

L'ITALIA CHE COMPETE

Industria Felix

MAGAZINE

PERSONAGGI

ANDREA ILLY

STORIE

BRAMBATI
STARHOTELS
VARVAGLIONE 1921

OPINIONI

M. Bonometti, L. Iacobbi,
F. Lenoci, G. Lo Storto, C. Pozzi
e A. D'Alena, R.H. Tentori



EDITORIALE

I VANTAGGI SOSTENIBILI

di Michele Montemurro

L'INCHIESTA LA RIVOLUZIONE ESG



Sono 148mila le società italiane di settori impegnati nella transizione ambientale, ma l'impatto degli indicatori ambientali, sociali e di gestione dell'impresa riguarderà presto anche tutte le altre che chiederanno un finanziamento in banca.

I casi delle aziende che hanno scelto volontariamente la strada del bilancio di sostenibilità e del relativo rating

A CHI SI RIVOLGE

Coinvolge una gamma più ampia di stakeholder come clienti, fornitori, dipendenti, comunità locale e altri soggetti essenziali per la sostenibilità aziendale

A COSA SERVE

A rendicontare il proprio impegno sociale, ambientale ed economico e a descrivere il modello di gestione e organizzazione dell'attività di impresa, oltre che le politiche praticate, i risultati conseguiti ed i rischi connessi ai temi

VANTAGGI

Ottenere degli indicatori di prestazioni di carattere non finanziario comparabili con altre imprese; attuare politiche di miglioramento continuo; migliorare l'immagine e la reputazione aziendale; accedere ai finanziamenti pubblici e agli investimenti della finanza etica; ottenere il rating ESG, convergere verso gli obiettivi dell'economia circolare cruciali per competere sul mercato

IL FUTURO È ADESSO

- **BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ**
- **SUSTAINABILITY REPORTING**
- **& CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**
- **DICHIARAZIONE NON FINANZIARIA**

MILANO

Via Filippo Turati, 7 • Tel: +39 02 84542191

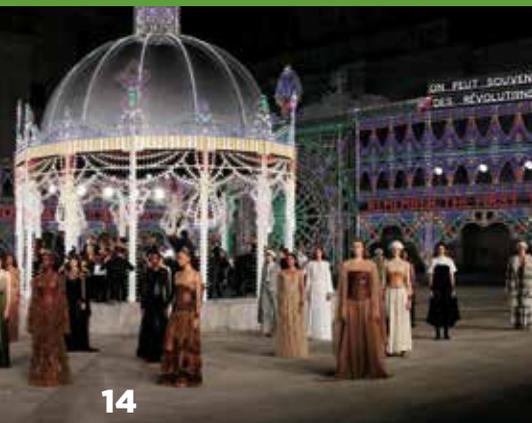
BARI

Corso A. De Gasperi, 314/A • Tel: +39 080 5017085

www.su-deveu • email: info@su-deveu



**sustainable
development**



14



16



17

CONTI

Ottobre-Dicembre 2020

7. Editoriale

I vantaggi sostenibili
Michele Montemurro

Opinioni

- 9. Roberto H. Tentori
- 10. Giovanni Lo Storto, Marco Bonometti
- 11. Cesare Pozzi e Angelo D'Alena, Francesco Lenoci
- 12. Lorenzo Iacobbi



36

13. Fotonotizie

- 14. Dior tra barocco e Magna Grecia
- 16. Come in un film mai visto prima
- 17. Rolls Royce sarà elettrica

19. L'inchiesta

La transizione ambientale



19



30



41

ENUTTI

Personaggi

25. Andrea Illy

Storie

29. Starhotels

33. Brambati

36. Varvaglione 1921



25

40. **Focus: Premio Industria Felix**
Campania

44. Veneto,
Trentino Alto Adige,
Friuli Venezia Giulia

45. Lazio e Toscana

46. Puglia, Basilicata
e Molise

47. L'industria turistica
pugliese che compete

49. **Libri**

Mauro Alfonso

50. Brian Dumaine



LA GIUSTA SOLUZIONE PER OGNI ESIGENZA DI BUSINESS

Sfera nasce con l'obiettivo di fornire soluzioni rapide ed efficaci alle molteplici esigenze che le aziende devono fronteggiare per il proprio sviluppo. Soluzioni studiate su misura, in grado di favorire crescita di produttività e profitti in modo misurabile e sostenibile.

I NOSTRI SERVIZI

WEB & APP DEVELOPEMENT

- REALIZZAZIONE SITI WEB
- E-COMMERCE
- SVILUPPO APP

SERVIZI PAPERLESS

- DEMATERIALIZZAZIONE
- GESTIONE DOCUMENTALE
- CONSERVAZIONE SOSTITUTIVA

REMOTE ASSISTANT

IL SERVIZIO DI REMOTE ASSISTANT ASSICURA AI TUOI CLIENTI UN'ASSISTENZA CAPILLARE, PROPRIO COME SE L'OPERATORE LAVORASSE IN FRONT OFFICE. TUTTO CIÒ È POSSIBILE GRAZIE AD UN TOTEM E AD UN ASSISTENTE FISICO DA REMOTO.

AMBIENTE & TERRITORIO

- RILIEVI AEREI DIGITALI
- RILIEVI TERRESTRI CON SISTEMI DI MOBILE MAPPING
- DATABASE TOPOGRAFICI
- CARTOGRAFIA

CONTACT CENTER

- CUSTOMER CARE
- TELEMARKETING
- HELP DESK
- SEGRETERIA REMOTA

www.consfera.it

MILANO | ROMA | TORINO | BARI

I vantaggi sostenibili

Probabilmente solo ora che in Italia arriveranno i 209 miliardi di euro del Recovery Fund (o Plan) negoziati dal premier Giuseppe Conte con l'Unione Europea inizieremo ad avvertire l'esigenza di trattare meglio un mondo e un Paese che stanno subendo drasticamente gli effetti climatici, come i fatti di cronaca ciclicamente ci raccontano. Quell'azione che sino ad oggi è stata limitata alle imprese tecnicamente obbligate alla Dichiarazione non finanziaria o a quelle che volontariamente hanno avvertito eticamente la necessità di perseguire i 17 obiettivi di sviluppo sostenibile dettati dalle Nazioni Unite, oggi diventa "conditio sine qua non". Chi vuole stare al passo coi tempi, chi riesce a vedere prima degli altri e chi intende porre le basi per lo sviluppo della propria azienda non può più prescindere dai valori ESG (environmental, social e governance), quindi da un bilancio di sostenibilità che proietti l'impresa nell'immediato futuro. Perché il futuro è adesso e solo chi raccoglie questa sfida, associata a quella della digitalizzazione, può trarre vantaggi dalla rivoluzione sostenibile.

I fattori ESG sono divenuti mainstream per effetto di molteplici impulsi: rischi climatici che determinano effetti macroeconomici, indicazioni legislative e di finanza sostenibile, domande istituzionali e di retail. La sostenibilità va anzitutto applicata per porre un argine agli effetti climatici ma va anche perorata in funzione dei vantaggi che le aziende stesse di qui a breve riceveranno. La pubblica amministrazione - come dimostrano già le iniziative di alcune Regioni - inizia a premiare il virtuosismo delle imprese sostenibili, anche di quelle non obbligate ad ottemperare alle prassi burocratiche: perimetro, tra l'altro, che in Italia è più ristretto rispetto a quello di altre nazioni europee.

Sarà importante, nel tempo, avere una buona valutazione della Dnf o del bilancio/report di sostenibilità in quanto attraverso un appropriato rating ESG ci sarà un giudizio sintetico che misurerà la solidità dell'azienda, di un titolo o di un fondo dal punto di vista delle performance ambientali,

sociali e di gestione dell'impresa stessa. Un rating complementare a quello tradizionale, che invece tiene in considerazione le sole variabili economico-finanziarie. Perché lo scopo sarà aumentare le informazioni disponibili e quindi migliorare le valutazioni aziendali e le scelte d'investimento, pertanto i due score in futuro si andranno a combinare e ad influenzare come è logico che sia.

Tante sono le opportunità dettate dalla sostenibilità perché miglioreranno i costi di eventuali finanziamenti, le opportunità di investimento, la misurazione delle performance aziendali, l'efficienza e la produttività, la leva commerciale e il contenimento del rischio reputazionale.

Le banche, poi, stanno lavorando alla possibile introduzione di meccanismi di incentivo/penalizzazione in funzione dell'esposizione a fattori di rischio di tipo ESG; per non pensare ai futuri impatti da stress test con incorporazione di tali rischi su bond, equity e loan banking portfolio. Già da giugno 2021, comunque, le banche valuteranno discrezionalmente opportunità fondate sulla sostenibilità.

Particolare attenzione va posta sul rischio di transizione. Un brusco calo del valore delle attività e delle infrastrutture legate allo sfruttamento, alla trasformazione e all'utilizzo dei combustibili fossili (carbone, petrolio e gas) potrebbe innescare una corsa alla cessione dei titoli delle società più esposte e accrescere le loro difficoltà a far fronte alle passività contratte con il sistema bancario e con il mercato, con conseguenze che potrebbero incidere in modo rilevante sul sistema economico e sulla stabilità finanziaria del Paese.

Siamo alla vigilia di una partita che l'Italia - accelerando anche sul tema imprescindibile dello sviluppo delle connessioni ultraveloci - può e deve vincere per affermare e magari migliorare quello che di fatto è: la settima potenza industriale al mondo e la seconda forza manifatturiera d'Europa. Non dimentichiamocelo.

THE EDITOR'S NOTE

SUSTAINABLE ADVANTAGES

Probably only now that the 209 billion euros of the Recovery Fund (or Plan), negotiated by Prime Minister Giuseppe Conte with the European Union, will arrive in Italy will we begin to feel the need to better treat a world and a country that are drastically suffering the effects of climate change, as the news reports cyclically tell us. That action that until now has been limited to companies technically obliged to make a non-financial declaration or to those that have voluntarily felt ethically the need to pursue the 17 sustainable development goals set by the United Nations, today becomes a "conditio sine qua non". Those who want to keep up with the times, those who can see before the others and those who intend to lay the foundations for the development of their company can no longer ignore ESG (environmental, social and governance) values, therefore a sustainability report that projects the company in the near future. Because the future is now and only those who take up this challenge, associated with that of digitization, can benefit from the sustainable revolution.

ESG factors have become mainstream due to multiple impulses: climate risks that determine macroeconomic effects, legislative and sustainable finance guidelines, institutional and retail demands. Sustainability must, first of all, be applied to put a stop to the climatic effects but must also be advocated according to the advantages that the companies themselves will soon receive. The public administration - as the initiatives of some Regions already demonstrate - is starting to reward the virtuosity of sustainable businesses, even those not obliged to comply with bureaucratic practices: among other things, the perimeter in Italy is narrower than that of other European nations. It will be important, over time, to have a good evaluation of the DNF or of the sustainability balance sheet/report as through an appropriate ESG rating there will be a synthetic judgment that will measure the solidity of the company, a stock or a fund, from the point of view of the environmental, social and management performance of the company itself. A rating complementary to the traditional one, which instead takes into consideration only the economic-financial variables. The purpose will be, indeed, to increase the information available and, therefore, improve company evaluations and investment choices; hence, the two scores in the future will combine and influence.

There are many opportunities dictated by sustainability because they will improve the costs of any financing, investment opportunities, the measurement of company performance, efficiency and productivity, commercial leverage and containment of reputational risk. The banks are also working on the possible introduction of incentive/penalty mechanisms based on exposure to ESG risk factors; not to think about the future stress test impacts with the incorporation of such risks on bonds, equity and loan banking portfolios. However, as early as June 2021, banks will discretely evaluate opportunities based on sustainability.

Particular attention should be paid to the risk of transition. A sharp decline in the value of assets and infrastructure related to the exploitation, transformation and use of fossil fuels (coal, oil, and gas) could trigger a race to sell the shares of the most exposed companies and increase their difficulties in coping liabilities incurred with the banking system and the market, with consequences that could significantly affect the country's economic system and financial stability. We are on the eve of a match that Italy - also accelerating on the essential issue of the development of ultra-fast connections - can and must win to affirm and perhaps improve what it actually is: the seventh industrial power in the world and the second manufacturing force in Europe. Let's not forget it.

Industria Felix

MAGAZINE

L'Italia che compete

Registrazione al Tribunale di Milano
n.247 del 04.10.2018

Periodicità: Trimestrale
Argomenti: Economia, Finanza, Attualità, Cultura

Direttore responsabile:
Michele Montemurro

Redazione: Milano, via Medici 15, cap 20123

www.industriafelix.it

Email Redazione:
redazione@industriafelix.it

Telefono Redazione:
02.37920 905

Email Pubblicità:
commerciale@industriafelix.it

Prossimo numero:
Gennaio 2021

Editore:
Centro Studi Industria Felix s.r.l.
Sede legale: 70122 Bari, piazza Garibaldi 27
Iscritta al Registro Imprese di Bari,
n. iscrizione e cod. fiscale: 08244210723
Iscritta al R.E.A. di Bari n. 614391
C.S. € 10.000,00 i.v.
P. Iva: 08244210723

Design Grafico:
Next di Mollica F. & C. sas

Cover Design:
Luca Crescenzo

Traduzioni:
Marta Lioce

Stampa:
Arti Grafiche Boccia Spa
Via Tiberio Claudio Felice, 7, 84131 Salerno (Sa)

Chiuso in redazione lunedì 28 settembre 2020

OPINIONI



Capitale umano e Recovery Fund per rilanciare l'Italia

di Roberto H. Tentori

Presidente Grant Thornton Consultants

Dialogando e riflettendo con Innocenzo Cipolletta, noto economista, in una recente intervista per un evento internazionale di economia sui diversi settori della società e dell'economia che hanno affrontato la pandemia e sulle opportunità di innovazione che la crisi ha aperto sui mercati mondiali e in alcune singole nazioni come Italia, Argentina, Stati Uniti, Gran Bretagna e altre, sono emersi alcuni spunti sul nuovo concetto che "massimizzare i profitti ad ogni costo non potrà più essere l'unica priorità per le imprese e su nuovi modelli basati sull'economia circolare e di filiera e su aziende sempre più eque e sostenibili per l'ambiente". L'Italia ha dimostrato celerità ed efficacia nel rispondere all'emergenza sanitaria come prima nazione occidentale massivamente coinvolta.

Oggi, nonostante la risalita dei contagiati in tutta Europa post rientri estivi, il Belpaese continua ad essere tra le nazioni con meno casi di contagio quotidiano. L'ultimo decreto legge della Presidenza del Consiglio di agosto mette in luce l'impegno del Governo e del Parlamento per il Mezzogiorno anche attraverso strumenti di agevolazione fiscale per chi assume per aumentare occupazione e produttività delle imprese meridionali e che rientra nel pacchetto del Recovery Fund che finanzierà queste nuove misure di agevolazione nei primi cinque anni. Ha ragione il ministro dell'Economia Gualtieri quando motiva che queste misure possano finalmente rimettere al centro della politica economica del Paese il Mezzogiorno, inteso come grande questione nazionale, da cui dipende la possibilità dell'Italia di rilanciare la sua unità e la sua capacità di sviluppo. Scrivendo di ripresa economica, riflessioni possono scaturire anche dalle similitudini, differenze e opportunità tra diverse economie e stati europee e di altri continenti durante il Covid-19. Quali opportunità da Covid e Recovery Fund potrebbero rafforzare il nostro tessuto industriale caratterizzato da piccole e medie imprese innovative? Le migrazioni di massa dal Sud d'Italia verso altre regioni e nazioni di inizio e metà novecento di operai e artigiani e negli ultimi anni di laureati e professionisti potrebbe oggi più di ieri trasformarsi in una occasione irripetibile in relazione a specifiche nazioni e relazioni di sangue e di gratitudine come ad esempio nel caso degli italo-argentini; ripensando ai milioni di italiani accolti con prospettive per una vita migliore a cavallo e post le due guerre mondiali in Argentina. Oggi i loro figli e nipoti (più del 50% della popolazione Argentina) hanno cognomi italiani come "Verdi", "Bianchi" e "Rossi", con una battuta gli stessi colori della nostra amata bandiera italiana, e hanno ben studiato e sperimentato l'economia, i mercati, le imprese del Sud America e di altre nazioni come l'Italia,

creando nuove aziende in settori strategici per noi; come ad esempio l'agroalimentare.

Questi professionisti potrebbero essere una straordinaria risorsa sia di capitale umano ad alta specializzazione in varie discipline sia da un punto di vista di crescita demografica; l'Italia è tra i paesi con la popolazione più vecchia al mondo, con una emergenza di lungo periodo in termini di natalità, ripopolamento per diverse aree geografiche, di mancati futuri contributi al sistema pensionistico nazionale e tanto altro. In questi ultimi dieci anni proprio il Mezzogiorno - un paradiso di cultura e beni culturali, spazi naturali, terreni agricoli, università e centri di ricerca tra i migliori e più antichi al mondo e tanto altro - ha subito fenomeni di abbandono di massa di laureati e professionisti che sono migrati dal Sud al Nord d'Italia oppure in altre nazioni europee e negli Stati Uniti e che potrebbero beneficiare e offrire un futuro migliore a milioni di giovani professionisti e famiglie italo-argentine che stanno soffrendo una crisi politica ed economica gravissima. Già esistono, per fortuna, centinaia di casi virtuosi che da Sud vanno verso Nord, ovvero di persone e imprese con alta qualificazione che decidono di investire trasferendosi nel Mezzogiorno. Un esempio, tra i tanti che si potrebbero citare, è quello di questi anni del colosso americano Apple che sul territorio napoletano, grazie all'alleanza strategica con l'Università di Napoli Federico II quando era rettore il professor Gaetano Manfredi, oggi ministro per l'Università e la ricerca, con il campus universitario di San Giovanni a Teduccio, inserito dalla Commissione Europea in una lista ristretta dei migliori progetti dell'Unione, che è stato ampliato grazie ad un finanziamento dai fondi europei per la coesione destinati alla Campania. La fiducia e risultati di questa iniziativa - al quarto anno di campus con giovani bravissimi selezionati da tutto il mondo che mescola culture, saperi, beni culturali e innovazione al top mondiale, ricerca e imprese - ha moltiplicato l'attrazione di nuovi investimenti da parte di altre multinazionali. Più in generale il Recovery Fund e il loro migliore utilizzo a partire dagli investimenti in ricerca pubblica, per le migliori università e centri di eccellenza con le imprese per trasferimento tecnologico e joint lab rappresentano un'opportunità straordinaria e senza precedenti dalla fine della seconda guerra mondiale e successivo Piano Marshall, ufficialmente chiamato Piano per la ripresa europea ("European Recovery Program") che fu annunciato in un discorso del segretario di Stato statunitense George Marshall, il 5 giugno 1947 all'Università di Harvard.



Una formazione a prova di futuro

di Giovanni Lo Storto

Direttore Generale Università Luiss "Guido Carli"

Il 2020 verrà ricordato senza dubbio come l'anno della grande trasformazione. La pandemia, che la maggior parte di noi ha vissuto da vicino per la prima volta, lascia dietro di sé una scia di dolore, ma anche di consapevolezza del nuovo. Abbiamo imparato cosa significa lavorare continuamente da remoto, assaporato relazioni familiari e sociali in modo diverso e visto la realtà con nuovi occhi. Senza giudizi di merito, è indubbio che il futuro dovrà tenere in attenta considerazione questo cambiamento. Non si potrà tornare indietro, ma forse è meglio così. La formazione, per la prima volta del tutto online, è stata profondamente impattata, ma ciò che abbiamo imparato in questi mesi ha messo in luce una direzione nuova.

Il Ministro dell'Università Gaetano Manfredi, in una intervista di qualche giorno fa, ha confermato che il nuovo ecosistema formativo, sociale e imprenditoriale chiama a una concezione diversa dell'intera formazione. I silos distinti di materie tecnologiche e umanistiche dovranno essere abbattuti, per fare posto a grandi contenitori di entrambi gli aspetti. E così il filosofo saprà programmare un computer e un ingegnere avrà competenze di scienze sociali.

Questa non è utopia. È quanto già sta accadendo intorno a noi. Saper fare diventa importante tanto quanto il sapere. Ne è un esempio Google, che ha di recente annunciato l'apertura di programmi di formazione della durata di sei mesi, che considererà al pari delle lauree tradizionali.

Ma Google non è la prima a fare questo genere di annunci. Già dal 2011 hanno cominciato a sorgere bootcamp tecnologici, che costituiscono un ramo particolarmente efficace nella formazione nel campo del coding. Un esempio particolarmente di successo in Europa è quello di École 42, una scuola completamente gratuita e senza docenti fondata nel 2013 da Xavier Niel, un imprenditore seriale continuamente alla ricerca dei migliori e più brillanti talenti.

Ogni mattina agli studenti viene assegnato un compito, da portare a termine entro la sera. Non essendoci insegnanti, è compito degli studenti stessi trovare la giusta soluzione e la giusta strada per ottenere i risultati necessari. Gli studenti gestiscono il loro tempo come meglio credono, è tutto totalmente auto-organizzato. Da un punto di vista formativo, è una innovazione senza precedenti e il tasso di successo è incredibile: il 100% degli studenti trova lavoro appena conseguito il titolo.

École 42 è ora arrivata anche in Italia. 42 Roma Luiss, verrà ospitata presso l'Hub di LVenture Group nella stazione Termini di Roma, dove è presente l'acceleratore di startup Luiss EnLabs. Le iscrizioni per giovani donne e uomini tra i 18 e i 35 anni sono aperte e per entrare è sufficiente superare un test online di logica e dimostrare di avere le giuste motivazioni.

Innovazione, economia e formazione sono elementi che il 2020 ha intrecciato per far sbocciare qualcosa di nuovo e migliore, che possa durare a lungo.



Il futuro dell'industria legato ad azioni rapide e concrete

di Marco Bonometti

Presidente Confindustria Lombardia

Il futuro dell'industria dipenderà dalle scelte che faremo in questi mesi. L'emergenza Coronavirus ha costretto il mondo intero ad un reset che potrebbe rivelarsi epocale a livello economico e sociale, e perdere il treno dei cambiamenti in atto significherebbe essere tagliati fuori da flussi commerciali, tendenze e innovazioni, con conseguente perdita progressiva di competitività. Dopo esser stata la prima regione del mondo occidentale a fronteggiare, con successo, lo tsunami Covid-19, la Lombardia ha tutte le carte in regola per dare il via alla ripartenza attraverso un cambiamento reale fatto di nuove idee, nuove modalità organizzative e nuove imprese. In caso contrario dovremo rassegnarci al declino inesorabile dell'Italia, destinata a diventare il Paese dei sussidi, dei bonus e delle manchette di partito. Le imprese italiane non chiedono sussidi, ma chiedono di poter essere messe nelle condizioni di poter competere al pari dei partner europei.

Senza dubbio le imprese - lombarde come italiane - stanno attraversando una fase di grande sofferenza: l'emergenza Covid ha fatto ripiombare le PMI in una crisi dalla quale, solo in anni recenti, erano riuscite ad uscire dopo il 2008 e la ricaduta del 2011. Per ritornare a competere le imprese italiane hanno però bisogno di essere messe nelle giuste condizioni, liberarsi dei fardelli che ne frenano la competitività e ripensarsi nei nuovi scenari globali. Per uscire da questa situazione la sola forza delle imprese non basta: serve un supporto, attraverso azioni rapide e concrete, incentrato su le seguenti priorità: credito e liquidità, semplificazione, investimenti, sanità, mercato interno e competitività.

Lo sviluppo sostenibile e la digitalizzazione saranno poi le due linee guida che nei prossimi decenni dovranno orientare imprenditori e lavoratori, in tutti i settori e comparti, entrambe accompagnate dal driver fondamentale della formazione continua.

Da questo punto di vista, gli sviluppi della Rete Unica vanno nella direzione corretta, poiché permetterà di innalzare la competitività del Paese e della sua dotazione infrastrutturale.

Come Confindustria Lombardia stiamo lavorando da tempo ad una serie di progetti strategici e uno di questi è la World Manufacturing Foundation, la cui mission è diffondere la cultura industriale in tutto il mondo come mezzo fondamentale per stimolare, supportare e potenziare il settore manifatturiero attraverso la collaborazione con il mondo della ricerca, le università e le istituzioni locali e globali. In quest'ottica è orientato il Piano strategico del WMF, un documento che delinea non solo gli obiettivi della Fondazione ma soprattutto quali dovranno essere le risposte del manifatturiero alla crisi innescata dall'emergenza Covid-19, affinché l'industria continui ad essere attore fondamentale del progresso economico e sociale.



Per la ripresa occorre digitalizzare (in fretta) il Paese

di Cesare Pozzi

Docente di Economia Industriale Università Luiss Roma e Angelo D'Alena

L'emergenza da Covid-19 con il ricorso di massa a smart working e lezioni a distanza ha fatto emergere in maniera lampante l'arretratezza dell'Italia sul tema dell'infrastruttura a Banda Ultra Larga ("BUL") e ha accresciuto la consapevolezza dell'importanza di accelerare lo sviluppo delle connessioni ultraveloci su tutta la penisola. La questione è nota da tempo, quantomeno dal 2010 se si vuole utilizzare come riferimento il primo dei tanti piani di sviluppo delle reti di nuova generazione che i governi e l'Agcom hanno proposto negli anni. Così come ampiamente noti sono alcuni motivi di tale arretratezza. Da un lato un livello di alfabetizzazione informatica tra i più bassi d'Europa, circostanza che ha impedito alla domanda (privata e pubblica) di svolgere quel ruolo di traino importantissimo altrove. Dall'altro, e soprattutto, approcci di politica regolatoria in cui le logiche sono state ribaltate: invece di stabilire politicamente i risultati auspicati, e identificare di conseguenza le migliori opzioni regolatorie per conseguirli, si è proceduto fissando dogmaticamente i principi degli interventi (si pensi alla neutralità tecnologica), di fatto perdendo qualsiasi capacità di produrre un'evoluzione infrastrutturale in linea con gli auspici e le necessità della collettività. In estrema sintesi, l'aver privilegiato un assetto regolatorio finalizzato a iniettare concorrenza (statica) sui servizi e non (dinamica) sulle infrastrutture ha sì comportato riduzioni dei prezzi dei servizi di comunicazione, ma ha rallentato l'avvicinamento della fibra ottica agli utenti finali, fatto impensabile affinché la rete di comunicazione abbia i requisiti (ampiezza di banda, simmetria, latenza, jitter) necessari per l'attivazione di servizi di comunicazione innovativi.

Va peraltro sottolineato come lo sviluppo stesso delle reti mobili di quinta generazione si basi, in larghissima misura, sulla contestuale disponibilità pervasiva di fibra ottica, essendo il 5G di fatto una rete ibrida fisso/mobile. In altre parole, non sembrano esserci dubbi sul fatto che la rete in rame debba essere rapidamente smessa e sostituita da fibra. Continuare, in un simile contesto, a predicare l'immobilità del principio di neutralità tecnologica (quantomeno quello applicato finora, cioè senza accompagnarlo con criteri stringenti in ordine alle caratteristiche quali-quantitative delle connessioni) sarebbe poco responsabile.

Il fatto che, nello sviluppo della BUL, si sia rimasti saldamente ancorati al dogma della neutralità tecnologica, come confermato anche dal Piano voucher, è inaccettabile, poiché contrasta con l'evidenza che le soluzioni di tipo fibra/rame sono non soltanto poco prestanti, ma neanche future proof. Vi è di più. Il Covid ha scosso le nostre abitudini di vita, con un brusco aumento dello smart working. Molto probabilmente nel prossimo futuro si guarderà più da vicino a un processo di de-urbanizzazione delle metropoli. Queste circostanze dovrebbero indurre un policy maker illuminato a pensare a una strategia per la copertura del Paese che tenga conto non dei cluster così come individuati al 2015, ma di una nuova riclassificazione delle aree a fallimento di mercato e non. Se l'Italia vuole essere un Paese di successo nella nuova manifattura (green) deve ripensare il proprio modello insediativo utilizzando tutti i suoi 300.000 km² di superficie, e quindi anche tutte quelle aree dove l'operatore non avrebbe avuto interesse ad investire in connessioni altamente prestanti.

A tal fine, considerati gli errori commessi, si rende inevitabile cambiare il nostro assetto regolatorio, basato su approcci preconstituiti e sostanzialmente progettato per scoprire cosa fare. Adesso, al contrario, visto che le infrastrutture utili a digitalizzare il Paese nella maniera più efficiente possibile sono facilmente individuabili, l'Italia sa benissimo cosa dovrebbe fare e appare chiaro che solo innovando la regolazione si riuscirà a cablare tutto il territorio nazionale.



Il valore del bilancio di sostenibilità per le aziende vinicole

di Francesco Lenoci

Docente Università Cattolica "Sacro Cuore" di Milano e Consulente Sustainable Development srl

La tutela dell'ambiente e della sua biodiversità attraverso l'uso di pratiche sostenibili in vigneto e nella gestione della cantina sono diventati elementi imprescindibili per un numero sempre crescente di aziende vitivinicole. Tante aziende hanno adottato un "Manuale di buone pratiche agricole" per la corretta implementazione di tutte le fasi della gestione vitivinicola in ottica ecosostenibile.

Molte aziende praticano una viticoltura di precisione, al fine di caratterizzare al meglio la variabilità dei vigneti, il vigore, la produzione e la qualità delle uve, elaborando poi un metodo di gestione sito specifico del vigneto, volto ad individuare ed aumentare la sanità, la quantità e qualità delle uve.

Parecchie aziende dedicano un'attenzione particolare all'efficientamento energetico, analizzando i consumi energetici, impostando obiettivi di miglioramento in termini di efficienza e impiegando energia da fonti rinnovabili. Diverse aziende controllano la quantità di emissioni di gas ad effetto serra generate lungo la filiera interna di produzione del prodotto, misurando i consumi di gas, energia elettrica, macchine agricole, impianti di raffreddamento, dei trasporti di uve e vino. Un numero sempre crescente di aziende vitivinicole controlla i consumi idrici in ingresso ed in uscita, tenendo sotto controllo la disponibilità di acqua e monitorando i parametri di scarico, nell'ottica di perseguire un consumo virtuoso.

Tante aziende hanno realizzato un impianto di depurazione per la raccolta delle acque di scarico, hanno implementato la fitodepurazione e destinano al riciclo una percentuale importante dei rifiuti prodotti. Varie sperimentazioni e ricerche si stanno effettuando, oltre che sul contenitore del vino, anche su altri elementi del packaging, come l'etichetta e il tappo di sughero.

In generale, è molto alto l'interesse verso le tematiche ambientali, che producono praticamente sempre un impatto favorevole sull'opinione pubblica e sul consumatore. Ovviamente, se si fanno delle scelte a favore dell'ambiente, è necessario comunicarle e valorizzarle agli occhi del consumatore.

È incredibile a dirsi ma, sovente, le aziende vitivinicole compiono l'errore di non abbinare una comunicazione efficace – tramite un ben fatto bilancio di sostenibilità – circa gli investimenti fatti a favore dell'ambiente. In Italia le aziende del mondo del vino che redigono un ben fatto bilancio di sostenibilità sono davvero poche. Si tratta di un errore blu.

In un periodo storico in cui il tema della sostenibilità è sempre più sentito da consumatori e produttori, è necessario che un numero sempre maggiore di aziende vitivinicole sperimenti la via dei bilanci di sostenibilità ben fatti, quale fondamentale strumento di rendicontazione e di comunicazione sia interna che esterna dei valori portati avanti dalle aziende.



La separazione e gli effetti sull'impresa familiare

di **Lorenzo Iacobi**

Avvocato, esperto in Diritto di famiglia ed impresa familiare
Presidente nazionale del Centro Studi "Familia"

In tema di impresa familiare particolare rilevanza assume la questione inerente le conseguenze derivanti a seguito di una separazione coniugale. Sul punto, vista la carenza legislativa, si sono pronunciate dottrina e giurisprudenza seguendo orientamenti ancora oggi discordanti. La dottrina maggioritaria, partendo dal presupposto che la separazione personale dei coniugi non fa venir meno lo status di coniuge per l'attività di impresa, sostiene che il coniuge separato può continuare a prestare la propria attività lavorativa nell'impresa, sempre che i rapporti tra i coniugi non costituiscano minaccia per lo svolgimento della stessa. L'orientamento prevalente giurisprudenziale ritiene, invece, che la separazione, pur non determinando il venir meno dello status di coniuge, incida sul nucleo familiare che viene privato di quella comunione di vita e di lavoro che sta alla base dell'impresa familiare. Partendo da tale presupposto si ritiene che, con i provvedimenti di separazione emessi in fase presidenziale, venendo meno i rapporti patrimoniali tra i coniugi, venga meno l'impresa familiare.

Ad ogni buon conto, nel caso in cui il coniuge separato decida di recedere dall'impresa familiare ovvero non ci siano i presupposti oggettivi/soggettivi perché possa proseguire la sua attività lavorativa all'interno della stessa, si pone il problema di come ed in che termini liquidare la sua quota di partecipazione. A tal proposito, secondo il 4° comma dell'art. 230 bis c.c., il diritto di partecipazione «può essere liquidato in danaro alla cessazione, per qualsiasi causa, della prestazione di lavoro». La formula facoltativa «può» non va intesa nel senso che tale diritto di partecipazione non venga liquidato affatto, piuttosto che i coniugi possano concordare una liquidazione in natura, oppure optino per la conservazione della partecipazione in termini puramente patrimoniali; inoltre l'art. 230/bis c.c. prevede la possibilità di rateizzazione della somma da corrispondere, ciò anche a salvaguardia degli interessi degli altri partecipanti considerato che la liquidazione della partecipazione comporta un esborso che può pregiudicare l'equilibrio finanziario dell'impresa.

Le controversie concernenti i rapporti di impresa familiare, ivi comprese quelle sulle modalità di adempimento, rientrano nella competenza funzionale del giudice del lavoro, con conseguente applicazione del relativo rito speciale; va, infine, ricordato come il termine prescrizione per far valere il diritto agli utili per l'impresa è fissato in dieci anni dalla cessazione della collaborazione del coniuge separato. Ad ogni buon conto è sempre opportuno, in una fase preliminare di separazione, trovare un'intesa legale al fine di evitare contenziosi la cui durata, da un lato, penalizzi l'attività d'impresa e, dall'altro, non assicuri in tempi brevi il soddisfacimento dei diritti maturati dal coniuge collaboratore.

Verso l'infinito e oltre



EURPACK®

EURPACK LEADER ITALIANO
NELLA PRODUZIONE DEL PACKAGING DAL 1912

Con l'implementazione di due nuove macchine da stampa di ultima generazione, Eurpack continua ad investire in tecnologie all'avanguardia. Aumento della capacità produttiva, omogeneità del colore e uno stampato sempre più preciso sono i risultati che tale impegno ha permesso di conseguire.

eurpack.com

GLI ORI DI TARANTO

Una riproposizione dell'orecchino a navicella custodito nel Museo MArTa di Taranto, utilizzato da Dior a Lecce per la sfilata Cruise 2021.

Foto di Alessandro Garofalo

FOTONOTIZIE

SCATTI D'AUTORE

DIOR TRA BAROCCO E MAGNA GRECIA

Barocco, Magna Grecia ma anche pizzica, luminarie e tanta tradizione del profondo Sud declinata per "Dior Cruise 2021". Un'attesa per la sfilata che è voluta essere essa stessa il piacere. La narrazione realizzata dalla direttrice creativa di Dior, Maria Grazia Chiuri, per la sfilata dell'estate scorsa in piazza Duomo a Lecce ha rappresentato un momento molto più lungo dei 20 minuti serviti per presentare la collezione. Ad impreziosire gli abiti sono stati gli ori di Taranto, riprodotti simili a quelli custoditi nel Museo Archeologico nazionale MARTA del capoluogo jonico, col particolare del rinomato orecchino d'oro a navicella indossato da quasi tutte le modelle.

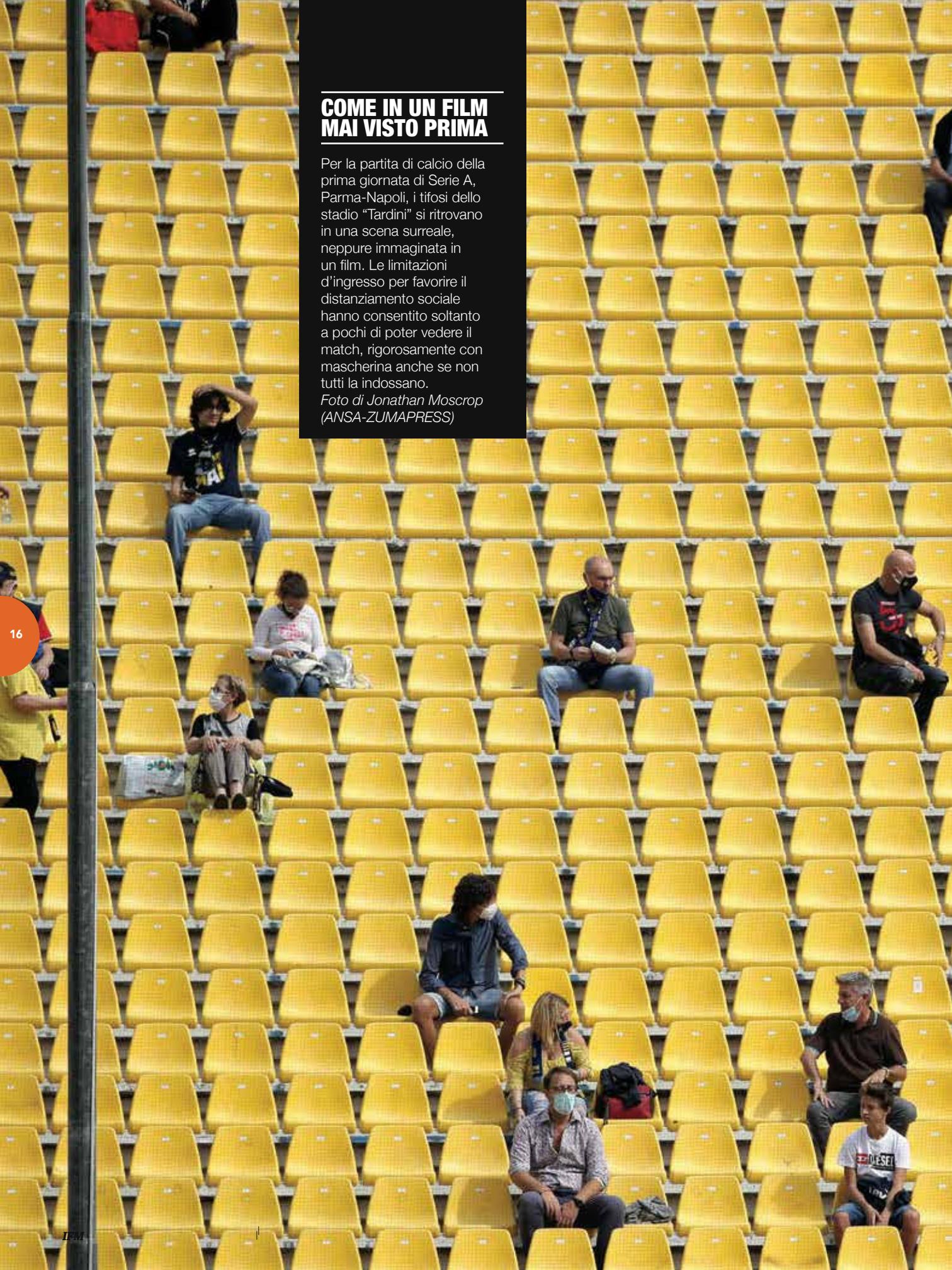
Foto di Alessandro Garofalo





ON PEUT SOUVENT CRÉER
DES RÉVOLUTIONS SANS LES AVOIR CHIE

REMEMBER THE FIRST TIME YOU SAW Y



COME IN UN FILM MAI VISTO PRIMA

Per la partita di calcio della prima giornata di Serie A, Parma-Napoli, i tifosi dello stadio "Tardini" si ritrovano in una scena surreale, neppure immaginata in un film. Le limitazioni d'ingresso per favorire il distanziamento sociale hanno consentito soltanto a pochi di poter vedere il match, rigorosamente con mascherina anche se non tutti la indossano.

*Foto di Jonathan Moscrop
(ANSA-ZUMAPRESS)*



ROLLS ROYCE SARÀ ELETTRICA

Rolls-Royce si converte e conferma che in futuro diventerà un marchio «elettrico». La sostenibilità si fa spazio nello storico marchio automobilistico di fama mondiale. Per il momento ad elettrificare le auto di lusso inglesi ci pensa qualcun altro. Lunaz, specialista britannico nella conversione di auto d'epoca, ha infatti iniziato la produzione delle prime Rolls Royce classiche al mondo in versione elettrica, la Phantom V e la Silver Cloud.

*Foto di Cover Images
(ANSA-ZUMAPRESS)*

TOMA

Italian Brands



www.tomaitalianbrands.com info@tomaitalianbrands.com

www.tomaitalianbrands.com



HAVANA & CO.

www.havanaeco.it



ANGELOTOMA

www.angelotoma.it

ALESSANDRO DELL'ACQUA

www.veanfashion.it

ungaro

www.ungaro.com

L'INCHIESTA

LA TRANSIZIONE AMBIENTALE

A close-up photograph of a person's hands holding a Rubik's cube. The cube's faces are colored red, yellow, and green. Each face of the cube is covered with small, circular icons representing environmental and social themes, such as a leaf, a recycling symbol, and a person. The background is dark and out of focus, showing a blurred figure of a person in a yellow shirt.

Sono 148mila le imprese italiane interessate al processo di rivisitazione. L'ad di Cerved Rating Agency Fabrizio Negri: «Le imprese che si dotano di un rating ESG beneficiano di un più ampio accesso al mercato del credito e di un maggior grado di accettazione da parte di committenti che adottino politiche di selezione dei fornitori sulla base anche di fattori ESG». I casi di tre aziende che hanno puntato sul bilancio di sostenibilità



AMMINISTRATORE DELEGATO CRA
Fabrizio Negri è alla guida di Cerved Rating Agency

L'INCHIESTA

La rivoluzione sostenibile che travolgerà le imprese

L'impatto degli indicatori ESG riguarderà presto anche tutte le altre aziende che chiederanno un finanziamento in banca, che dovranno essere valutate in base a parametri ambientali, sociali e di gestione delle società. Rispetto alle linee guida Eba (non obbligatorie) da giugno 2021 i finanziamenti saranno accompagnati da valutazioni ESG e sui rischi da cambiamenti climatici

S

ono 148mila le imprese italiane inerenti a settori impegnati nella transizione ambientale. È quanto emerge da uno studio di Cerved. Ma l'impatto degli indicatori ESG riguarderà presto anche tutte le altre imprese che chiederanno un finanziamento in banca, che dovranno essere valutate, appunto, anche in base a parametri ambientali, sociali e di gestione dell'impresa. Rispetto alle linee guida Eba (non obbligatorie) da

giugno 2021 i finanziamenti saranno accompagnati da valutazioni ESG e sui rischi da cambiamenti climatici.

«La sostenibilità è un tema sempre più centrale, vitale in ogni dibattito economico e politico globale», nota Fabrizio Negri, amministratore delegato di Cerved Rating Agency, che aggiunge: «L'Europa continua ad assumere un ruolo di guida. Dapprima con lo European Green Deal del dicembre 2019, un piano d'azione volto a

Quanto incidono i settori della tassonomia nell'economia italiana?



promuovere l'uso efficiente delle risorse, ripristinare la biodiversità e ridurre l'inquinamento fino alla neutralità climatica entro il 2050. Ed in seguito, anche in ottica di rilancio dell'economia post epidemia Covid-19, con iniziative concrete sia in ambito regolamentare (si veda l'impegno della Commissione Europea con la prima proposta di Tassonomia per attività sostenibili del marzo 2020 o le linee guida dell'EBA che da giugno 2021 garantiranno l'integrazione dell'analisi dei fattori ESG nelle politiche di erogazione del credito) che in ambito di mercato (da pochi giorni l'ECB ha annunciato che includerà a partire da gennaio 2021 le obbligazioni con rendimento parametrato al raggiungimento di obiettivi SDG/performance indicate nella Tassonomia). Ma recentemente - prosegue Negri - anche la Cina ha assunto un atteggiamento discontinuo rispetto al passato. Il presidente Xi Jinping, davanti all'assemblea generale delle Nazioni Unite, ha fissato il target di neutralità climatica entro il

Fabrizio Negri, ad di CRA: «Il rating ESG può essere un valido strumento di comunicazione con investitori e stakeholder»

2060. Vedremo ora come e se assumeranno una diversa posizione anche Stati Uniti e India, due dei maggiori produttori mondiali di CO2».

L'ad di Cra si sofferma quindi sulle opportunità del rating ESG: «È una valutazione sintetica in grado di misurare la capacità di un soggetto di gestire i fattori ambientali, sociali e di governance. Nella nostra esperienza, le imprese che si dotano di un rating ESG beneficiano di un più ampio accesso al mercato del credito (si pensi a tutti i programmi di finanziamento destinati esclusivamente ad imprese sostenibili) e di un maggior

grado di accettazione da parte di committenti che adottino politiche di selezione dei fornitori sulla base anche di fattori ESG. Non da ultimo, il rating ESG - conclude Fabrizio Negri - può essere un valido strumento di comunicazione con investitori e stakeholder».

Il quadro normativo comunitario sta attraversando una fase di rapida evoluzione nella direzione di una maggiore attenzione verso i temi della sostenibilità, facendo seguito alle conclusioni emerse nell'ambito dell'Agenda 2030 dell'ONU per lo sviluppo sostenibile e della Conferenza sul clima di Parigi. L'accesso al Recovery Fund sta accelerando questi processi e già prima del Covid-19 la Commissione Europea ha istituito un gruppo di esperti (High Level Technical expert group on sustainable finance, "HLEG") per sviluppare una strategia complessiva in materia di finanza sostenibile e un sistema unificato delle attività sostenibili, in modo da orientare gli operatori economici attraverso nuovi parametri di tutela ambientale che possano essere integrati nelle



PRESIDENTE E AD
DI A.F. ENERGIA
Federico Agostini

22

decisioni di investimento e nella gestione dei rischi. Tra le azioni più urgenti messe in campo in questo ambito vi è la creazione di un meccanismo di classificazione delle attività economiche finalizzato proprio a indirizzare gli investimenti verso un'economia "low carbon". Agricoltura, pesca-silvicoltura, manifatturiero, elettricità, gas, riscaldamento, logistica e trasporti, costruzioni e immobiliare saranno i settori maggiormente interessati dalla transizione ambientale.

Per comprendere le esigenze delle aziende che, anche in modo volontario, si sono già dotate del bilancio di sostenibilità e del rating ESG, abbiamo posto quattro identiche domande a Federico Agostini, presidente e amministratore delegato di A.F. Energia, Livia Foglia, member of board and investor relator di Health Italia e Costantino Vaia, direttore generale del Consorzio Casalasco del Pomodoro.

Perché le tematiche di sostenibilità sono per voi importanti e in quale modo impattano sul vostro business?

Federico Agostini: «A.F. Energia ritiene che attraverso la sostenibilità vi siano concrete possibilità di sviluppo di processi e procedure

interne nonché di miglioramento nel complesso delle performance aziendali. Riteniamo molto importante l'accresciuta percezione verso gli stakeholder, ponendo un forte focus nei confronti del welfare aziendale e al dialogo costruttivo con i clienti e gli istituti finanziari».

Livia Foglia: «Il modello di Business proprio del gruppo Health Italia è focalizzato sulla gestione di programmi di sanità, di welfare e di benessere per individui, famiglie, dipendenti di enti e aziende e coerentemente la sostenibilità non può che essere un concetto insito ed integrato nella strategia aziendale. Il gruppo promuove infatti la sanità integrativa, esercitata dagli enti preposti quali le società generali di mutuo soccorso, che sono enti non profit, e quindi il tema dei comportamenti socialmente sostenibili è un elemento connaturato al nostro operato quotidiano. Inoltre, i programmi di welfare che proponiamo alle aziende sono, di fatto, la

Tre casi raccontati da Federico Agostini, presidente e amministratore delegato di A.F. Energia, Livia Foglia, member of board and investor relator di Health Italia e Costantino Vaia, direttore generale del Consorzio Casalasco del Pomodoro

rappresentazione operativa di una serie di fattori tipici del rapporto imprese-dipendenti, nel quale assumono particolare rilevanza gli aspetti inerenti la governance delle aziende stesse. Infine, le nostre attività finalizzate alla gestione del benessere di individui e famiglie non possono che essere correlate anche a specifici valori ambientali. In conclusione, gli elementi caratterizzanti i temi ESG sono parte integrante del nostro modello di business».

Costantino Vaia: «Il mondo dell'agroindustria è costantemente coinvolto nelle sfide atte a soddisfare le esigenze dei consumatori sempre più attenti ed evoluti ed il mondo agricolo. La sostenibilità lungo la filiera è la risposta, soprattutto

in un comparto di grande interesse strategico come il nostro sia in ottica di autoconsumo alimentare interno che di export».

Quali sono le motivazioni che vi hanno portato ad affrontare un percorso di miglioramento del vostro livello di sostenibilità e quali sono le vostre aspettative in merito?

F.A.: «La predisposizione di un bilancio e di un Rating di sostenibilità ci consentono di meglio valutare le decisioni strategiche da perseguire e di cogliere gli spunti di miglioramento. A.F. Energia è infatti interessata all'ottimizzazione dei fattori ESG sia riferibili alle performance aziendali, sia all'impatto generato».

L.F.: «Proprio perché le nostre attività, integrate e tra loro funzionali, si fondano su diversi aspetti riguardanti la sostenibilità in senso più ampio, fin dalla

DG CONSORZIO
CASALASCO DEL POMODORO
Costantino Vaia

«La sostenibilità
lungo la filiera
è la risposta, soprattutto
in un comparto
di grande interesse strategico
come il nostro, sia in ottica
di autoconsumo
alimentare interno
che di export»



sua costituzione Health Italia ha avuto una particolare sensibilità nei confronti di temi quali i valori sociali, i modelli di governance e l'ambiente. Rendere questi elementi peculiari in un vero e proprio programma, con obiettivi di miglioramento costante, è stata la naturale sintesi strategica tra operatività quotidiana e modello di business aziendale».

C.V.: «Si tratta di una serie di valori condivisi ed applicati da anni nonostante la nostra natura societaria non richieda l'obbligo della rendicontazione puntuale dei fattori ESG. Lo strumento scelto a titolo volontario è il bilancio di sostenibilità, un documento particolarmente dettagliato attraverso il quale periodicamente presentiamo la società anche secondo il punto di vista della sostenibilità, non solo ambientale».

Come conciliate le tematiche di sostenibilità con il vostro business e come le integrate?

F.A.: «Le conciliamo con il rispetto del cliente, con trasparenza e correttezza, con l'attenzione per il personale e per ridurre l'impronta di carbonio dell'azienda che passi anche attraverso iniziative di efficientamento energetico».

L.F.: «Le tematiche di sostenibilità sono un valore fondante del nostro modello di business in quanto ogni giorno valutiamo e gestiamo tematiche sociali, ci confrontiamo con modelli di governance, ci relazioniamo con corretti approcci all'ambiente. Quindi per Health Italia esaminare, sviluppare, attivare dinamiche correlate ai modelli sostenibili è un aspetto determinante del business, nel quale vengono integrati, da sempre, moltissimi elementi relativi alle dinamiche ESG».

C.V.: «Il Consorzio Casalasco continua un percorso virtuoso in termini di fatturato, volumi, sviluppo prodotti e servizi offerti al mercato

e, proprio in questo contesto positivo, il livello di consapevolezza del nostro operato verso tutti gli stakeholders e la società deve continuamente aumentare in modo più che proporzionale. Responsabilità sociale ed attenzione per l'ambiente si confermano sempre più gli elementi chiave per una corretta interpretazione delle aspettative ed esigenze dei mercati in termini di trasparenza per le proficue relazioni con gli stakeholder».

Qual è stata la vostra esperienza nel sottoporvi ad un rating di sostenibilità?

F.A.: «Riteniamo sia stata un'esperienza molto impegnativa e sfidante che ci ha aperto nuove prospettive e che ci ha fatto capire l'importanza di alcuni aspetti non presi in considerazione nel business ordinario, rilevabili come fattori di miglioramento esponenziale del business e della qualità aziendale».

L.F.: «Sottoporre il nostro gruppo ad una valutazione indipendente, come quella effettuata da Cerved Rating Agency, sui criteri ESG ci è sembrata

la corretta summa del nostro percorso strategico e della nostra operatività quotidiana, anche per acquisire maggiore consapevolezza del nostro posizionamento attuale in termini di sostenibilità. Ricevere una classificazione BBB che evidenzia "un'alta capacità di gestione dei fattori ESG" è stata la conferma valutativa della correttezza del nostro operato in termini di sostenibilità. E proprio perché la sostenibilità per Health Italia non è solo un concetto astratto ma è un modo di essere completamente integrato nelle attività aziendali, con programmi ed obiettivi precisi, riteniamo che l'attuale valutazione indipendente possa rappresentare solo il punto di partenza di un percorso di miglioramento continuo che ci porti ad ulteriori valutazioni migliorative».

C.V.: «Si tratta di un processo complesso ed impegnativo che coinvolge tutte le funzioni aziendali. Prevede di fissare con estrema precisione il punto d'arrivo ed essere coerenti in ogni azione lungo la filiera monitorando l'effetto che ha sugli aspetti non soltanto economico-finanziari. Per la

redazione degli indicatori, siamo stati supportati da una primaria società di revisione e abbiamo sottoposto a CRA il bilancio per la valutazione di performance di sostenibilità. La valutazione finale e conseguenti suggerimenti di continuo miglioramento sono parametrati alle altre aziende nel settore di riferimento del Food & Beverage».

HEALTH ITALIA, Livia Foglia

«Le tematiche di sostenibilità sono un valore fondante del nostro modello di business in quanto ogni giorno valutiamo e gestiamo tematiche sociali, ci confrontiamo con modelli di governance, ci relazioniamo con corretti approcci all'ambiente»



PERSONAGGI

« IL MIO FUTURO?
FARÒ SOLO L'IMPRENDITORE
SENZA ESITAZIONE.
SE VOGLIAMO CAMBIARE
LA SOCIETÀ INIZIAMO
A CAMBIARE LE NOSTRE
AZIENDE. CON L'IMPRESA
PUOI INFLUENZARE,
AVVIARE UN'IDEA
CHE ARRIVA ALLA POLITICA.
NON C'È MODO MIGLIORE
DI FARE POLITICA DI FARE
BENE L'IMPRENDITORE »

ANDREA ILLY
PRESIDENTE GRUPPO ILLY

BILANCIO 2019

RICAVI: 520,5 MLN
EBITDA ADJ: 77,4 MLN
EBITDA MARGIN:
14,1% dei ricavi
UTILE NETTO: 19 MLN
RoIC: 8,5%
ADDETTI: 1405
SEDE LEGALE:
TRIESTE

ANDREA ILLY

IL CAFFÈ RIGENERATIVO CIRCOLARE

Il presidente del Gruppo Illy, che già da anni ha puntato sul rispetto dei valori ESG, avverte:
«Il mercato dell'Italia è rappresentato da venti settori che devono cambiare paradigma.
Ci sono opportunità straordinarie di rivisitazione del made in Italy»

di MICHELE MONTEMURRO

residente, come racconterà i mesi trascorsi durante il lockdown?

«È stata una situazione che ci ha colto di sorpresa, causata da un grandissimo buco di governance globale. Sappiamo benissimo che ci sono i virus e prima ancora dei virus le infezioni delle vie respiratorie ed era ampiamente prevedibile che avrebbero causato una pandemia globale, ma il mondo si è trovato impreparato. Abbiamo i sistemi di prevenzione per tutto ma mascherina e distanziamento sociale non erano stati pianificati. È molto strano, conferma che l'umanità può imparare solo dagli eventi e non riesce a prevedere. L'altro aspetto è che il coordinamento globale che fa capo all'Oms ha efficacia limitata, come dimostra il fatto che l'Organizzazione è stata boicottata dagli Stati Uniti, il paese più colpito dalla pandemia. Se avessimo mitigato non avremmo avuto il danno sociale, più che economico. Il lockdown me lo ricorderò come esperienza inadeguata della società. Il secondo elemento è la causa, l'impatto dirompente che ha avuto la nostra specie sugli ecosistemi, soprattutto dopo l'inizio della rivoluzione industriale, che ha portato con sé tre fattori che hanno destabilizzato gli ecosistemi: estrarre combustibili fossili che riconvertono in forma gassosa il carbonio, lo sfruttamento di qualsiasi forma del territorio con agricoltura e cementificazione, dovuto all'antropocene (quando l'uomo ha iniziato a trasportare merci e persone in tutto il mondo ha impattato molto male), estrarre risorse non rinnovabili in modo irreversibile, ma anche rinnovabili che non sono state rinnovate come la deforestazione. Tutto ciò è avvenuto in un secolo e mezzo con un'esplosione demografica. Questa destabilizzazione ha impattato con

quella che è una crisi sistemica. Il parlamento europeo ha dichiarato la crisi climatica a novembre 2019, poi è arrivata quella sanitaria, economica e sociale che ha portato anche a una crisi politica. Lo stile di vita frenetico al quale eravamo abituati è stato messo in discussione perché inutile e dannoso per l'uomo e l'ecosistema. Il Covid sarà uno spartiacque verso un mondo migliore che trasforma la nostra società da estrattiva lineare a rigenerativa circolare. Bisogna dare luogo ad una nuova economia, non basata sull'estrazione ma sulla rigenerazione e viceversa come componente circolare. Ciò che non si può rigenerare venga riutilizzato "sine die", infinitamente riciclato, e si riduca la quantità di estrazione. Da chimico mi sono posto il problema: la madre di tutte le cause è la decarbonizzazione, pochi dicono che se continuiamo a immettere gas serra il fenomeno diventerà autoalimentato e irreversibile. L'obiettivo del carbon neutral nel 2050 è più che ragionevole. Essere carbon neutral con approccio delle compensazioni non lo ritengo sostenibile. L'agricoltura responsabile con emissione del 25% di carbonio è il primo sforzo carbon neutral, in futuro carbon negative. Pochi sanno, ed è la bellezza del modello "virtuous agriculture" che ho sviluppato, che se arricchisci i suoli con biomassa sequestri carbonio dall'atmosfera ma rendi i terreni più sani. Terreni più ricchi di carbonio trattengono di più l'acqua e aumenta la fertilità. Questa nuova agricoltura produce cibi più salutari. Benefici per ambiente e salute vanno in parallelo, è quello che noi abbiamo iniziato a fare. Abbiamo piantagioni sperimentali in Guatemala ed Etiopia con obiettivi carbon free e, nei prossimi decenni, di azzerare le emissioni aziendali».

Nell'ottica della sostenibilità come adoperate i resti del caffè?

«La politica del packaging è quella della tre "r": riduci, riutilizza e ricicla. Noi usiamo solo materiali riciclabili al 100%, abbiamo un programma che tende alla riduzione del packaging progressivamente sempre di più, una riduzione relativa a quanto si può ridurre con quel tipo di prestazioni e stiamo studiando una serie di materiali, cosiddetti compostabili (che sino ad oggi non lo sono stati). Credo che, soprattutto per quanto riguarda la plastica, dal punto di vista scientifico sia possibile farlo, bisogna stare attenti a non correre dietro alle chimere e a non fare un prodotto vegetale che avrebbe un impatto peggiore provocato dal petrolio. La plastica ha risolto grandi problemi per la comunità, nel mare i problemi sono causati dalla gestione dei rifiuti. Se io sposto il consumo della plastica su altri materiali, come alluminio o vetro, faccio un salto dalla padella alla brace».



L'azienda negli ultimi anni ha sempre aumentato il fatturato con ottime performance gestionali e diminuito gli oneri finanziari su mol e ricavi: a fine anno cambierà qualcosa?

«Ovviamente l'impatto del Covid c'è stato, noi facciamo il 60% circa del volume d'affari "fuori casa", fra tutti Stati Uniti, Francia e Inghilterra. È evidente che abbiamo avuto un impatto recuperato in buona misura con una forte crescita nei canali della distribuzione alimentare moderna e digitale. Abbiamo avuto fortuna o abilità o il tempismo di aver fatto nel 2019 tre grossi investimenti nel canale alimentare, rifacimenti dell'e-commerce che ci hanno consentito di raddoppiare i volumi e riprogrammare nella distribuzione la capsula compatibile lanciata l'anno scorso».

Secondo alcuni studi l'Italia recupererà la redditività pre Covid-19, che tra l'altro non era ancora quella prima della crisi del 2008, solo nel 2025: lei che scenari prevede?

«L'Italia era già malmezza prima del Covid, nel 2019 c'è stata la crescita peggiore in Europa con lo 0,3%, gli investimenti sono stati insufficienti, ci sono state poca crescita e produttività, non abbiamo smaltito l'accumulo di disoccupazione (siamo la terza peggiore in Europa), il debito pubblico è inchiodato da cinque anni. Era una situazione pericolosa, la crisi anziché arrivare una o due anni dopo con la recessione è arrivata col Covid. L'Italia rischia di

non riuscire a ripartire o di stare in piedi sulle sue gambe. Si tratta di ripensare la strategia del Paese, più esplicita e meno implicita e che punti sui fattori trainanti, forti dell'Italia, per avere uno slancio come dal 1994 al 2004, dove in dieci anni l'Italia ha diminuito il rapporto deficit pubblico da 120 a quasi 100%, ha smaltito 2 punti percentuali all'anno per il semplice fatto che cresceva di più. Se la soluzione è crescere di più da 0,3 a 3% qual è la strategia con la quale l'Italia può accelerare la crescita al di sopra del 2%? Migliorare lo stile di vita con l'istintività del made in Italy. Necessitano 6 trilioni per 20 settori dove l'Italia è campione, dove si può ambire ad avere una quota di mercato del 10%, un mercato di esportazione da 600 miliardi, ora ne facciamo 480, metà nei settori specifici della qualità della vita. Abbiamo la possibilità di raddoppiare l'export. In Europa invece, nata da un'utopia, abbiamo creato un mercato unico, un'unione economica senza un'unione politica. Però questa utopia

«OVVIAMENTE L'IMPATTO DEL COVID C'È STATO, NOI FACCIAMO IL 60% DEL VOLUME D'AFFARI "FUORI CASA". È EVIDENTE CHE **ABBIAMO AVUTO UN IMPATTO RECUPERATO IN BUONA MISURA** CON UNA FORTE CRESCITA NEI CANALI DELLA DISTRIBUZIONE ALIMENTARE MODERNA E DIGITALE»

si fonderà con le crisi e solo la massa critica della UE può risolvere il tutto. L'enorme crisi del Covid ci fa fare un enorme passo in avanti con un'integrazione a livello sanitario e ambientale. Se l'Italia si darà questa strategia, sfrutterà appieno i suoi vantaggi competitivi, bellezza e cultura, e quindi il suo potenziale inespresso di crescita. Così facendo le cose potrebbero migliorare prima del 2025».

Come dovrebbero essere declinate le risorse del Recovery Fund?

«Il mercato dell'Italia è rappresentato da venti settori che devono cambiare paradigma, passando a rigenerativo circolare. Cambiamento di tecnologie, non solo digitale ancorché in primis, tecnologie energetiche, agricoltura, tessile e così via. Opportunità straordinarie di rivisitazione del made in Italy. L'Italia è uno dei paesi migliori al mondo per i suoi ingegneri, possono competere alla pari con i migliori, ha la più alta biodiversità al mondo, da valorizzare al meglio. Si tratta di crederci e comportarsi in modo cooperativo, coordinato per poter raggiungere tutti assieme questi risultati, come è successo nel secondo dopoguerra, quando l'Italia è stata catapultata a Paese leader mondiale nell'industria. È accaduto in dieci anni grazie al modesto aiuto di un Piano Marshall ma grazie agli italiani, e spero sia la volta buona per un Rinascimento italiano».

Il suo futuro sarà solo da imprenditore?

«Sì, senza esitazione. I due terzi dell'economia sono privati: dell'occupazione e dell'innovazione, e sono fatti da milioni di imprese come la mia. Se vogliamo cambiare la società iniziamo a cambiare le nostre aziende. La politica altro non è che portare al Governo le scelte di noi liberi cittadini. Con l'impresa puoi influenzare, avviare un'idea che arriva alla politica. Non c'è modo migliore di fare politica di fare bene l'imprenditore».

ANDREA ILLY

THE CIRCULAR
REGENERATIVE COFFEE

President, how will you describe the months during lockdown?

It was a situation that took us by surprise, caused by a huge hole in global governance. It could have been a chemical or bacteriological attack instead of a virus, the result would have been the same: it would have attacked the airways. The world found itself unprepared to fight such a threat. We did not invest to prevent the crisis; mask and social distancing were not planned. All this confirms that humanity can only learn from events and cannot predict. The other aspect is that the global coordination led by WHO has limited effectiveness, as evidenced by the fact that the organization has been boycotted by the United States, the country most affected by the pandemic.

If we had mitigated we would not have had the social damage, rather than the economic one. I will remember the lockdown as an inadequate experience of society. The second element is the cause, the disruptive impact that our species had on ecosystems, especially after the start of the industrial revolution, which brought with it three factors that destabilized ecosystems: extracting fossil fuels that reconvert into gaseous form carbon, the exploitation of any form of the territory with agriculture and overbuilding, due to the Anthropocene (when man began to transport goods and people all over the world, it impacted very badly), to extract non-renewable resources in an irreversible way, but even renewables that have not been renewed such as deforestation. All of this happened in a century and a half with a population explosion. This destabilization has impacted what is a systemic crisis.

The European parliament declared the climate crisis in November 2019, then, came the health, economic, and social crisis which also led to a political crisis. The hectic lifestyle to which we were accustomed has been questioned because it is useless and harmful to humans and the ecosystem. Covid will be a watershed towards a better world that transforms our society from linear extractive to circular regenerative. A new economy must be created, not based on extraction but on regeneration and vice versa as a circular component. What cannot be regenerated is reused indefinitely, infinitely recycled, and the quantity of extraction is reduced. As a chemist I asked myself the problem: the mother of all causes is decarbonisation, few say that if we continue to introduce greenhouse gasses, the phenomenon will become self-sustaining and irreversible. The goal of carbon neutral in 2050 is more than reasonable. I do not consider being carbon neutral with an offsetting approach. Responsible agriculture with 25% carbon emissions is the first carbon neutral effort, in the future, carbon negative.

Few people know, and it is the beauty of the "virtuous agriculture" model that I have developed, that if you enrich the soils with biomass you will sequester carbon from the atmosphere but make the soils healthier. More carbon-rich soils retain more water and increase fertility. This new agriculture produces healthier foods. Benefits for the environment and health go hand in hand, that's what we have started to do. We have experimental plantations in Guatemala and Ethiopia with carbon free objectives and, in the coming decades, to eliminate company emissions.

With a view to sustainability, how do you use leftover coffee?

The packaging policy is that of the three "r": reduce, reuse and recycle. We only use 100% recyclable materials, we have a program that tends to reduce the packaging progressively more and more, a reduction relative to what can be reduced with that type of performance and we are studying a series of materials, so-called compostable (which up to today they were not). I believe that, especially with regard to plastic, from a scientific point of view it is possible to do this, we must be careful not to run after chimeras and not to make a vegetable product that would have a worse impact caused by oil.

Plastic has solved great problems for the community, problems in the sea are caused by waste management. If I shift the consumption of plastic to other materials, such as aluminium or glass, I jump from the plan to the grill.

In recent years, the company has always increased its turnover with excellent management performance and decreased financial charges on EBITDA and revenues: will anything change at the end of the year?

Obviously, the impact of Covid has been there, we do about 60% of the volume of business "away from home", including the United States, France and England. It is clear that we have had a recovered impact to a good extent with strong growth in modern and digital food distribution channels. We had the luck or the ability or the timing of having made three major investments in the food channel in 2019, e-commerce renovations that allowed us to double volumes and reprogram the compatible capsule launched last year in distribution.

According to some studies, Italy will recover pre-Covid-19 profitability, which by the way was not the same as before the 2008 crisis yet, only in 2025: what scenarios do you foresee?

Italy was already in a bad state before Covid, in 2019 there was the worst growth in Europe with 0.3%, investments were insufficient, there was little growth and productivity, we have not disposed of the accumulation of unemployment (we are the third worst in Europe), the public debt has been the same for five years. It was a dangerous situation. The crisis, instead of arriving a year or two later with the recession, came with Covid. Italy risks not being able to leave or stand on its legs. It is a question of rethinking the country's strategy, a more explicit and a less implicit one, a strategy that focuses on Italy strong, driving factors, to have a momentum like the one from 1994 to 2004, where in ten years Italy has decreased the public deficit ratio from 120 to almost 100%, it disposed of 2 percentage points a year for the simple fact that it was growing more.

If the solution is to grow more from 0.3 to 3%, what is the strategy with which Italy can accelerate growth above 2%? Improving the lifestyle with the instinct of Made in Italy. 6 trillion is needed for 20 sectors where Italy is champion, where one can aspire to have a market share of 10%, an export market of 600 billion, now we make 480, half in the specific sectors of quality of life. We have the opportunity to double exports. In Europe, however, born from a utopia, we have created a single market, an economic union without a political union. But this utopia will merge with the crises and only the critical mass of the EU can solve everything. The huge Covid crisis makes us take a huge step forward with health and environmental integration. If Italy adopts this strategy, it will fully exploit its competitive advantages, beauty and culture, and therefore its untapped potential for growth. In doing so, things could improve before 2025.

How should the resources of the Recovery Fund be used?

The Italian market is represented by twenty sectors that must change their paradigm, moving to circular regeneration. Change in technologies, not only digital, but primarily, energy technologies, agriculture, textiles and so on. These could be extraordinary opportunities to revisit the Made in Italy. Italy is one of the best countries in the world for its engineers, they can compete on an equal footing with the best; it has the highest biodiversity in the world, to be exploited to the fullest. It is a question of believing in it and behaving in a cooperative, coordinated way in order to achieve these results together, as happened after World War II, when Italy was catapulted into an industry world leader. It happened in ten years thanks to the modest help of a Marshall Plan but thanks to the Italians, and I hope it is the right time for an Italian Renaissance.

Will your future be only as an entrepreneur?

Yes, without hesitation. Two thirds of the economy is privatized: employment and innovation, and are made up of millions of companies like mine. If we want to change society, we have to start changing our companies. Politics is nothing other than bringing the choices of us free citizens to the government. With the company you can influence, start an idea that reaches politics. There is no better way of doing politics than being an entrepreneur.

I RACCONTI

STORIE

BRAMBATI

Tecnologia Made in Italy
pag. 33-35

VARVAGLIONE 1921

*I cento anni
della cantina pugliese*
pag. 36-38

**BILANCIO
2019**

RICAVI: 217,2 MLN
(+4,2%)

EBITDA: 60,4 MLN (+8,5%)

UTILE NETTO: 18,3 MLN
(+49%)

SEDE LEGALE:
MILANO

STARHOTELS

IL RESILIENTE HOTEL DI MILANO CHE HA RESISTITO AL LOCKDOWN

Il Rosa Grand Collezione (foto), situato dietro il Duomo, ha continuato ad accogliere gli ospiti, in particolare protezione civile, medici e giornalisti

di Mauro Denigris



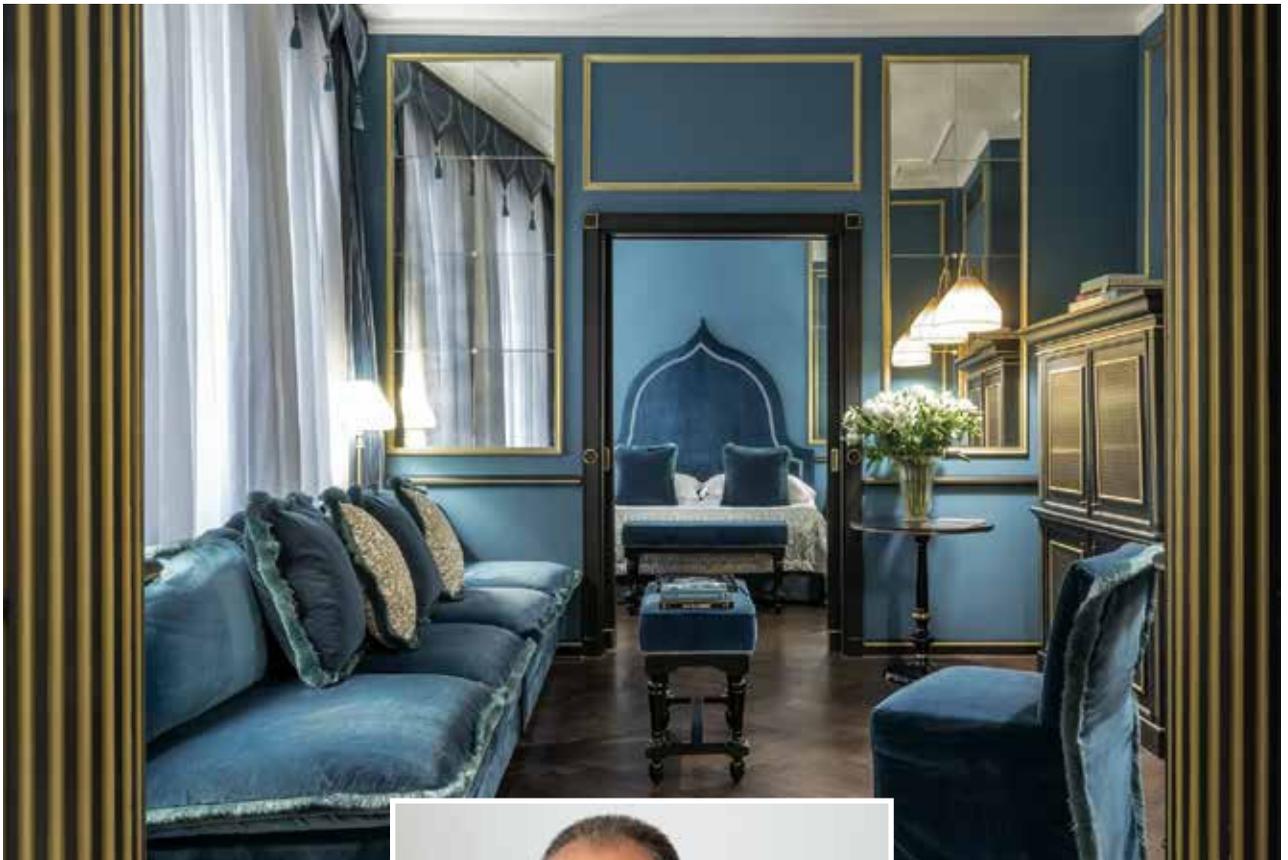
**CON 217 MILIONI
DI RICAVI, OLTRE 4.200
CAMERE E 30 HOTEL
LUNGO LA PENISOLA
E A LONDRA, PARIGI E NEW YORK,
STARHOTELS È IL PRIMO
GRUPPO PRIVATO
ALBERGHIERO
ITALIANO**

S

Starhotels è il primo gruppo privato alberghiero italiano per ricavi, è leader nei segmenti upscale e upper-upscale & luxury, con 30 hotel situati nel cuore delle migliori destinazioni italiane oltre a Londra, Parigi e New York, per un totale di oltre 4.200 camere. Il Rosa Grand Collezione di Milano, albergo situato strategicamente dietro il Duomo, è stato uno dei rari hotel rimasti aperti durante il lockdown. «L'hotel è stato un punto di riferimento sicuro per tutti gli ospiti che hanno continuato a viaggiare e in particolare per

la protezione civile, i medici e la stampa, che non si sono mai fermati. Non è stato facile, ma abbiamo scelto di tenere aperto l'albergo malgrado le difficoltà, per continuare a dare un servizio alla comunità e fare quello che sappiamo fare meglio, ovvero accogliere i nostri ospiti e farli sentire sicuri e a casa». Francesco Brunetti, direttore generale di Starhotels Spa, è quasi commosso quando ricorda ciò che è accaduto nei mesi scorsi, il grande impegno e al tempo stesso le grandi preoccupazioni durante il picco dell'epidemia. Secondo i dati diffusi da Assoturismo, nel trimestre giugno-agosto le presenze nelle strutture ricettive ufficiali in Italia si sono fermate a 148,5 milioni, oltre 65 milioni in meno rispetto al 2019 (-30,4%), con un calo nell'alberghiero del 32,6%. Starhotels, il primo gruppo alberghiero italiano, ha sofferto come tutti, ma è stato tra i primi a rialzarsi.

«L'emergenza ci ha costretto ad una frenata – ammette Brunetti – proprio quando avevamo inaugurato un 2020 molto promettente e dopo un 2019 che ha registrato risultati eccezionali, grazie ad una costante crescita dei ricavi ed una gestione dei costi ottimale che ci hanno consentito di raggiungere livelli record di market share e marginalità. Nonostante l'emergenza, siamo stati tra i primi a riaprire con grande coraggio. Una scelta non facile, dettata dal dovere morale di ripartire nonostante tutto e di lanciare un messaggio di ripresa ed ottimismo per tutto il settore. Con il passare dei mesi, possiamo dire di aver fatto la scelta giusta perché siamo riusciti a garantire la sostenibilità aziendale ed un'esperienza per i nostri clienti all'altezza delle loro aspettative. Alcune destinazioni hanno persino registrato eccellenti livelli di business nei mesi estivi». Insomma



un esempio di resilienza, che ha permesso però anche di fare del bene: «Vorrei ricordare due importanti iniziative di cui Starhotels si è resa protagonista durante il lockdown – sottolinea Brunetti - l’iniziativa “Grazie di cuore”, attraverso la quale abbiamo offerto come segnale di ringraziamento e gratitudine agli operatori sanitari dei reparti e degli ospedali Covid, mille soggiorni gratuiti per 2 persone - in collaborazione con la Società Italiana di Anestesia Analgesia Rianimazione e Terapia Intensiva e con Federazione Nazionale Ordini Professioni Infermieristiche. E poi la messa a disposizione dello Starhotels Cristallo Palace di Bergamo all’Agenzia di Tutela della Salute della città a titolo gratuito per l’accoglienza dei pazienti Covid-19 in via di guarigione, per diminuire la pressione sugli ospedali del



DIRETTORE GENERALE
Francesco Brunetti

territorio». La crisi però non è alle spalle, anzi.

«Questa esperienza ci ha sicuramente indotto a ripensare le strategie di vendita e marketing – continua Brunetti - sia per la gestione dei flussi turistici nelle città d’arte, che per le destinazioni business. Il contesto rappresenta un’opportunità per destagionalizzare e rifocalizzare le diverse destinazioni turistiche,

dobbiamo quindi invogliare i viaggiatori a visitare il nostro Paese e scoprirne i tesori nascosti. Certo Regioni e Stato devono fare di più». Le preoccupazioni non sono finite ma l’esperienza è servita: «I casi in aumento in Italia sono quasi sempre legati a focolai in luoghi di vacanza estivi dove le regole non sono sempre state rispettate - conclude il manager -. Nelle città le misure di sicurezza sono applicate più scrupolosamente e questo ci rende cautamente ottimisti. La situazione rimane ancora piuttosto incerta per quanto riguarda la ripresa dei flussi turistici internazionali, ma sia in Italia che all’estero l’intero sistema sanitario è indubbiamente più pronto ad affrontare gli inevitabili contagi futuri e quindi il fenomeno dovrebbe essere gestito».

STARHOTELS

THE RESILIENT MILAN HOTEL THAT RESISTED THE LOCKDOWN

Starhotels is the first Italian private hotel group in terms of revenues; it is a leader in the upscale and upper-upscale & luxury segments, with 30 hotels located in the heart of the best Italian destinations as well as London, Paris and New York, for a total of over 4,200 rooms. The Rosa Grand Collezione in Milan, a hotel strategically located behind the Duomo, was one of the rare hotels that remained open during the lockdown.

«The hotel has been a safe point of reference for all guests who continued to travel and in particular for civil protection, doctors, and the press, who never stopped. It was not easy, but we chose to keep the hotel open despite the difficulties, to continue to give a service to the community and do what we do best, that is to welcome our guests and make them feel safe and at home».

Francesco Brunetti, CEO of Starhotels S.p.A, is almost moved when he remembers what happened in the past months, the great commitment and, at the same time, the great concerns during the peak of the epidemic. According to the data released by Assoturismo, in the quarter June-August the presences in official accommodation facilities in Italy stopped at 148.5 million, over 65 million less than in 2019 (-30.4%), with a decrease in hotels by 32.6%. Starhotels, the first Italian hotel group, suffered like everyone else, but was among the first to get up.

«The emergency forced us to slow down - admits Brunetti - just when we had inaugurated a very promising 2020 and after a 2019 that recorded exceptional results, thanks to constant growth in revenues and optimal cost management that allowed us to reach record levels of market share and margins. Despite the emergency, we were among the first to reopen with great courage. Not an easy choice, dictated by the moral duty to start again despite everything and to send a message of recovery and optimism for the whole sector. Over the months, we can say that we

have made the right choice because we have managed to ensure corporate sustainability and an experience for our customers that lives up to their expectations. Some destinations even recorded excellent business levels in the summer months».

In short, an example of resilience, which has also allowed to do good: «I would like to recall two important initiatives in which Starhotels played a leading role during lockdown - underlines Brunetti - the "Thank you from the heart" initiative through which we offered, as a sign of gratitude to the healthcare professionals of the Covid wards and hospitals, a thousand free stays for 2 people - in collaboration with the Italian Society of Anesthesia, Analgesia, Intensive Care, and with the Federazione Nazionale Ordini Professioni Infermieristiche. Starhotels Cristallo Palace in Bergamo also has also provided, to the Health Protection Agency of the city, the reception of Covid-19 patients on the mend, free of charge, to decrease the pressure on local hospitals».

The crisis, however, is not behind us. «This experience has certainly led us to rethink the sales and marketing strategies - continues Brunetti - both for the management of tourist flows in the cities of art and for business destinations. The context represents an opportunity to seasonally adjust and refocus the various tourist destinations, so we must encourage travellers to visit our country and discover its hidden treasures. Of course, the Regions and the State must do more».

The worries are not over, but experience has helped: «The increasing

cases in Italy are almost always linked to outbreaks in summer vacation spots where the rules have not always been respected - concludes the manager. In cities, security measures are enforced more scrupulously and this makes us cautiously optimistic. The situation still remains quite uncertain with regards to the resumption of international tourist flows, but both in Italy and abroad the entire health system is undoubtedly more ready to face the inevitable future infections and, therefore, the phenomenon should be managed».

Mauro Denigris

THE ROSA GRAND COLLECTION, LOCATED BEHIND THE DUOMO, CONTINUED TO WELCOME GUESTS, IN PARTICULAR CIVIL PROTECTION, DOCTORS AND JOURNALISTS



**BILANCIO
2019**

RICAVI: 62.036.968

EBITDA: 6.543.981

UTILE NETTO: 3.013.876

ROE: 3,4%

ADDETTI: 220

SEDE: S.M. degli Angeli
Assisi (PG)

BRAMBATI

*Tecnologia
Made in Italy*

re generazioni, 75 anni di storia, circa 120 dipendenti, 10.000 metri quadrati di produzione. Sono i numeri vincenti di Brambati S.p.A, l'azienda lombarda di Codevilla, in provincia di Pavia, leader nel campo alimentare, in particolare nelle industrie dolciarie, biscottifici, panifici, pastifici, baby-food e nell'industria del caffè. Innovazione e tecnologia si sposano con i racconti e le foto in bianco e nero della società, una storia di famiglia dal sapore "made in Italy" come il settore agroalimentare di riferimento. Il seme di Brambati S.p.a. risale a 17 anni prima della sua nascita:

era il 1928 quando Francesco Brambati iniziava a progettare e costruire macchinari per molini. I dipendenti che lo hanno conosciuto raccontano di un uomo di grande cultura tecnica e di sensibilità umana, un consulente tecnico che durante i suoi anni di lavoro innovò varie aziende del settore. Dopo aver accumulato esperienza nel mondo della costruzione delle macchine di trattamento della farina, nel 1945 decise di mettersi in proprio, per produrre impianti per l'industria molitoria, fondando la "Francesco Brambati Costruzioni Meccaniche". Da allora la società è della famiglia Brambati. Di generazione in generazione la ricerca è andata avanti con sistemi automatizzati che permettono di avere, in tempo reale, il controllo della produzione e dello stoccaggio delle materie prime e del prodotto finito e quindi della rintracciabilità. Tutto con un occhio al "green" attraverso il rispetto delle norme relative alla rumorosità, all'igiene ambientale ed alle emissioni in atmosfera. «Guidiamo il cambiamento – specifica il Vice Presidente Andrea Brambati - negli anni abbiamo investito molte risorse nell'R&S e continuiamo a farlo



**TRE
GENERAZIONI
DI STORIA E INNOVAZIONE
PER L'AZIENDA LOMBARDA
CHE SI RACCONTA
TRA FOTO
IN BIANCO E NERO
E CERTIFICAZIONI**

affiancando a questa attività uno sviluppo consapevole e sostenibile.

Nel 2020 tutto ciò che è costruito all'interno dell'azienda è fatto al 100% con energia proveniente da fonti rinnovabili. Crediamo che sia un nostro dovere preservare il pianeta in cui viviamo per le generazioni future, per le quali vogliamo anche salvaguardare la dignità che un posto di lavoro può garantire».

Nella storia aziendale un capitolo sarà ricordato per la pandemia dell'anno 2020. Una situazione vissuta con grande attenzione per i dipendenti e per i clienti, osservando tutti i protocolli di sicurezza e mantenendo la continuità operativa. La normativa infatti non prevedeva lo stop per i servizi di industria essenziali come gli alimentari. «Innovazione, integrazione, tradizione, questi sono i fattori su cui abbiamo deciso di basare la nostra attività – dichiara il presidente Fabrizio Brambati - siamo un gruppo fatto di persone che crede fortemente in quello che progetta e costruisce, forte e consapevole dell'esperienza acquisita in 75 anni di storia, ma rivolto al futuro, cercando di stare sempre al passo con i tempi ed ove possibile anticipandoli, sfruttando al massimo ciò che la tecnologia mette

a disposizione. Il 2020 ha obbligato il mondo ad osservare le cose da una diversa prospettiva, a rivoluzionare il modo di lavorare che negli anni abbiamo dato per certo, abbiamo dovuto reinventarci per poter garantire sicurezza e continuità sia ai nostri collaboratori, sia ai nostri clienti. Questo, oggi, ci permette di dire che siamo pronti ad affrontare tutte le nuove sfide che il mercato mondiale ci proporrà». L'azienda punta sui giovani con un turnover, cercando di valorizzare chi lavora da diverso tempo ma investendo anche nel ricambio generazionale. In questa visione aperta al futuro rientra anche un forte legame con scuole e università, tra testisti e contratti di ricerca.

IL PROGETTO

**Advanced Food Lab
tra i primi in Europa**

Il primo Advanced Food Lab in Italia è di Brambati S.p.a. Il laboratorio innovativo testa il processo di lavorazione dei prodotti alimentari grazie a specifiche attrezzature e ad un sistema di automazione industriale avanzato. La struttura è all'avanguardia e tra le prime in Europa. L'AFL si trova in un'ala dell'impianto di Codevilla, nel vogherese, in Lombardia

BRAMBATI SPA

—
TECHNOLOGY
IN THE MADE IN ITALY
AGRI-FOOD SECTOR

Three generations, 75 years of history, around 120 employees, 10,000 m2 of production. These are the winning numbers of Brambati S.p.A, the Lombard Company from Codevilla, in the province of Pavia, leader in the food sector, in particular in the confectionery, biscuit factories, bakeries, pasta factories, baby food and coffee industries. Innovation and technology are combined with stories and black and white photos of the company, a family story with a “made in Italy” flavour.

The seed of Brambati S.p.a. dates back to 17 years before its birth. It was 1928 when Francesco Brambati began to design and build machinery for mills. Employees who met him tell of a man of great technical culture and human sensitivity, a technical consultant who during his years of work innovated various companies in the sector. After having accumulated experience in the world of the construction of flour treatment machines, in 1945 he decided to set up his own business, to produce plants for the milling industry, founding the “Francesco Brambati Costruzioni Meccaniche”. Since then, the company has belonged to the Brambati family. From generation to generation, research has progressed with automated systems that allow you to have, in real time, the control of production and storage of raw materials and of the finished product and, therefore, of traceability. All with an eye to the “green” through compliance with the regulations relating to noise, environmental hygiene and emissions into the atmosphere.

«We lead change - specifies the Vice President Andrea Brambati - over the years we have invested many resources in R&D and we continue to do so by

combining this activity with conscious and sustainable development. In 2020, everything built within the company is made 100% with energy from renewable sources. We believe it is our duty to preserve the planet we live in for future generations, for which we also want to safeguard the dignity that a job can guarantee». In the company's history, a chapter will be remembered for the pandemic of the year 2020. A situation experienced with great attention to employees and customers, observing all safety protocols and maintaining operational continuity.

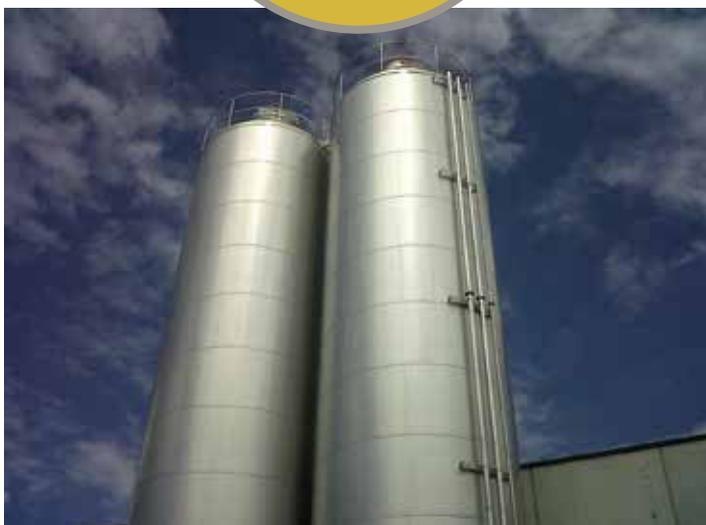
The legislation, in fact, did not provide for the stop for essential industrial services such as food. “Innovation, integration, tradition, these are the factors on which we have decided to base our business - declares the president Fabrizio Brambati - we are a group made up of people who strongly believe in what they design and build, strong and aware of the experience acquired in 75 years of history, but looking to the future, always trying to keep up with the changing times and anticipating them whenever is possible, making

the most of what technology makes available. 2020 forced the world to look at things from a different perspective, to revolutionize the way of working that we have taken for granted over the years, we had to reinvent ourselves in order to guarantee safety and continuity for both our collaborators and our customers. This, today, allows us to say that we are ready to face all the new challenges that the world market will

propose to us.” The company focuses on young people with a turnover, trying to enhance those who have been working for some time but also investing in generational turnover. A strong link with schools and universities, between undergraduates and research contracts is also part of this vision open to the future.

Alessandra Macchitella

**THREE
GENERATIONS
OF HISTORY AND
INNOVATION FOR THE
LOMBARD COMPANY, WHICH
TELLS ITS STORY BETWEEN
BLACK AND WHITE PHOTOS
AND CERTIFICATIONS**



VARVAGLIONE 1921



BILANCIO 2019**FATTURATO:** 24.026.312**MOL:** 2.531.983**UTILE NETTO:** 1.248.960**ROE:** 0,27%**SEDE:** Leporano
(Taranto)

Il centenario della cantina pugliese

Probabilmente quando Cosimo Varvaglione, ancora ragazzino, seguiva le operazioni vendemmiali di suo nonno, quando lo accompagnava nei viaggi sul carretto che trasferiva le uve appena raccolte dalla campagna sin nella masseria in cui avveniva la lavorazione, non poteva ancora immaginare che il vino sarebbe stato il suo grande amore. E il suo grande business. E quella masseria di proprietà della Contessa Carducci un giorno sarebbe stata casa Varvaglione. Oggi, a distanza di cento anni dalla fondazione dell'azienda di famiglia (il prossimo anno ricade il centenario), il sogno è una autorevole realtà che fa di Varvaglione 1921 l'azienda vitivinicola a conduzione familiare con il maggiore fatturato in Puglia. Lo dicono i numeri, lo confermano anche i trend di redditività in crescita, che segnano lo stato di buona salute di un progetto che negli ultimi dieci anni ha registrato una svolta radicale.

DIRETTORE MARKETING
Marzia Varvaglione



Un successo legato alla capacità imprenditoriale di Cosimo, alla combo azzeccata tra produzione con una maniacale attenzione alla qualità e l'azione di internazionalizzazione avviata da sua moglie Maria Teresa, e dal lavoro che da ormai qualche anno stanno condividendo i tre figli, Marzia, Angelo e Francesca. Un gioco di squadra che racconta una storia di famiglia, ma soprattutto un modello di sviluppo che ha funzionato e che per il futuro prevede continue evoluzioni e investimenti, che conta sulla commercializzazione di 4 milioni di bottiglie con un fatturato di 24 milioni e un utile netto di 1,2 milioni di euro. E la grande sfida è il posizionamento. «Non siamo presenti in Grande distribuzione. La nostra è stata una scelta determinata e convinta. Guardiamo esclusivamente all'Horeca, dai ristoranti alle enoteche. Oggi il mercato italiano pesa per il 15% del fatturato ed è l'export a farla da padrone. Germania, Svizzera, Usa e Giappone sono i nostri mercati più forti, ma ne stiamo esplorando di nuovi oltre a voler incrementare la nostra presenza in Italia». Marzia Varvaglione è in azienda al fianco del padre Cosimo da ormai sette anni e dopo un percorso formativo intenso che, dopo la laurea e un master che l'hanno vista impegnata negli Stati Uniti in una delle più importanti aziende di distribuzione di vino e

spirits, è rientrata nell'headquarter dei Varvaglione. Oggi è il direttore marketing dell'azienda e al fianco del padre Cosimo stabilisce strategie e investimenti. Mentre completano le rispettive specializzazioni, Angelo è già all'interno dell'azienda da diversi anni e segue anche la campagna, mentre Francesca, in procinto di laurearsi in enologia ad Udine, segue le operazioni in cantina.

«SIAMO ASSOLUTAMENTE FISSATI CON LA SOSTENIBILITÀ DEI NOSTRI PRODOTTI, DALLA CAMPAGNA ALLA BOTTIGLIA»

Un passaggio generazionale in corso alla soglia dei cento anni di un'azienda che con il Primitivo di Manduria si racconta in tutto il mondo. Visione e futuro, qualità e innovazione sono i temi e i pilastri della produzione vitivinicola. «Da diversi anni collaboriamo con alcune università italiane. Abbiamo un laboratorio per le analisi chimico

fisiche delle uve decisamente all'avanguardia e siamo assolutamente fissati con la sostenibilità dei nostri prodotti, dalla campagna alla bottiglia. È per questo – prosegue Marzia – che abbiamo dedicato a questo mood un'intera linea di vini che sono il primo passo concreto verso una rivoluzione sostenibile ed ecologica».

Bottiglie, etichette realizzate con carte speciali e tappi in fibra di canna di zucchero. Sostenibilità che continua nella scelta dei supporti riciclabili della RAF cycle, fino alle carte certificate FSC, un marchio che identifica i prodotti provenienti da foreste gestite in maniera corretta e responsabile secondo rigorosi standard ambientali, sociali ed economici; insomma, carte che provengono da foreste gestite in maniera sostenibile.

Per finire, anche il tappo è frutto di una ricerca e di un investimento teso alla tutela dell'ambiente poiché si è optato per un prodotto, targato Normacorc, al 100% e prodotto in fibra di canna da zucchero.

Una rivoluzione in atto e in costante movimento, complici l'energia e l'entusiasmo della quarta generazione della famiglia che sta conferendo uno stile che guarda al futuro e che nel 2021, anno del centenario di Varvaglione1921, avrà la sua ulteriore consacrazione.

SVILUPPO È SOSTENIBILITÀ

- **BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ**
- **SUSTAINABILITY REPORTING & CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**
- **DICHIARAZIONE NON FINANZIARIA**

A CHI SI RIVOLGE

Coinvolge una gamma più ampia di stakeholder come clienti, fornitori, dipendenti, comunità locale e altri soggetti essenziali per la sostenibilità aziendale

A COSA SERVE

A rendicontare il proprio impegno sociale, ambientale ed economico e a descrivere il modello di gestione e organizzazione dell'attività di impresa, oltre che le politiche praticate, i risultati conseguiti ed i rischi connessi ai temi

VANTAGGI

Ottenere degli indicatori di prestazioni di carattere non finanziario comparabili con altre imprese; attuare politiche di miglioramento continuo; migliorare l'immagine e la reputazione aziendale; accedere ai finanziamenti pubblici e agli investimenti della finanza etica; ottenere il rating ESG, convergere verso gli obiettivi dell'economia circolare cruciali per competere sul mercato

MILANO

Via Filippo Turati, 7 • Tel: +39 02 84542191

BARI

Corso A. De Gasperi, 314/A • Tel: +39 080 5017085

www.su-dev.eu • email: info@su-dev.eu



**sustainable
development**

IFM

FOCUS

PREMIO INDUSTRIA FELIX



IL GOVERNATORE VINCENZO DE LUCA

«Siete il punto di forza della Campania»

NAPOLI - «Voi rappresentate il punto di forza della Campania». Così il 6 luglio scorso il Governatore della Campania, Vincenzo De Luca, ha definito le 66 imprese più performanti a livello gestionale e affidabili a livello finanziario con sede legale nella regione. La 3a edizione di Industria Felix - La Campania che compete, il primo evento in presenza dopo l'inizio della pandemia, è stata realizzata a Napoli all'Auditorium della Regione Campania, organizzata dal trimestrale Industria Felix Magazine e da Regione Campania/Direzione Generale Sviluppo economico e Attività produttive (tramite il Fondo per lo sviluppo e la coesione) in collaborazione con Cerved, Università Luiss Guido Carli, A.C. Industria Felix, con il patrocinio di Confindustria, Confindustria Campania, la media partnership di Ansa e Il Sole 24 Ore e la partnership di Banca Mediolanum, Mediolanum Private Banking, Lidl Italia, Sustainable Development, FundCredit e Studio legale Iacobbi.

Durante la cerimonia, moderata dai giornalisti Angelo Mellone e Maria Soave, sono intervenuti il direttore di IFM Michele Montemurro, l'assessore alle Attività produttive della Regione Campania Antonio Marchiello, presidente e vicepresidente di Confindustria Campania Vito Grassi (qualche settimana prima nominato anche vicepresidente di Confindustria) e Filippo Liverini, il chief commercial officer di Cerved Roberto Mancini, per conto di Regione Campania Daniela Michelino e Alfonso Bonavita, Riccardo Realfonzo, Aniello Cimitile, il private banker e senior manager dell'Investment banking di Banca Mediolanum Michele Orlando e Marco Gabbiani, il ceo di Sustainable Development Michele Chieffi, il partner di FundCredit Matteo Cassa, il titolare dello Studio Legale Iacobbi Lorenzo Iacobbi, il docente di Economia industriale della Luiss Cesare Pozzi e il vicepresidente del Sistema Moda Italia Carlo Palmieri.

All'evento hanno partecipato i vertici delle 66 aziende campane più competitive per dimensione d'impresa e settori, qui di seguito distinte per provincia. Avellino (7): Casa di cura privata Montevergine, Cosmopol, E.B.I. Elettromeccanica Bocchino Irpina, Elbor, Europea Microfusioni Aerospaziali, La.me.s., Zenone Elettronica. Benevento (6): Agriges, Avicola Mauro, Cosmind



Costruzioni Montaggi Industriali, Maca, Relax, Rummo. Caserta (10): Cilento, Fattoria reale di Torcino Società Agricola, Futura Line Industry, It Centric, Lapo Compound, Lillo, Lsm, Multicedi, Pro-ma, Saima. Napoli (34): Al Pitag Gold Star, Benbo, Bindcommerce, Bologna Family Restaurant, C.M.T. Compagnia Manifatture Tessili, Cafasso & Figli, Capri, Centro Meridionale Costruzioni, China Africa, Ciro Paone, Didiessa, Dolciaria Acquaviva, Energas, Fifth Beat,

Fish's King 3, Fratelli Nappi 2, Ge.se.t Italia, Globus Supermercati, Guacci, Hitachi Rail, Industry Automation Manufacturing and Service, Kineton, Laminazione Sottile, Lin Up, Metinks, Monolith Italia Nord, Museo Cappella Sansevero, Neilos, Paperdi, S. C. Tessuti, Seda Italy, Ge.sa.c, Ucm Sportswear, Wapp. Salerno (9): Cartesar, Curcio Trasporti e Servizi, Fisiopharma, Hi.tech Sud, Iasa, Le Sirenuse, San Giorgio, Santa Caterina, Società agricola Tenuta San Francesco.



La Regione Campania a fianco delle imprese: premiare le eccellenze e rilanciare il tessuto produttivo

NAPOLI - Sono 66 le aziende con sede legale in Campania premiate per performance gestionali e affidabilità finanziaria (ad eccezione delle start up innovative) dal Comitato Scientifico di Industria Felix, durante la 3a edizione di "Industria Felix - La Campania che compete".

Dall'inchiesta condotta dal trimestrale di economia e finanza Industria Felix Magazine, diretto da Michele Montemurro, in collaborazione con Cerved è emerso che i servizi innovativi sono quelli volti a trainare le attività produttive in Campania, performanti nel 93,7% dei casi, seguiti da agroalimentare (92,8%), commercio (92,7%) e sistema casa (92%). La Regione Campania è stata partner cofinanziatore anche dell'edizione 2020.

Durante l'evento, la Regione Campania ha colto l'occasione per presentare il nuovo strumento agevolativo per il sostegno agli investimenti produttivi in Campania mettendo a disposizione da subito 100 milioni di euro per le imprese campane: 91 milioni con quello Rotativo per le Imprese e 9 con Garanzia Cam-

pania Confidi. La Campania è la prima regione a sottoscrivere una convenzione con Cassa Depositi e Prestiti e ABI per l'attivazione del Fondo Rotativo per le Imprese (FRI) regionale. Si tratta di un'integrazione delle risorse regionali per 91 milioni di euro con quelle messe a disposizione da CdP e mondo bancario. La misura consentirà di attivare investimenti per 400 milioni di euro ed è rivolta a imprese di ogni dimensione che investono nei settori strategici dell'aerospazio, automotive e cantieristica, agroalimentare, abbigliamento e moda, biotecnologie, Ict, energia e ambiente, turismo, con un focus particolare sugli investimenti più urgenti in relazione alla crisi economica connessa alla pandemia Covid-19 (adeguamento spazi aziendali, messa in sicurezza, digitalizzazione, ecc.).

Questo evento ha segnato il passaggio dalla fase emergenziale nella quale la Regione Campania ha compiuto ogni sforzo possibile per garantire liquidità ai cittadini e alle imprese nel periodo di blocco quasi totale delle attività alla

fase c.d. Fase 3 nella quale la Campania riparte con incentivi molto appetibili per le imprese per garantirne la piena ripresa. Si confida, anche questa volta, nella risposta forte delle imprese rispetto al riconoscimento di agevolazioni ed incentivi che in questo avviso consentono una copertura del 100% dell'investimento.

Questo strumento insieme alle altre misure di accesso al credito per le PMI rappresentano una grande opportunità per il sistema produttivo campano e si aggiungono al percorso complesso, ma senz'altro vincente della ZES Campania sulla quale la Regione ha puntato. In questa fase, si sta attuando il complesso percorso di implementazione della Zes Campania con la definizione delle condizioni di contesto per il suo sviluppo tra le quali emergono sinergicamente le strategie attuative in tema di attrazione investimenti con un servizio di supporto tecnico specialistico e di accompagnamento alle imprese, la ricerca di investitori e tutte le informazioni su possibili offerte localizzate.



LA CAMPANIA CHE COMPETE. La dirigente della Regione Campania, Daniela Michelino. In basso, da sinistra: l'assessore regionale Antonio Marchiello, il vicepresidente di Confindustria Campania Filippo Liverini e il presidente Vincenzo De Luca





Le migliori 49 imprese

VENEZIA - Sono 49 le migliori imprese per performance gestionali e affidabilità finanziaria, e talvolta sostenibili, insignite dell'Alta Onorificenza di Bilancio del Premio Industria Felix - Il Veneto, il Trentino Alto Adige e il Friuli Venezia Giulia che competono.

Le aziende sono state scelte in modo oggettivo prima rispetto ad una selezione avvenuta tramite algoritmo di bilancio e poi secondo il parere di un qualificato Comitato Scientifico.

La premiazione è avvenuta il 19 giugno scorso nell'evento organizzato dal trimestrale Industria Felix Magazine diretto da Michele Montemurro, moderato dal giornalista Angelo Mellone e realizzato in collaborazione con Cerved, Università Luiss Guido Carli, A.C. Industria Felix, con il patrocinio di Confindustria, la media partnership di Ansa e Il Sole 24 Ore e le partnership di Banca Mediolanum, Mediolanum Private Banking, Grant Thornton, Lidl Italia, Sustainable Development, FundCredit,

Studio legale Iacobbi.

Sono intervenuti, tra gli altri, il large corporate director di Cerved Fabio Biasini, il direttore dell'Investment Banking di Banca Mediolanum Diego Selva, il private banker Gianluca Viero, il partner di Ria Grant Thornton Michele Dodi, il ceo di Sustainable Development Michele Chieffi, il partner di FundCredit Matteo Cassa, il titolare dello Studio Legale Iacobbi Lorenzo Iacobbi e il componente del Comitato Scientifico, il board member di Enel Finance International Ernesto Di Giacomo.

I saluti introduttivi sono stati portati dal vicepresidente di Confindustria Venezia Rovigo Silvia Bolla, mentre i lavori sono stati conclusi dall'assessore al Lavoro della Regione del Veneto Elena Donazzan. Qui di seguito i nomi delle aziende premiate distinte per regioni e province.

FRIULI VENEZIA GIULIA (14). Gorizia (2): Cmf, Edilgrado. Pordenone (5): Italiana Ferramenta, Moretto Giuseppe,

Multimetal, Savio Macchine Tessili, Vanita Docce. Trieste (5): Ergolines Lab, F.lli Cosulich, Illycaffè, Kapuziner Keller, Trieste Marine Terminal. Udine (2): Agrituristica Lignano, Sangiorgio Export.

TRENTINO ALTO ADIGE (6). Bolzano (1): Wuerth. Trento (5): Cartotrentina, Funivie Folgarida Marilleva, La Sportiva, Leaseplan Italia, Mediaclinics Italia.

VENETO (29). Belluno (2): Intersocks, Maricell. Padova (2): Autoscout24 Italia, Moretto. Rovigo (4): Agricola Lusua, Iqt Consulting, Kamini, Zhermack. Treviso (5): Ascotrade, Bimea Steel, Edizione, Margherita, Ponyu. Venezia (9): Bierreti, Coelme costruzioni elettromeccaniche, Marina di Venezia, Santa Margherita, Save, Società Cooperativa Culture, Zerasette, Zignago Holding, Zincatura Nazionale. Verona (3): Pedrollo, Salumificio F.lli Coati, Surface Aluminium Technologies. Vicenza (4): Afv Acciaierie Beltrame, Finsimo, Nardi, Serenissima Ristorazione.



IL SOTTOSEGRETARIO ALLO SVILUPPO ECONOMICO, GIAN PAOLO MANZELLA

«Le risorse arrivano con due binari: digitalizzazione e trasformazione verde»

ROMA/FIRENZE - «Abbiamo la strada segnata, le risorse per il mondo dell'impresa arrivano con due binari: digitalizzazione e trasformazione verde». Lo ha dichiarato il sottosegretario allo Sviluppo economico Gian Paolo Manzella riferendosi ai finanziamenti dell'Unione Europea, intervenuto il 25 giugno scorso all'edizione online di Industria Felix - Il Lazio e la Toscana che competono, dopo la presentazione dell'inchiesta su pmi e grandi imprese realizzata da IFM, diretto da Michele Montemurro, con Cerved.

Il sottosegretario Manzella, poi, riferendosi alle finalità di Industria Felix si è soffermato sul tema della cultura d'impresa: «Questo Premio è basato su elementi oggettivi, algoritmi, analisi professionale, con un rapporto di collaborazione con un indiscusso analista delle pmi italiane come Cerved, che tocca il cuore dell'impresa, il bilancio. È un bellissimo racconto d'Italia, perché raccontare le imprese significa raccontare il Paese e noi dobbiamo riprendere con grande determinazione a fare que-

sto. Vorrei - ha concluso Manzella - che nelle nostre scuole si insegnassero i valori d'impresa, del lavoro fin da quando si è ragazzi e da lì ci deve essere un rapporto continuo della cittadinanza con il mondo dell'impresa perché poi connota i nostri territori, la nostra società, il nostro modo di essere, la nostra storia, le nostre prospettive».

Industria Felix è stato presentato dal giornalista Angelo Mellone e realizzato da IFM in collaborazione con Cerved, Università Luiss Guido Carli, Regione Puglia e Puglia Sviluppo (tramite il Por Puglia Fesr - Fse 2014-2020), A.C. Industria Felix, con il patrocinio di Confindustria, Unindustria, con la media partnership di Ansa e Il Sole 24 Ore e la partnership di Banca Mediolanum, Mediolanum Private Banking, Grant Thornton, Lidl Italia, Sustainable Development, FundCredit, Studio legale Iacobbi.

Sono intervenuti: Filippo Tortoriello, presidente di Unindustria; Roberto H. Tentori, presidente di Grant Thornton Consultants; Enrico Fulfaro, head of

sales di Cerved; per Banca Mediolanum il senior manager dell'Investment Banking Marco Gabbiani e i private banker Gianfranco Galati e Marco Balduinotti; Matteo Cassa, partner di FundCredit; Michele Chieffi, amministratore unico di Sustainable Development; Gianna Elisa Berlingiero e Giuseppe Pastore, dirigenti delle sezioni

Competitività e Internazionalizzazione della Regione Puglia; Ernesto Di Giacomo, Board Member Enel Finance International e componente del Comitato scientifico di Industria Felix; Lorenzo Iacobbi, titolare dello Studio Legale Iacobbi; Cesare Pozzi, docente di Economia industriale dell'Università Luiss Guido Carli e coordinatore del Comitato scientifico di Industria Felix.

Qui di seguito le 38 imprese aderenti e premiate, distinte per regioni e province.

LAZIO (19). Frosinone (2): Klopman International, Server Plan. Latina (4): Ambroselli Maria Assunta, Istituto Biochimico Italiano Giovanni Lorenzini, Marini Impianti Industriali, Provides Metalmeccanica. Rieti (4): Baxter Manufacturing, Eda Industries, Il Volo Società cooperativa sociale, Seko. Roma (9): Engineering Ingegneria Informatica, Fendi, Icarry, M.e.s., Mercedes-Benz Roma, Octorate, Pedevilla, Veratour, Vincix Group.

TOSCANA (19). Arezzo (2): Chianti Restorations, Costruzioni Aretine. Firenze (5): Arval Service Lease Italia, Meccanica 42, New Lookat, Salvatore Ferragamo, Sammontana. Grosseto (3): Elettromar, Montecristo, Nautica Cala Galera. Livorno (2): Graziani, Visac World Voyager. Lucca (2): Aquapur Multiservizi, Mtc Macchine Trasformazione Carta. Pisa (2): Altair Chimica, Piaggio & C.. Prato (1): Alma. Pistoia (1): My Sun. Siena (1): Mg Pneus.



Il primo premio digitale italiano post Covid-19 per le aziende

BARI - Il 15 giugno scorso la sesta edizione di Puglia e la seconda della Basilicata e del Molise del Premio Industria Felix sono stati il primo evento italiano di questo genere ad essere realizzato online dopo l'avvio della pandemia.

Un nuovo format salutato con enorme successo dalle 52 imprese premiate, organizzato da IFM e moderato dal giornalista Angelo Mellone, realizzato in collaborazione con Cerved, Università Luiss Guido Carli, Regione Puglia, Puglia Sviluppo, A.C. Industria Felix, con il patrocinio di Confindustria, Confindustria Basilicata, Confindustria Molise, Confindustria Puglia, Politecnico di Bari, Università di Bari, Università di Foggia, Università del Salento, con la media partnership di Ansa e Il Sole 24 Ore e la partnership di Banca Mediolanum, Mediolanum Private Banking, Grant Thornton, Lidl Italia, Sustainable Development, FundCredit, Studio legale Iacobbi.

Sono intervenuti il direttore di IFM Michele Montemurro, l'europarlamentare e co-presidente del gruppo europeo Ecr-Fdi Raffaele Fitto, il sottosegretario alla Presidenza del Consiglio dei

ministri Mario Turco, l'allora assessore allo Sviluppo economico della Regione Puglia Mino Borraccino, il vicepresidente della Regione Molise Vincenzo Cotugno, l'ad di Cerved Rating Agency Fabrizio Negri, il neo presidente di Confindustria Puglia Sergio Fontana, il presidente di Confindustria Molise Vincenzo Longobardi, i dirigenti delle sezioni Competitività e Internazionalizzazione della Regione Puglia Gianna Elisa Berlingiero e Giuseppe Pastore, il manager di direzione dell'Investment Banking e il private banker di Banca Mediolanum Enrico Melloni e Piero Laterza, il partner di Ria Grant Thornton Giovanni Palasciano, il ceo di Sustainable Development Michele Chieffi, il partner di FundCredit Matteo Cassa, i delegati degli Atenei Giovanni Cipriani (UniFg), Gian Pietro Di Sansebastiano (UniSalento) e Cesare Pozzi (Luiss), l'avvocato Lorenzo Iacobbi e il board member di Enel Finance International Ernesto Di Giacomo.

Qui di seguito l'elenco delle aziende premiate distinte per regioni e province.

BASILICATA (9). Matera (4): Bng,

Carlomagno, Datacontact, Oliver Club Metaponto. Potenza (5): C.M.D. Costruzioni Motori Diesel, Fonti del Vulture, Laurieri, Mancusimmobiliare, Orizzonti Holding.

MOLISE (9). Campobasso (4): Di Ciero, Guinness Travel, La Molisana, Maglione Monforte. Isernia (5): Ass.El., Caseificio Molise, Geocon, Il Geco Società Cooperativa Sociale, Spinosa Costruzioni Generali.

PUGLIA (34). Bari/Bat (13): Acquedotto Pugliese, Andriani, Apuliasoft, Casillo Partecipazioni, Cofra, Edilportale.com, F. Divella, Logos Italia, Magna Pt, Megagest, Megaholding, Megamark, Oropan. Brindisi (5): Bluver, Erregi Holding, Nicolaus Tour, SheetMetal Fabrication, Tormaresca Società Agricola a Responsabilità Limitata VI.D.S. Foggia (1): San Giovanni di Dio Società Cooperativa Sociale Sanitaria e di Servizi Integrati per Azioni. Lecce (8): Casta, D.F.V., Leo Shoes, Quarta Caffè, Ristosi, Sorgente, VydiaSoft, Weave. Taranto (7): Cantina e Oleificio Sociale di San Marzano Società Cooperativa Agricola, In & Out, Kratos, Lavinia, Progeva, Vargaglione Vigne & Vini, Zanzar.



Le Pmi pugliesi cresceranno del 4% nel 2021

ACAYA (LECCE) - Le pmi pugliesi perderanno il 4,2% del Roe nel 2020 ma avranno un rimbalzo del 4% nel 2021. Le previsioni del Rapporto Pmi di Cerved realizzato in collaborazione con Confindustria sono state presentate lo scorso 11 settembre ad Acaya, in provincia di Lecce, in occasione della seconda edizione di Industria Felix - L'industria turistica pugliese che compete e riparte. Una stima inferiore a quella della media italiana, che nel 2019 ha registrato +9,3% a fronte del +6,9% della Puglia e, in proiezione, rispettivamente al -1,9% e al +6,2% che le pmi d'Italia registreranno nel 2020 e nel 2021.

Il mol pugliese, invece, sarà meno della metà rispetto al 2007 e mentre nel 2019 ha registrato +3,5% sull'anno precedente (meglio del 2,9% italiano), il rapporto 2020/2019 è stimato a -35,9% (-39% in Italia), quello 2021/2020 +43,1% (+49,1% in Italia), ma nel 2021 rispetto al 2019 si perderà l'8,2% a fronte della perdita peggiore prevista per le pmi italiane di -9%.

Nell'evento organizzato da Industria Felix Magazine in collaborazione con Cerved, Università Luiss Guido Carli, A.C. Industria Felix, con il patrocinio di Confindustria, Confindustria Puglia, Politecnico di Bari, Università del Salento, Università

di Bari, Università di Foggia, con la media partnership di Ansa e Il Sole 24 Ore, con la partnership di Banca Mediolanum, Mediolanum Private Banking, Lidl Italia, Sustai-



nable development, FundCredit e Studio Legale Iacobbi e moderato dal capostruttura Rai Angelo Mellone e dalla conduttrice del Tg1 Maria Soave, sono intervenuti il sottosegretario alla Presidenza del Consiglio dei ministri Mario Turco, i candidati alla presidenza della Regione Puglia che hanno accettato l'invito Pierfranco Bruni, Antonella Laricchia e in collegamento video Raffaele Fitto, poi i presidenti di Federturismo Marina Lalli e di Confindustria Puglia Sergio Fontana, poi ancora Enrico Fulfaro, head of sales di Cerved, Serena Battaglia, buying manager di Yoox, Marco Gabbiani e Virgilio Provenzano, senior manager dell'Investment banking e private banker di Banca Mediolanum, Matteo Cassa, partner di FundCredit, Michele Chieffi, socio e ceo di Sustainable Development, Sandra De Iaco e Gian Pietro Di Sansebastiano, docenti dell'Università del Salento, Lorenzo Iacobbi, titolare dello Studio Legale Iacobbi, Giovanni Palasciano, partner Ria Grant Thornton, Salvatore Toma, presidente Tessile e Abbigliamento di Confindustria Puglia.

Qui di seguito l'elenco delle 87 aziende premiate distinto per province:

Bari/Bat (40): Agroalimentari del Colle, Apo, Apulia Food, Biolevante (Olio-

levante), Caseificio Flli Simone, Caseificio Palazzo, Castello, Ciemme Alimentari, Cofra, Cube Comunicazione, Curci Fashion Group, De Carlo, Dolce Bontà, Euro Master Studies, F. Divella, Fiore Di Puglia, Food Service (Pasta Lori), Frescofiore, Gruppo Tessile Logama, I Pastini, Ignalat, Iris, Italproduzioni, La Perla, Ma.Sca., Marbel, Mofra Shoes, Nea, Newage, Nuova Officine Tessili, Nutravant, Oleificio Cooperativo Coltivatori Diretti di Sannicandro di Bari, Oleificio Sociale di Cassano delle Murge, Oropan, Pastificio La Sovrana Di Puglia, Pezzol Industries, Puglia Sapori E Dintorni (Caseificio Coratino S.R.L.), Te.Di. Tour Operator, W M Creazioni Sartoriali, Zeta Fashion.

Lecce (26): Agricola, Antica Azienda Agricola Vitivinicola dei Conti Leone De Castris, Antonio Arnesano Furs & Leather, Carbone Eventi, Castel di Salve, Castello Monaci, Congedi, De Iaco & C., Euphorbia, Evvai, Fornopronto, Gda, Gestibar, Hotel Thalass, Hoteligence, Leny, Leo Shoes, Ma De.Ma., Maglio Arte Dolciaria, Minerva, Premier, Quarta Caffè, Tauroso, Terrulenta, Valentino Caffè, Vincenzo Maglio.

Foggia (10): Apulia Felix, Camping San Pablo, Di Giorgio, Di Nunzio, Masiello Food, Novel Italia, O.P. Natura Dauna, Oleificio Cericola Emilia, Torre Giulia, Travelitalia.

Taranto (7): Bervin, Cantina e Oleificio Sociale di San Marzano, De.Sa. International, Emme (Cremiera Vienna), Lavinia, Tre P. Abbigliamento, Varviglione Vigne & Vini.

Brindisi (4): Bluver, Cantina Sociale Cooperativa Di San Donaci, Oliver, Semeraro.





Mauro Alfonso,
amministratore delegato di Simest

CIOFFI, GALLETTO, VENTO

Catenaccio e contropiede

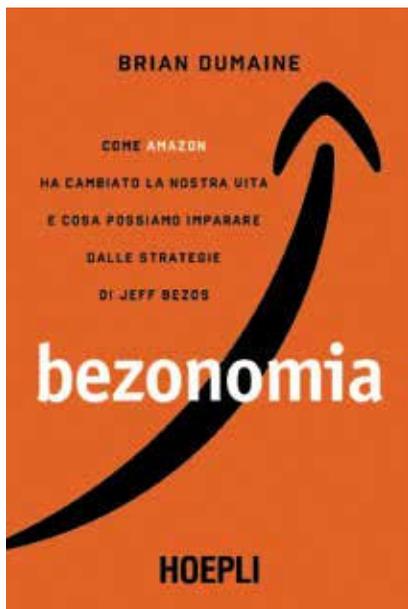
**Colloquio con Mauro Alfonso:
il contributo di Simest per far tornare l'Italia
a competere e vincere a livello mondiale**

Pag. 114 - € 10

«Per competere sui mercati esteri dobbiamo adottare la strategia della Nazionale durante il campionato dell'82: "Catenaccio e Contropiede"». È con quest'efficace metafora calcistica che Mauro Alfonso, amministratore delegato di SIMEST, ci introduce nel mondo dell'internazionalizzazione, suggerendo la propria ricetta a sostegno della competitività del Made in Italy nel mondo. Lo fa come main speaker durante il XXIII appuntamento del ciclo di incontri virtuali "Talk Resilienti", organizzati dalla Vento & Associati nel periodo del lockdown per discutere e analizzare le evoluzioni dell'economia, della cultura, della politica e della società contemporanea. Alfonso parla da un punto di osservazione privilegiato: SIMEST è infatti la società del Gruppo Cassa Depositi e Prestiti che sostiene l'internazionalizzazione delle imprese italiane e che, anche grazie alle ultime innovazioni messe in campo per rispondere alla difficile congiuntura economica derivante dalla pandemia da Covid19, è, insieme a CDP, SACE, ICE e alla rete di Ambasciate, un attore centrale del Sistema-Italia a supporto del tessuto imprenditoriale nazionale.

Tornando alla metafora calcistica, per Alfonso per competere e vincere nello scenario globale, si deve adottare la stessa tattica utilizzata dalla Nazionale campione del mondo guidata da Bearzot. Il segreto è fare prima di tutto "catenaccio", ossia consolidare e difendere, anche e soprattutto a livello di Sistema Italia, le realtà imprenditoriali di eccellenza del nostro Paese, alcune delle quali, in particolare quelle quotate, sono a rischio di scalata da parte di attori esteri. Una volta consolidata la posizione di questi "champions", è il momento di passare al "contropiede", ossia contrattaccare alla conquista di nuovi Paesi e nuove quote di mercato, competendo e vincendo oltreconfine. È qui che diventa strategico il supporto di SIMEST, che può intervenire in tutte le fasi del percorso internazionale delle imprese: dal supporto all'export, ai finanziamenti delle attività necessarie a muovere i primi passi nei Paesi esteri (consolidamento patrimoniale delle imprese esportatrici, studi di fattibilità, assistenza tecnica, inserimento figure professionali dedicate, partecipazione a fiere e mostre di carattere internazionale, sviluppo dell'e-commerce, inserimento commerciale), fino alla partecipazione negli investimenti diretti (greenfield, brownfield e, soprattutto, acquisizioni) nella forma di un intervento nel capitale sociale delle società estere partecipate da aziende italiane.

Un tema dai molteplici risvolti che è possibile approfondire nel Quaderno Resiliente intitolato, appunto, "Catenaccio e Contropiede" ed edito da Guardamagna Editori in Varzi.



BRIAN DUMAINE

BEZONOMIA

Come Amazon ha cambiato la nostra vita e cosa possiamo imparare dalle strategie di Jeff Bezos

Pag. 320 - € 19,85

Frutto di un lavoro che ha coinvolto 150 fonti interne ed esterne ad Amazon, Bezonomia offre uno sguardo rivelatorio e libero da pregiudizi su un colosso della tecnologia che nel giro di pochi anni è arrivato al vertice del business mondiale. Dire che è possibile ignorare Jeff Bezos equivale a dire che si potevano ignorare Henry Ford e Steve Jobs, titani che hanno letteralmente ridefinito le regole del business su scala mondiale. Il fondatore di Amazon è il nuovo disgregatore attualmente sulla piazza. Ha creato l'algoritmo del 21° secolo in grado di creare ricchezza su ricchezza. Un settore alla volta, i tentacoli di Amazon stanno strizzando e fagocitando tutto ciò che incontrano e, nel mentre, cambiando profondamente il modo di intendere l'economia, il mondo del lavoro e, in generale, la società. Per questo motivo, i principi grazie ai quali Bezos ha raggiunto la sua posizione dominante - come ci racconta Dumaine nel libro - vengono imitati dai suoi concorrenti in tutto il mondo: l'ossessione per il cliente, la tensione costante verso l'innovazione e una visione a lungo termine non sono più un'esclusiva della sua azienda. La bezonomia ha tante facce: per alcuni è una miniera d'oro, per altri una minaccia, per altri ancora un elemento in grado di condizionare la vita. Per tutti un fenomeno da seguire per salvare il proprio business.

FRASE

«Se il presente cerca di giudicare il passato, perderà il futuro»

WINSTON CHURCHILL

SVILUPPO È SOSTENIBILITÀ

- **BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ**
- **SUSTAINABILITY REPORTING & CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**
- **DICHIARAZIONE NON FINANZIARIA**

A CHI SI RIVOLGE

Coinvolge una gamma più ampia di stakeholder come clienti, fornitori, dipendenti, comunità locale e altri soggetti essenziali per la sostenibilità aziendale

A COSA SERVE

A rendicontare il proprio impegno sociale, ambientale ed economico e a descrivere il modello di gestione e organizzazione dell'attività di impresa, oltre che le politiche praticate, i risultati conseguiti ed i rischi connessi ai temi

VANTAGGI

Ottenere degli indicatori di prestazioni di carattere non finanziario comparabili con altre imprese; attuare politiche di miglioramento continuo; migliorare l'immagine e la reputazione aziendale; accedere ai finanziamenti pubblici e agli investimenti della finanza etica; ottenere il rating ESG, convergere verso gli obiettivi dell'economia circolare cruciali per competere sul mercato

MILANO

Via Filippo Turati, 7 • Tel: +39 02 84542191

BARI

Corso A. De Gasperi, 314/A • Tel: +39 080 5017085

www.su-dev.eu • email: info@su-dev.eu



**sustainable
development**



Una società giovane, dinamica ed efficiente, leader nel campo dei servizi per la cultura.

Promuove e valorizza il territorio facendosi portatrice
del prezioso patrimonio artistico e culturale.

CREARE UN NUOVO LEGAME TRA IL PATRIMONIO CULTURALE NAZIONALE ED I VISITATORI È LA SUA MISSION,
METTENDO A DISPOSIZIONE UN VENTAGLIO COMPLETO DI SERVIZI A 360°, DAL TICKETING ALLE VISITE GUIDATE,
DAI LABORATORI DIDATTICI ALLE CAMPAGNE DIGITAL ED EVENTI.

INOLTRE I SOFTWARES MESSI A DISPOSIZIONE DA ADITUS SONO DI PROPRIETÀ E SVILUPPATI INTERNAMENTE,
GARANZIA DI FLESSIBILITÀ E PERSONALIZZAZIONE PER UN SERVIZIO TAILOR MADE SUL CLIENTE.

aditusculture.com *La Cultura a portata di Click*



· ADITUS ·