAMENTO DELLA BASE CLIENTI**

e organizzare eventi come webinar, lezioni frontali, sessioni di coaching e combinarli con i materiali didattici per creare corsi e percorsi di apprendimento; condividere singoli contenuti o corsi con un link o attraverso un invito via email a studenti, colleghi e amici; vendere corsi, eventi e contenuti e ricevere i pagamenti in modo semplice. Per chi invece desidera apprendere e migliorare le sua formazione, Taylora permette di raccogliere materiali di studio come presentazioni, dispense, video, immagini e link di approfondimento, pronti per essere consultati all'occorrenza; seguire corsi e percorsi formativi, partecipare ad eventi formativi online o di

persona e programmare sessioni di coaching; condividere materiali di studio con amici e colleghi di lavoro ed invitarli a partecipare ad iniziative formative; scegliere e acquistare corsi e corsi di formazione per accrescere il proprio bagaglio culturale e professionale.

Taylora ha chiuso a luglio il suo primo round di finanziamento. Selezionata e accelerata da FuturEd, l'acceleratore di startup interamente dedicato all'emergente comparto dell'EdTech (e parte della Rete nazionale acceleratori che Cdp Venture Capital Sgr sta costituendo in tutto il territorio italiano), Taylora ha raccolto 150mila euro. Un aumento di capitale al quale hanno partecipato Smeup, tramite il Cvc S2Capital, e appunto l'acceleratore FuturED con un ticket di investimento iniziale. Smeup è un importante player del panorama informatico italiano e si posiziona come partner per le aziende che vogliono essere accompagnate nel processo della trasformazione digitale.

“La conoscenza di ogni persona è così importante che merita di essere condivisa con il mondo, perché solo così può creare valore per gli altri. È partendo da questa convinzione, unita alla nostra esperienza nel settore della formazione che è nato il progetto Taylora”, spiegano Marco Dal Colle e Marco Casotto, fondatori della piattaforma. “In questo ambizioso percorso che abbiamo intrapreso, Smeup e FuturED rappresentano il trampolino di lancio ideale. Smeup è un gruppo industriale di grande spessore, capace di supportarci sotto il profilo tecnico, commerciale e fi-



Da sinistra Marco Dal Colle e Marco Casotto, fondatori di Taylora

nanziario. L'accelerazione di FuturED ci consente invece di attivare connessioni con persone e organizzazioni che credono nella nostra idea e continuano a supportarci". L'investimento nella fase di pre-seed sta garantendo i capitali che contribuiranno ai prossimi sviluppi di Taylora. Le nuove risorse finanziarie saranno infatti utilizzate dalla startup per consolidare il team di sviluppo tecnico e per sostenere l'ampliamento della base clienti. Nel piano di Taylora, oltre all'aumento del numero dei creator iscritti e allo svi-

luppo continuo della piattaforma, figurano inoltre il consolidamento del proprio posizionamento nel mercato italiano e il rilascio di nuove funzioni per entrare anche nel settore B2B, attività che diventeranno realtà grazie agli investimenti garantiti da un nuovo round di finanziamento già pianificato.

Ledtech è un comparto in crescita, spinto in particolare dal periodo pandemico e dai lockdown. Secondo l'ultimo rapporto realizzato dall'Osservatorio Ed-Tech della School of Management del

Politecnico di Milano, il fatturato dei provider italiani di education technology ha raggiunto lo scorso anno circa 19,5 miliardi di euro. Anche perché sono sempre di più le imprese che investono i propri budget dedicati alla formazione nelle soluzioni di *digital learning*. Dall'altra parte anche per la maggioranza delle scuole e delle università italiane gli investimenti futuri nelle tecnologie digitali costituiscono un obiettivo strategico e imprescindibile.

[www.taylora.com](http://www.taylora.com)



AD AGNONE L'AZIENDA PIÙ ANTICA D'ITALIA

# Campane Marinelli da oltre un millennio

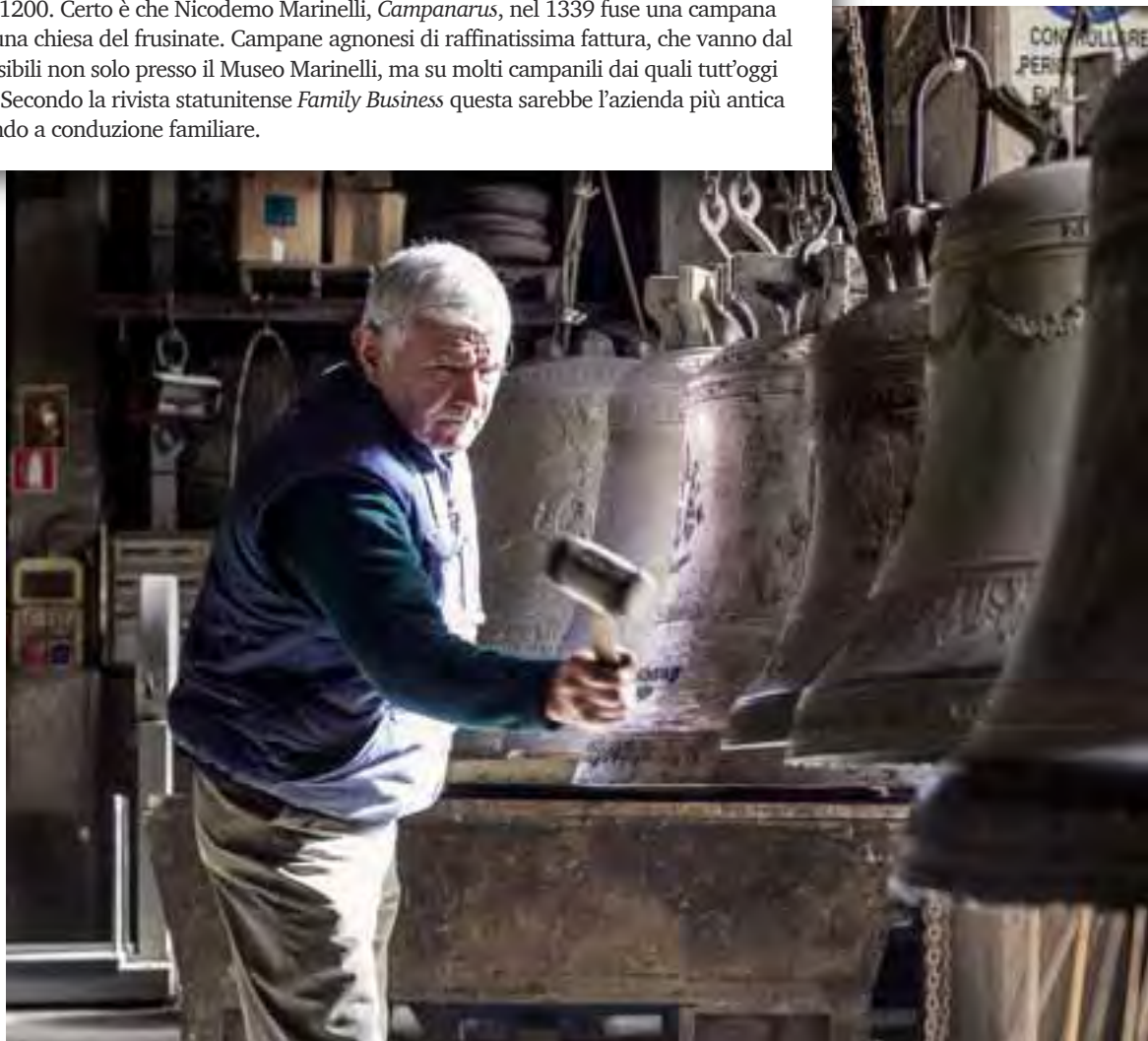
**È difficile ricercare l'inventore** delle campane e il popolo che le usò per primo. I popoli orientali ne conobbero presto l'uso, in Cina è annoverata tra i bronzi più antichi. In India, i filosofi usavano riunirsi a mangiare e a pregare al suono di campanelle. Anche nell'antico Occidente, presso gli Etruschi, era ben diffuso l'uso di campane. Nel cuore dell'Italia, in Molise, si trova un paese dove nasce la voce degli angeli: si chiama Agnone delle campane e qui, da mille anni, perdura l'arte della fusione dei bronzi sacri.

La Pontificia Fonderia è l'unica sopravvissuta tra le dinastie dei numerosi fonditori di campane di Agnone che da otto secoli si tramanda ininterrottamente, di padre in figlio, quest'arte antica. Proprio nel Museo Marinelli è infatti conservato un raro esemplare di campana gotica che la tradizione vuole sia stata fusa 1000 anni fa, ad Agnone. È probabile che campane in bronzo di notevoli dimensioni si fondessero ad Agnone anche prima del 1200. Certo è che Nicodemo Marinelli, *Campanarus*, nel 1339 fuse una campana di circa due quintali per una chiesa del frusinate. Campane agnonesi di raffinatissima fattura, che vanno dal XIV secolo in poi, sono visibili non solo presso il Museo Marinelli, ma su molti campanili dai quali tutt'oggi espongono il loro suono. Secondo la rivista statunitense *Family Business* questa sarebbe l'azienda più antica in Italia e seconda al mondo a conduzione familiare.

---

**Nel Molise  
la Pontificia  
Fonderia  
ha superato  
tutti i passaggi  
generazionali:  
il primo  
campanarus  
attestato della  
famiglia  
risale al 1339**

---



## CENT'ANNI FA NASCEVA LA ZOPPAS LA STORIA ITALIANA DELL'ELETTRODOMESTICO

**Nella provincia di Treviso** un ruolo di primo piano spetta al comparto degli elettrodomestici (basti pensare che è prima in Italia per export in questo settore). E tra le imprese che hanno fatto la storia in questo senso c'è sicuramente la Zoppas, impresa che nel 1973 è stata assorbita dalla Zanussi di Pordenone, della quale era sotto il controllo dal 1970 e di cui seguì le sorti, passando nel 1984 sotto il controllo della multinazionale svedese Electrolux. Oggi, tuttavia, avrebbe compiuto un secolo di vita. L'impresa nacque su iniziativa del signor Ferdinando Zoppas, un venditore ambulante originario di San Vendemiano, in provincia di Treviso, che nel 1923, nella vicina Conegliano, aprì un negozio di ferramenta sotto la ragione sociale Zoppas Ferdinando & Figli. Dopo appena un anno dall'avvio dell'attività, nel 1924, Zoppas morì e la conduzione del negozio passò ai suoi tre figli, Francesco (1902-1971), Riccardo Augusto (1903-1971) e Luigi (1906-1970), che con il supporto dello zio materno Luigi Buzzati, lo trasformarono in un'officina per la riparazione e la commercializzazione di stufe e cucine a carbone e a legna, per la gran parte importate dalla Germania.



## Brebbia, il segreto sta nella radica Le pipe più antiche d'Italia fatte a mano dal 1953

**E**RA IL 1947 quando Enea Buzzi e suo cugino Achille Savinelli, il cui padre Carlo gestiva un negozio di articoli per fumatori a Milano, decisero di produrre pipe. Fondarono una fabbrica a Brebbia. Nel 1953 Enea Buzzi rilevò la proprietà della Pipe di Brebbia, che è tuttora di famiglia. Quest'anno dunque l'azienda in provincia di Varese festeggia il suo 70esimo anniversario. È sicuramente il laboratorio più antico esistente in Italia ora ancora attivo. In oltre 70 anni di attività la Brebbia si è guadagnata riconoscimenti dovuti spesso alla felice collocazione del laboratorio. Si trova infatti in una conca di arenaria a fondo valle chiusa su tutti i lati e attraversata in lungo ed in largo dal fiume Bardello, emissario del lago di Varese. Il terreno basico e l'estrema umidità generano un microclima perfetto per la stagionatura naturale della radica, che solo qui riesce ad espellere quasi totalmente il tannino contenuto nelle radici dell'erica. L'acido tannico è infatti il maggiore responsabile del cattivo sapore di una pipa soprattutto alle prime fumate.



## 70 anni di chiodini Quercetti: tanta voglia di colore

**Compie 73 anni la Quercetti,** storica azienda di giocattoli educativi, simbolo del made in Italy. Fondata nel 1950 e da allora sempre rimasta a Torino, Quercetti è un'azienda che ha accompagnato migliaia di bambini nella crescita con i suoi chiodini colorati. Fieramente italiana, l'azienda è una delle poche nel mondo del giocattolo a non aver delocalizzato la produzione in Asia, scelta che è stata vincente agli occhi dei consumatori. E spegne invece 70 candeline il loro gioco più rappresentativo. Era il 1953 quando veniva inventato il gioco dei chiodini, che permette di trasformare qualsiasi immagine in un puzzle personalizzato. "Tutti gli adulti dovrebbero conservare la voglia di giocare, per non dimenticare e non rinunciare alla strada da esploratori che intraprendiamo da bambini", dice l'azienda in occasione del settantesimo compleanno.



**L'AZIENDA TORINESE È UNA DELLE POCHE AL MONDO A NON AVER DELOCALIZZATO LA PRODUZIONE IN ASIA. ANCORA OGGI SONO NUMEROSE LE FAMIGLIE CHE CONTINUANO A DARE FIDUCIA A QUESTI GIOCATTOLE EDUCATIVI COMPLETAMENTE MADE IN ITALY**

---

## Carte da gioco e non solo 95 anni fa nasceva la Dal Negro



**LE ORIGINI DELL'AZIENDA** risalgono al 1756, anno in cui alcuni documenti storici testimoniano l'esistenza di una fabbrica di carte da gioco a Treviso di proprietà austriaca. Quasi un secolo dopo a sviluppare la produzione trevigiana di carte furono i fratelli Francesco e Giovanni Prezioso. La loro ditta fu rilevata nel 1876 da Francesca Rind, dando vita alla Successori Prezioso. Poi, nel 1928, Teodomiro Dal Negro rilevò la società. Nel 1947 venne inaugurato lo stabilimento di via Fratelli Bandiera, appena fuori dalle mura di Treviso. Con l'abolizione della tassa di bollo sulle carte da gioco, nel 1973 la domanda crebbe. La Dal Negro inaugurò la fabbrica di Carbonera, iniziando a produrre anche giochi come scacchi, dama, mulino, backgammon e roulette.



# FABRIANO, PATRIMONIO D'ITALIA

## Pietro Miliani, il manager della filigrana

**P** IETRO MILIANI ERA UN DIPENDENTE DELLA ANTONIO VALLEMANI, cartiera di Fabriano, in provincia di Ancona, attiva nella seconda metà del Settecento. In quel periodo le cartiere fabrianesi erano di proprietà di nobili e

clero ed erano tutte gestite in affitto. Agli affittuari, pagato il canone di affitto e i salari, restava ben poco per gli investimenti finalizzati alle migliori tecniche. Da qui l'intuizione di Pietro Miliani: accorpate più botteghe artigiane avviando una ditta unica a suo nome, la Pietro Miliani Fabriano. Così ha inizio la storia di una delle aziende più iconiche d'Italia. Dotato di elevate capacità imprenditoriali, Miliani affronta ed elimina i vari elementi di crisi: eleva lo scarso livello qualitativo del prodotto fabrianese; da moderno manager impone che la qualità di un prodotto non si controlla a posteriori, ma nasce con il prodotto stesso.

Nel secondo dopoguerra l'azienda diventava Cartiere Miliani Fabriano fino all'acquisto, nel 2002, da parte del Gruppo Fedrigoni. Oggi la carta di Fabriano è un patrimonio d'Italia al quale ricorsero nomi come Michelangelo Buonarroti e Ludwig van Beethoven, che su questa carta impressero le note della sua ultima *Sonata per violino e pianoforte*.



**DOTATO DI SPICcate CAPACITÀ MANAGERIALI, MILIANI ACCORPÒ ALCUNE BOTTEGHE DELLA PROVINCIA DI ANCONA E APRÌ UNA DITTA A SUO NOME: ELIMINÒ I VARI ELEMENTI DI CRISI E RESE LA SUA AZIENDA COMPETITIVA ANCHE ALL'ESTERO**

## Che cosa hanno in comune James Bond e Mastro Bartolomeo?

**IL 13 OTTOBRE DEL 1526** un certo Mastro Bartolomeo Beretta da Gardone (1490-1565/68) consegna all'arsenale di Venezia 185 canne d'archibugio, ricevendo il pagamento di 296 ducati. Quello fu l'inizio ufficiale di Beretta, storica fabbrica d'armi che nel 2021 ha generato vendite nette per 250,5 milioni di euro. Tuttavia, il fatto che Bartolomeo avesse già acquisito il titolo di Mastro e che i suoi prodotti fossero scelti dalla Serenissima, fa supporre con buona dose di certezza che Beretta fosse attiva da almeno due generazioni. Certo è che questo fu l'inizio di una storia produttiva familiare che giunge ininterrotta ai giorni nostri, attraverso generazioni: i segreti e l'attenzione per i dettagli che Jacopo apprende dal padre Bartolomeo li passa in eredità al figlio Giovannino, al nipote Giovan Antonio e così via, un secolo dopo l'altro. Chissà se Mastro Bartolomeo Beretta avesse immaginato che un giorno, cinque secoli dopo quella consegna, una sua rivoltella sarebbe finita tra le mani della spia più famosa del mondo: James Bond. La Beretta 418, che prestò servizio in reparti delle forze armate italiane tra il 1938 e il 1961, veniva utilizzata dagli ufficiali come arma di difesa a corto raggio al posto della Beretta 34. È per questo che venne impiegata anche in alcuni dei film della spia 007.



NAPOLI, UN BRAND INTERNAZIONALE NATO IN 20 METRI QUADRI

## Marinella, il re delle cravatte che partì per l'Inghilterra

**A INIZIO NOVECENTO** l'uomo elegante si vestiva all'inglese e la donna alla francese. Proprio per questo nel 1914 Eugenio Marinella, nato e vissuto a Napoli, decide di mettersi in nave per andare a scoprire la moda d'oltremarina, per carpirne i segreti ed importarne i prodotti più rappresentativi. Una volta tornato decide di aprire in piazza Vittoria, sull'elegante Riviera di Chiaia, due laboratori: uno di camicie e uno di cravatte. Dopo poco tempo, la boutique diventa un punto di riferimento per tutti coloro che aspirano ad avere un aspetto da gentleman. Lì, in 20 metri quadrati di negozio, ha inizio la storia di uno dei brand più iconici del made in Italy. Oggi Marinella vende le sue cravatte a Milano, Roma, Tokyo, New York, Parigi, Ginevra, Barcellona e a gennaio del 2022 ha aperto un negozio a Burlington Arcade, uno dei templi della moda inglese. Ha portato i suoi tessuti nelle case di Pietro Barilla, Francesco Cossiga, Giulio Andreotti e ha vestito personalità del cinema e del teatro. Ancora oggi le sarte impiegano 45 minuti per realizzare una cravatta classica tre pieghe. Un marchio che continua a rispettare l'artigianalità e il valore del made in Italy, anche dopo 109 anni di storia.



## Zamperla, signore delle giostre made in Italy Il segreto? Un mix tra tradizione e tecnologie da F1



**Nel XIX secolo** il pasticcere Angelo Zamperla si innamorò di un'amazzone e abbandonò i dolci per il circo. Ai primi del '900 suo figlio acquistò un cinematografo dei fratelli Lumière e lo portò nelle sagre di tutta Italia. Già negli anni '50 la famiglia era così conosciuta nel mondo dell'intrattenimento che Federico Fellini battezzò Zampanò il personaggio di Anthony Quinn de *La strada*: una fusione tra Zamperla e un'altra famiglia circense, i Saltanò. Sulla scia di quella tradizione, Antonio Zamperla creò nel 1966 l'azienda di giostre che porta il suo nome. La società fattura oggi fornisce le sue creazioni a giganti come Disney e Universal. Ha avuto tra i suoi clienti Michael Jackson, ha fornito otto delle 13 giostre per l'inaugurazione di Eurodisney e ha lavorato per riqualificare il Luna Park di Coney Island a New York, teatro di film come *He Got Game* e *I guerrieri della notte*. Il segreto? Combina il sapore tradizionale delle giostre a tecnologie prese in prestito dalla Formula 1.

## LA CURIOSA STORIA DEI COSTA

# DAL COMMERCIO DI OLI E TESSUTI ALLE GRANDI CROCIERE MODERNE

**N**EL 1854 GIACOMO COSTA FONDÒ A GENOVA un'impresa che commerciava e trasportava dalla Sardegna alla Liguria olio d'oliva e tessuti. Già alla fine del diciannovesimo secolo le sue navi raggiungevano porti australiani, nei quali il consistente flusso di emigrati italiani genera la domanda di prodotti alimentari nazionali. Costa dunque si specializza nell'acquisto dell'olio d'oliva grezzo nei paesi del Mediterraneo per esportarlo oltreoceano. Dopo la prima guerra mondiale, l'impresa passò dalla commercializzazione alla produzione dell'olio d'oliva, con la costruzione di impianti di raffinazione dell'olio a Genova e nell'Italia meridionale. Sarà nella seconda metà del '900 che l'azienda, con la nave Franca Costa (1959), si aprirà al servizio crocieristico da svago. Qualche anno più tardi, nel 1964, fu la volta della Eugenio Costa, nave totalmente adibita alle attività crocieristiche. Alla fine degli anni settanta il Gruppo genovese fu colpito dalla crisi finanziaria, e perciò si procedette con la ristrutturazione della società, trasformandola da azienda a conduzione familiare a una holding. Furono inoltre cedute tutte le altre attività della famiglia Costa, quelle relative al settore tessile e quello alimentare, quest'ultima ceduta alla multinazionale Unilever. In questi anni la Costa Crociere annoverava tra i suoi animatori Paolo Villaggio e Fabrizio De André.

**NEL 1964 FU COSTRUITA LA EUGENIO COSTA, PRIMA NAVE TOTALMENTE ADIBITA AL SERVIZIO CROCIERISTICO DA SVAGO. VERSO LA FINE DEGLI ANNI '70 L'AZIENDA FU TRASFORMATA IN HOLDING E CESSARONO LE ATTIVITÀ RELATIVE AL COMMERCIO DI OLIO E TESSUTI**





# INVESTIMENTI AD ALTO RISCHIO

*Cos'è il Venture Capital? Cosa offre questo fondo alle start-up?  
E quando finisce il suo lavoro?*

*Risponde Alberto Ferlin, dottore  
commercialista presso Ferlin  
Tiozzo&Associati*

**L'**esplosione di startup in tutto il mondo ha portato sotto i riflettori anche il Venture Capital, che possiamo definire come l'attività di investimento (o il fondo di investimento) che entra nel capitale di rischio delle aziende con un'alta possibilità di crescita e quindi di ricavare profitti. Ma ovviamente anche perdite. Si può tradurre dall'inglese in "capitale di ventura", proprio per trasmettere il senso di alto rischio connesso a questa attività di investimento. In breve, si tratta di fondi di investimento specializzati in startup o comunque in aziende con un'elevata potenzialità di fallimento. Questo perché, come sappiamo, un alto rischio significa anche un'alta possibilità di guadagno se si sceglie di credere



Alberto Ferlin



nel progetto giusto.

Nel meccanismo dei Venture Capitalist, per gli investitori professionisti che gestiscono i Venture Capital riuscire a fare crescere e consolidare una startup attraverso i propri finanziamenti e il proprio know-how significa ottenere grandi margini di guadagno quando si vendono le proprie quote. E poco importa se altre startup sulle quali hanno puntato sono fallite, è sufficiente un'operazione a buon fine per compensare le perdite di molte altre.

Il piano di investimenti prevede che il Venture Capitalist acquisisca quote della startup, quindi il primo tipo di supporto è strettamente finanziario. Però, se scendiamo nell'operatività, questa partnership conviene alla startup perché il Venture Capitalist offre anche competenze tecniche e know-how specifico, competenze manageriali e di gestione, un network di professionisti per sviluppare di-

verse aree aziendali. Nei casi più *light* il Venture Capitalist entra solamente nel consiglio direttivo della startup, lasciando lavorare gli startupper e fornendo solo qualche consiglio, sempre con l'obiettivo di guadagnare dalla exit.

In genere il Venture Capitalist sceglie le startup sulla base di tre fattori: un team già solido e con un alto livello di competenze, un mercato di riferimento ampio e un prodotto/servizio che parta già con un certo vantaggio competitivo. Alla fine del percorso, quando l'azienda è solida, ha un buon livello di crescita, è in grado di proseguire da sola e soprattutto ha un valore di mercato tale da assicurare un buon margine rispetto all'investimento iniziale, il Venture Capitalist effettua l'exit: vende le proprie quote a un acquirente industriale o finanziario e reinveste parte degli utili in nuove startup da consolidare.

Le Guide de  
**L'Espresso**

# Weekly enjoy

IL WEBZINE INTERATTIVO TOTALMENTE GRATUITO



IL SETTIMANALE DE LE GUIDE DE L'ESPRESSO

Ogni fine settimana, al vostro indirizzo di posta elettronica, vi verrà recapitato il *Weekly Enjoy* de **Le Guide de L'Espresso**, un magazine gratuito da leggere e stampare con **notizie, servizi, approfondimenti** e i **consigli** più interessanti della settimana.

**Chi ha fame di notizie enogastronomiche può mettersi a tavola.**

**ISCRIVITI GRATUITAMENTE!**



# UNO STRUMENTO PER LA NATURA

*Quali sono le potenzialità del Sustainability Trust per un'impresa che vuole proteggere l'ambiente? Quali i suoi vantaggi?*

*Risponde Alberto Righini, dottore commercialista in Verona e Milano ed amministratore di Trust lab srl*

**È** nota l'inedita scelta di Patagonia di trasferire il 100% delle azioni con diritto di voto al Patagonia Purpose Trust. La prospettiva dichiarata dal fondatore Yvon Chouinard è quella di proteggere la Natura quale fonte di ogni ricchezza, invece di limitarsi ad estrarre da essa valore e trasformarlo in profitti per gli investitori. Nel manifestare le proprie intenzioni, questi fa riferimento al carattere resiliente della Natura, attributo con cui abbiamo familiarizzato in tempi recenti e che allude all'urgenza di adeguare le

scelte presenti e future all'impatto del climate change. Al riguardo, si è ormai presa coscienza che è un passaggio che non può delegarsi alle sole istituzioni e che, anzi, maggiore incidenza avrebbe un intervento diretto delle imprese nel valorizzare il costo delle risorse naturali cui le stesse attingono. Attori primari di questo cambio di rotta sono perciò inevitabilmente le aziende, forse le uniche in grado di riempire di significato tangibile gli obiettivi di resilienza. L'ottica è esattamente quella di dare voce alla Natura quale componente fondamentale, in taluni settori addirittura essenziale, dell'industria. Uno strumento per tradurre queste buone intenzioni in azioni concrete è il Trust con scopi di sostenibilità; nella ricerca di modalità di svi-

luppo di scelte ecologiche portate avanti dalle imprese, il Sustainability Trust si presenta infatti come una strada, se non la strada per eccellenza, percorribile. Senza necessariamente mutuare l'esempio di Patagonia, il trust ben potrebbe detenere anche una quota minore dell'impresa (il 10% o il 20%, ad esempio) ed essere comunque il veicolo per assumersi e dimostrare al mercato una responsabilità e un impegno verso la sostenibilità in concreto. Il Trust è uno strumento destinato a durare nel tempo della vita dell'azienda e persino oltre la stessa, organizzandosi in una visione di lungo periodo e potendo contare in un regime assai flessibile, privo sia delle rigidità di una fondazione che dell'intrinseca variabilità del fenomeno associativo. Questi due strumenti sono stati a vario titolo adattati al perseguimento di logiche di ecologia e promozione di scelte sostenibili senza peraltro avere grande risonanza proprio per le limitazioni che ne connotano i regimi. Al contrario il Trust può contare su una prospettiva di lungo periodo pur mantenendo la propria stabilità in quanto non direttamente collegato agli interessi della società partecipata. È proprio in tale alterità dalle logiche di impresa in senso stretto che il Trust trova la sua fortuna nel partecipare agli obiettivi di sostenibilità globale. Senza peraltro dimenticare come le logiche di sostenibilità siano anche un cruciale richiamo per il mercato, che sempre più rivolge le proprie scelte verso imprese attente all'impatto del proprio operato sulla Natura e sull'ambiente in genere. Non va infine trascurata la formidabile adattabilità dello strumento in questione ad un mondo, quello della sostenibilità, che è in continua evoluzione e che di anno in anno si conforma ai cambiamenti in atto, alle direttive globali ed alle ricerche scientifiche.



Alberto Righini



Le Guide de  
**L'Espresso**

PRESENTAZIONE

# I 1000 RISTORANTI d'Italia

TEATRO MANZONI

02.10.2023

L'Espresso presenta la Guida dei  
1.000 Ristoranti d'Italia 2023,  
una guida di oltre 800 pagine  
con oltre 1.000 ristoranti selezionati  
da Andrea Grignaffini.

# Produttivi e ordinati

Tool box, contenitori e astucci: avere una scrivania funzionale, colorata e di design aiuta a pensare e lavorare meglio

di Valentina Lonati

**M**antenere la scrivania ordinata è una di quelle sfide a cui si sottraggono volentieri i fautori del caos creativo. Eppure, anche riordinare gli spazi di lavoro può essere un atto inventivo, un modo per raccontare la propria personalità. Perché la scrivania, più di tanti altri arredi, rappresenta lo spazio della mente e dell'immaginazione. È il luogo dove si appoggia lo sguardo mentre si ragiona davanti al computer, è il perimetro all'interno del quale si costruiscono idee e progetti, ed è la comfort zone dove è

utile trovare oggetti che ci rispecchino, in cui ritrovarsi. Per questo e altri motivi, la scrivania costituisce un terreno intimo, privato. Normale, quindi, la riluttanza con cui in alcuni uffici è stata accolta la condivisione dei desk attraverso app di prenotazione, forse l'aspetto meno apprezzato della flessibilità dei nuovi modelli lavorativi. In ogni caso, ad aiutare nella disposizione di oggetti e cartoleria sono sistemi di storage, tool box e contenitori dal design elegante o giocoso, strumenti che uniscono estetica e funzionalità al servizio dell'ordine. Eccone alcuni.



UNIQA – POSTA

## Astuccio conciato al vegetale

**ARTIGIANALITÀ E DESIGN** si fondono in questo contenitore realizzato con pelle conciata al vegetale. Creato da Uniqka, brand turco che produce accessori per la casa che fanno incontrare le maestranze locali con il design internazionale, Posta nasce dall'idea del designer Bilge Nur Saltik, che si è ispirato alla forma della busta per dare vita a un oggetto versatile ed elegante, da appendere dove si desidera.

---

**Il desk  
è il perimetro  
all'interno  
del quale  
si costruiscono  
i progetti,  
è la comfort zone  
dove è utile  
trovare  
oggetti  
che ci rispecchino**

---





**VITRA - TOOL BOX**

## Il design del buon umore

**Dal design minimal e informale**, il tool box di Vitra può essere scelto in vari colori accesi, che mettono di buonumore. Uno strumento utile per riporre in modo ordinato materiali e accessori per l'ufficio. Può essere riposto sulla scrivania come in un armadio, consentendo di avere tutto a portata di mano.



---

**Nell'era dello smart working  
gli oggetti funzionali possono fare  
la differenza anche a tavola**

---



**USM – SET INOS BOX**

## **Nuove forme di lavoro**

**PER ORGANIZZARE GLI SPAZI LAVORATIVI** senza fatica e tenere in ordine la cartoleria in modo intuitivo, l'azienda svizzera USM propone il contenitore Set Inos Box: dotato di divisorio nel senso della lunghezza e della larghezza, consente di riporre gli oggetti di utilità quotidiana in modo semplice e veloce.



## HAY - PORTAOGGETTI TOOL BOX

### La quotidianità in un box

**PROGETTATO DALLA DESIGNER SHANE SCHNECK**, il portaoggetti del marchio Hay è realizzato in plastica ed è pensato per essere facilmente spostato ovunque lo si desidera. Dotato di scompartimenti ai lati e sul top del manico, nasce per accogliere cartoleria, bloc notes e altri piccoli oggetti per l'ufficio.



---

**MUUTO - ARRANGE DESKTOP SERIES**  
**Portaoggetti componibile**

Una piccola architettura dall'anima giocosa: il sistema di storage Arrange Desktop dell'azienda scandinava Muuto è dotato di un design configurabile che lo rende funzionale a qualsiasi necessità, sia in casa che in ufficio. Realizzato con plastica riciclata al 93%, i coperchi sono in sughero o alluminio.

---

**Si possono mettere inventiva, creatività e personalità anche nell'organizzazione del proprio tavolo di lavoro, attraverso forme inusuali e materiali riciclati**

---



# L'impronta delle donne

Sette racconti: quando in azienda il contributo femminile diventa fondamentale

**Adriano Moraglio**  
Pagine 146, € 14,00



**S**ette donne impegnate nelle rispettive aziende si raccontano in questo libro che vuole rendere omaggio all'apporto femminile nelle imprese del nostro Paese. Storie di persone che per convenzioni sociali o circostanze particolari non riescono inizialmente a dare corso ai propri sogni giovanili, ma che proprio per la loro speciale capacità di adattarsi alle situazioni imboccano strade impreviste verso la realizzazione nel mondo del lavoro. Sette donne che descrivono in altrettanti racconti autobiografici la loro vocazione alla maternità come un bene da preservare nella società e nelle imprese stesse. Sette storie di donne che emergono con la loro nettezza nel riconoscere i problemi e nel volerli risolvere. Un messaggio positivo, un caleidoscopio dell'universo femminile nel mondo dell'impresa.



## L'arte dei prodotti eccellenti

**Riccardo Illy**  
Pagine 272, € 19,00

In un'ottica contemporanea, in cui le aziende mirano al raggiungimento di obiettivi di guadagno in tempi rapidi e perdono di vista il senso della pazienza e della cura, i marchi italiani spiccano per la loro capacità di creare prodotti di qualità superiore, in grado di resistere sia alla concorrenza del mercato che all'usura del tempo. Perché? Lo spiega, in queste pagine, Riccardo Illy, presidente di Polo del Gusto. Attraverso il suo esempio emblematico, e raccogliendo le testimonianze dirette di altre aziende a conduzione, Riccardo Illy ci conduce all'interno della sua attività, mostrando al lettore le sue carte vincenti e descrivendo,

con amore e passione, cosa significa fare impresa e farla bene secondo gli standard aziendali italiani che hanno portato il sogno di suo nonno a diventare una realtà apprezzata in tutto il mondo.

**Capitali per crescere. La finanza complementare al servizio delle Pmi**

**Mario Basilico**  
Pagine: 192  
€ 24,90



**Cloud Marketing Creators. L'evoluzione del marketing oltre le nuvole**

**Simone Ranucci Brandimarte e Sergio Spaccavento**  
Pagine: 208 € 20,00



**Patrimoni, famiglie e matrimoni**

**Armando Cecatiello**  
Pagine: 192  
€ 21,00



## E-SPANSTIVA

**Raffaella Dallarda**  
Pagine 352, € 45,00

**C**apire la Spa per vivere appieno l'esperienza del benessere: ecco la guida alle migliori 50 Spa d'Italia, edita da BFC Media e Robb Report. E-SPAnsiva racconta in modo unico e sincero l'Italia del benessere, con i suoi valori, le sue eccellenze, le unicità e le tendenze. Come orientarsi allora in questo ecosistema di *wellness*, tra comfort, rigenerazione e incontri informali "in accappatoio", di gourmet e Spa lover devoti alla cultura del *well-being*? Lo spiega E-SPAnsiva, il manuale che risolve il problema di orientarsi e capire le Spa, la prima guida di destinazioni di *wellness*, comunicativa e social, che coinvolge, stupisce e appassiona, espandendo informazioni, utilità, curiosità e trend sulle migliori SPA d'Italia. Anche in modalità digitale e interattiva, attraverso virtual tour, musiche e QRcode, per entrare nell'universo delle mete di benessere.



# Forbes *smallgiants*

## IL VIAGGIO ALLA SCOPERTA DELLE *Eccellenze Italiane*



Dopo il grande successo ottenuto nelle 6 tappe del 2022, continua anche nel 2023, con ben 9 tappe, il viaggio di **Forbes** dedicato alla **scoperta delle PMI**, spina dorsale dell'Italia che cresce.

Un'occasione per confrontarsi su temi quali sostenibilità, innovazione, digitalizzazione, internazionalizzazione, welfare, accesso al credito e per creare relazioni professionali.

Il progetto è rivolto a imprenditori e manager che gestiscono PMI del territorio e alle grandi aziende che vogliono mettersi in contatto con loro.

**SCOPRI DI PIÙ:** [www.eventi.forbes.it/smallgiants/](http://www.eventi.forbes.it/smallgiants/)



# **RENTASTIC**

**NOLEGGIO ALL INCLUSIVE  
SU AUTO DI  
TUTTE LE MARCHE**

**WWW.RENTASTIC.IT**

