

Cavalieri del Lavoro

GUIDA

■ **MINISTERO DELLE IMPRESE E DEL MADE IN ITALY** / Incentivi, finanziamenti, agevolazioni per non perdere l'appuntamento con la quarta rivoluzione industriale

Accompagnando le aziende nella transizione verso l'Industry 4.0

Le iniziative promosse da Palazzo Piacentini per aiutare il tessuto produttivo a stare al passo con l'innovazione. Dai crediti d'imposta, ai fondi FESR, con un focus sul Mezzogiorno

Un'estate calda anche per l'innovazione e tutta quella grande famiglia di tecnologie che oggi vengono comunemente racchiuse sotto la definizione di industria 4.0, la quarta rivoluzione industriale basata su automazione, digitalizzazione e intelligenza artificiale.

Molte le novità su questo, che dovrebbe essere il fronte su cui si gioca lo sviluppo e la competitività del Paese nei prossimi decenni.

È stato firmato, su proposta del Ministro delle Imprese e del Made in Italy Urso, di concerto con il Ministro dell'economia e delle finanze, il decreto del Presidente del Consiglio dei ministri volto a favorire l'applicazione, in condizioni di certezza operativa da parte delle imprese, del credito d'imposta per gli investimenti in attività di ricerca e sviluppo, in attività di innovazione tecnologica e in attività di design e ideazione estetica.

Viene introdotta a tal fine una disciplina che consentirà ai soggetti d'impresa



Adolfo Urso, Ministro delle Imprese e del Made in Italy



Il logo del programma Transizione 4.0 del Mimit

interessati di avvalersi della facoltà di richiedere una certificazione preventiva attestante la qualificazione degli investimenti effettuati o da effettuare, nonché delle attività di innovazione tecnologica finalizzate al raggiungimento degli obiettivi di innovazione digitale 4.0 e di transizione ecologica ai fini dell'applicazione ai fini dell'applicabilità del credito di imposta ovvero ai fini della maggiorazione dell'aliquota del credito d'imposta.

Il decreto istituisce, presso la Direzione generale per la politica industriale, l'innovazione e le Pmi del Ministero, l'Albo dei soggetti abilitati al rilascio delle certificazioni. Potranno iscriversi all'Albo le persone fisiche in possesso di un titolo di laurea idoneo, le imprese che svolgono professionalmente servizi di consulenza aventi ad oggetto progetti di ricerca sviluppo e innovazione, oltre ai centri di trasferimento tecnologico in ambito Industria 4.0, i centri di competenza ad alta specializzazione, i poli europei dell'innovazione digitale (EDIH e Seal of Excellence), le uni-

versità statali, le università non statali legalmente riconosciute e gli enti pubblici di ricerca.

Il provvedimento definisce anche gli aspetti procedurali e il contenuto della certificazione: dovrà riportare ogni informazione utile sull'adeguatezza delle capacità organizzative e delle competenze tecniche dell'impresa rispetto agli investimenti effettuati o programmati, la descrizione analitica dei progetti e sotto progetti realizzati o in fase di avvio o realizzazione, nonché le motivazioni tecniche sulla base delle quali vengono attestati i requisiti per l'ammissibilità al credito d'imposta o il riconoscimento della maggiorazione di aliquota. Al Ministero delle imprese e del Made in Italy (Mimit) è demandato il compito di vigilanza e di verifica della correttezza formale delle certificazioni rilasciate.

Stando all'ultimo rapporto confezionato dal Centro Studi SRM Panorama economico di mezz'estate del Mezzogiorno, giunto alla terza edizione annuale, la maggior parte delle forme di

sovvenzione potrebbe - sempre che ai numeri faccia seguito anche la logica - essere destinata alle imprese delle Regioni meridionali. Il rapporto infatti, nel tentativo di fotografare la maturità di innovazione e digitalizzazione del tessuto produttivo, spiega il Regional Innovation Scoreboard italiano, l'indice stimato in rapporto a tutti gli altri Paesi Ue che ci vede ancora indietro rispetto alle nazioni che hanno saputo investire prima sull'innovazione in ottica 4.0, con un certo ritardo proprio delle Regioni del Mezzogiorno. Le stesse però, stando ai risultati dei sondaggi su più di 700 aziende, hanno decisamente voglia di recuperare il gap.

Il 58% delle imprese manifatturiere del Sud, infatti, prevedono di investire in digitale nel futuro. La media nazionale si attesta invece a circa il 52%. E, sempre dallo stesso rapporto, l'attenzione sull'Information Technology è superiore nel Mezzogiorno anche per quel che riguarda l'innovazione sostenibile (57% contro la media nazionale del 51%) e per i rapporti con il mondo della ricerca (54% contro il 50%).

A conferma del potenziale innovativo che questa volta il Mezzogiorno sembra intenzionato a sfruttare, è arrivato anche finanziamento stanziato dal Mimit di 400 milioni di euro dal Programma Nazionale "Ricerca, Innovazione e Competitività per la transizione verde e digitale" FESR 2021-2027 per incentivare investimenti imprenditoriali innovativi e sostenibili che facciano ricorso alle tecnologie digitali.

A partire dal 18 ottobre, le micro, piccole e medie imprese delle regioni Basilicata, Calabria, Campania, Molise, Puglia, Sicilia e Sardegna potranno presentare domanda per le agevolazioni previste dalla misura Investimenti sostenibili 4.0. I programmi dovranno prevedere, nello specifico, l'utilizzo delle tecnologie abilitanti (internet of things, cloud computing, additive manufacturing, big data analytics, robotica avanzata, realtà aumentata, cybersecurity) per l'ampliamento della capacità produttiva, la diversificazione della produzione, la realizzazione di nuovi prodotti o la modifica del processo di produzione già esistente o la realizzazione una nuova unità produttiva. Ai fini della valutazione delle istanze saranno riconosciuti punteggi aggiuntivi ai programmi caratterizzati da particolare contenuto di sostenibilità ed efficienza energetica.

Anche la Commissione europea sembra essersi allineata alle esigenze di ammodernamento delle imprese del sud del Paese. La Commissione ha approvato, in conformità alle norme Ue sugli aiuti di Stato, una misura italiana di 52,3 milioni di euro per sostenere Leonardo nello sviluppo di un modello di fabbrica innovativo e completamente digitalizzato per la produzione e la gestione del ciclo di vita di componenti aerostruzzurali complessi. Si tratta del cosiddetto "progetto Nemesi". L'obiettivo della misura, si legge nella nota con cui la Commissione europea ha diffuso la notizia, è sostenere la ricerca

e lo sviluppo di un nuovo modello di fabbrica digitalizzata e automatizzata, da applicare al processo di produzione e assemblaggio di strutture di fusoliera per aerei da trasporto regionale. Il progetto sarà realizzato in Campania, regione assistita, e prevede collaborazioni con l'Università di Napoli e con diverse aziende della regione, tra cui piccole e medie imprese.

Il Mimit, infine, con l'obiettivo di sostenere i programmi di investimento delle imprese nella tutela ambientale, ha stanziato 300 milioni di euro a valere sul "Fondo per il sostegno alla transizione industriale". Le imprese di qualsiasi dimensione del territorio nazionale, in particolare modo quelle che operano nei settori estrattivo e manifatturiero, potranno chiedere agevolazioni nella forma del contributo a fondo perduto, per programmi di investimento che perseguono: l'efficiamento energetico; il cambiamento fondamentale del processo produttivo; l'installazione di impianti da autoproduzione di energia da fonti rinnovabili, idrogeno e impianti di cogenerazione ad alto rendimento; o la riduzione dell'utilizzo delle risorse tramite il riuso, il riciclo o il recupero di materie prime e/o l'uso di materie prime riciclate. I programmi dovranno prevedere spese complessive ammissibili di importo compreso tra 3 e 20 milioni di euro, e la domanda per le agevolazioni dovrà essere inviata dal 10 ottobre al 12 dicembre 2023 allo sportello online Invitalia.

<p>Scenari</p> <p>Anno 2023 - N. 7 - In allegato a Il Sole 24 Ore odierno</p> <p>Supplemento commerciale al numero odierno del Sole 24 Ore</p> <p>Realizzazione editoriale</p> <p>Mediafaber S.r.l. via della Moscova 66 - 20121 Milano Telefono +39 335 7211863</p> <p>in collaborazione con</p> <p>Efficinque Coop art via Boccardo 1 - 16121 - GE - tel +39 010 3002606</p> <p>Coordinamento Raffaele Mastroianni</p>	<p>Contatto commerciale per la comunicazione su questa iniziativa</p> <p>B-SIDE COMMUNICATION Tel.: 0521 17700 - info@bsidecommunication.it</p> <p>Stampatori</p> <p>Il Sole 24 Ore S.p.A. - Via Busto Arsizio, 36 - 20151 Milano Il Sole 24 Ore S.p.A. - Via Tiburtina Valeria, Km 68,7 - 67061 Carsoli (Aq)</p>
--	--

■ **BLU HOTELS** / Il Gruppo, che ha ospitato un milione di turisti nel 2022, continua a puntare sul miglioramento di ambienti e servizi, con una sensibilità particolare per le destinazioni di montagna

La ricetta giusta per coccolare gli ospiti è la qualità

Strutture sempre più improntate alla sostenibilità, impreziosite da soluzioni di domotica, localizzate nei luoghi più suggestivi del Paese e soprattutto sempre più comode e apprezzate dai clienti

Relax, alta qualità e Italia. Una combinazione vincente. Quella a cui si è affidato trent'anni fa, quando ha fondato Blu Hotels, Nicola Risatti. E i risultati sono stati straordinari. Nel 1993, quando insieme al cugino Fabrizio Piantoni (entrambi 'figli d'arte', eredi di una famiglia di imprenditori gardesani del settore alberghiero) diede inizio a questa storia imprenditoriale di successo, poteva contare su cinque villaggi turistici per famiglie, distribuiti tra Lago di Garda, Umbria e Sardegna. Oggi, Risatti è Cavaliere del Lavoro, le strutture alberghiere sono 30 in dieci diverse regioni d'Italia tra località di mare, lago e montagna, sono tutti hotel e villaggi 4 stelle e 4 stelle superior, per un totale di oltre 3.000 camere che nel 2022 hanno accolto e coccolato quasi un milione di turisti.

L'esercizio 2022 con un fatturato consolidato di 80,1 milioni di euro (era di 74 milioni nel 2019, anno di riferimento pre-pandemia); un Ebitda di 12,1 milioni (4 milioni nel 2019) e un utile netto che ha superato quota 8,3



Nicola Risatti, Presidente di Blu Hotels e Cavaliere del Lavoro



Il Blu Hotel Natura & Spa, a Folgaria (Trento)

milioni, il più alto nella trentennale storia del gruppo, sebbene in parte influenzato dai 4 milioni di euro di «aiuti di Stato» arrivati a seguito della pandemia.

La notevole crescita è dovuta alla scelta iniziale di abbandonare il modello di azienda familiare e puntare su un'offerta turistica professionale e di alta qualità. La tradizione dell'accoglienza è stata impreziosita dalle ultime tecnologie e le strutture offrono standard sempre più elevati.

Scelta che ha subito un'accelerazione durante uno dei periodi più difficili per il settore. «Un salto di qualità l'abbiamo fatto nel 2020, proprio durante la pandemia - racconta Nicola Risatti, presidente di Blu Hotels - In quei due anni abbiamo temuto che il lavoro di un'intera vita potesse crollare, ma siamo stati bravi a intuire che la ripresa

post Covid sarebbe stata forte. Abbiamo approfittato del fermo imposto dal lockdown per ristrutturare le nostre strutture alberghiere, innalzando la qualità con un occhio all'innovazione e alla sostenibilità, e razionalizzato il portfolio, aumentando le destinazioni di montagna per destagionalizzare le attività».

La strategia sarà confermata anche per i prossimi anni, in cui Blu Hotels ha deciso di puntare esclusivamente sul rinnovo degli edifici anziché sull'ampliamento del numero di camere e di strutture.

«Per il miglioramento del prodotto privilegiamo sempre più la qualità degli ambienti e del servizio, a fronte anche di una clientela sempre più esigente. Fidelizzazione è la nostra parola d'ordine, di clienti storici ma anche, e soprattutto, di nuovi ospiti».

Altro elemento caratterizzante Blu Hotels è, come detto, l'attenzione per le destinazioni di montagna.

«Da sempre la montagna, garantendo la doppia stagionalità, ha per noi una rilevanza strategica - spiega il Cavaliere - Inoltre, da qualche tempo questa destinazione è sempre più ambita anche per l'estate. Ciò è dovuto essenzialmente al cambiamento climatico. Le lunghe estati eccessivamente calde e afose spingono a optare per vacanze sui monti, dove il clima è decisamente più gradevole. Per quanto riguarda la problematica legata alla incertezza sulla presenza di neve, oltre ad augurarci naturalmente abbondanti nevicate, puntiamo anche sulla nostra offerta wellness. Linta Hotel Wellness & Spa di Asiago ha un'area benessere di 2.000 mq. Blu Natura & Spa di Folgaria ha visto lo scorso inverno

un ampliamento della zona benessere esterna con sauna e vasche idromassaggio riscaldate; e ancora Blu Hotel Acquasera di Ponte di Legno, dove l'area wellness negli ultimi mesi è stata ampliata con una zona esterna con vasca idromassaggio riscaldata, sauna e vasca di reazione con acqua fredda». Per festeggiare i suoi primi 30 anni di vita, il Gruppo vuole affermare sempre più il proprio impegno in termini di rispetto per l'ambiente. Per lasciare un segno tangibile che testimoni la sensibilità e l'attenzione sugli aspetti di sostenibilità sociale e ambientale, Blu Hotels ha scelto di dar vita a una foresta, donando ai propri dipendenti un albero. «È un piccolo gesto per un grande e importante obiettivo, quello di contribuire a rendere un po' più verde il pianeta e a sensibilizzare su uno dei valori alla base della nostra filosofia aziendale, che da sempre vuole coniugare il piacere di una vacanza con il rispetto dell'ambiente che ci circonda», sottolinea Risatti. Saranno alberi di cacao in Cameroon, di caffè in Colombia, di limone in Malawi, tefrosie in Madagascar, anacardi e Roble in Ghana e Colombia, 600 nuove piante, alleate preziose nella lotta al cambiamento climatico».

Da tempo Blu Hotels è impegnata a portare avanti scelte sempre più green, dall'attenzione verso un consumo più sostenibile all'efficiamento energetico all'interno delle proprie strutture. Anche la domotica rientra tra le soluzioni adottate per evitare sprechi energetici. Ne è un esempio il Blu Hotel Natura & Spa, a Folgaria, che unisce materiali naturali a sistemi di domotica all'avanguardia gestibile direttamente dall'ospite. «Blu Hotel Natura & Spa è sicuramente il fiore all'occhiello per quanto riguarda l'indirizzo green che Blu Hotels ha iniziato a perseguire già da qualche anno. La struttura è co-

struita interamente in legno, secondo i principi della bioarchitettura e della bioedilizia, e il legno, oltre a essere estremamente gradevole dal punto di vista estetico, unito ad altri materiali naturali, come la pietra, permette all'hotel di essere perfettamente in armonia con l'ambiente in cui è inserito. Oltre a essere il materiale ecologico per eccellenza, il legno conferisce all'ambiente calore e ha un effetto rilassante. Per questo anche gli spazi comuni, le camere e il centro benessere sono stati realizzati in legno. Inoltre, a conferma che la sostenibilità svolge un ruolo primario al Blu Hotel Natura & Spa, è stato messo a punto nelle camere un sistema di domotica centralizzato per luci e riscaldamento, concepito per evitare sprechi e costi inutili. A beneficio di un'ulteriore diminuzione degli sprechi energetici, sono stati installati anche pannelli fotovoltaici e l'intera illuminazione è a LED, come in tutti gli hotel recentemente ristrutturati».

A sostegno di questa tendenza e per garantire risultati di efficientamento e risparmio aziendale da qualche anno, infatti, è presente un reparto di Energy Management centralizzato per tutti gli hotel del Gruppo che analizza, monitora e gestisce ogni aspetto legato all'energia, con supporto di strumenti tecnologici di ultima generazione che ci permette di individuare tempestivamente le diverse criticità.

Qualità e sostenibilità ambientale sono due scelte che danno i loro frutti, che si attendono abbondanti anche per il 2023. «Le previsioni per quest'anno sono buone - conclude Risatti - Il tasso di occupazione delle camere è alto e le previsioni sono di chiudere l'esercizio con un fatturato superiore agli 84 milioni di euro e un utile netto di 8,3 milioni, ma questa volta senza aiuti di Stato».

SIAMO UNA GRANDE FAMIGLIA INNAMORATA DEL BUON CIBO

LA NOSTRA RICETTA?
VALORIZZARE LA FILIERA AGRICOLA ITALIANA
E ATTENZIONE ALL'AMBIENTE



100%

GRANO DURO
ITALIANO
PER LA NOSTRA PASTA



8.000

AZIENDE AGRICOLE
COINVOLTE IN PROGETTI DI
AGRICOLTURA SOSTENIBILE



MANIFESTO

DEL GRANO DURO PER UN
GRANO ITALIANO PIÙ BUONO
E RAFFORZARE LA FILIERA



100%

DELLE CONFEZIONI DI PASTA
DI SEMOLA, SUGHI, PESTI E PRODOTTI
DA FORNO SONO RICICLABILI

SCOPRI IL NOSTRO IMPEGNO:
LA GIOIA DEL CIBO PER UNA VITA MIGLIORE



LE INFORMAZIONI E I DATI SI RIFERISCONO AI PRODOTTI DEL GRUPPO BARILLA VENDUTI IN ITALIA

Barilla

The Italian Food Company. Since 1877.

■ **DANESI CAFFÈ** / Oltre 100 anni di esperienza tra tradizione, passione e innovazione per l'azienda a conduzione familiare che, in linea con le tendenze del mercato, propone soluzioni produttive all'avanguardia

Da Roma i pionieri della cultura dell'espresso italiano

Roberto Danesi, alla guida del marchio, nominato Cavaliere del Lavoro: "Attualmente l'export rappresenta oltre il 70% del fatturato. Le soddisfazioni arrivano solo attraverso il sacrificio"

Roberto Danesi è il perno di una realtà imprenditoriale di prestigio: Danesi Caffè, azienda attiva nell'importazione, torrefazione ed esportazione del caffè. Fondata a Roma nel lontano 1905 da Alfredo Danesi, l'impresa è stata forgiata dalla sua profonda conoscenza del caffè, che per lui non era soltanto una bevanda, ma un'autentica forma d'arte da condividere con i cultori come lui. Grazie a questa visione avveniristica e audace, il nome Danesi riuscì a ottenere rapidamente il gradimento dei consumatori. A partire dal 1933 è il figlio Giovanni a proseguire l'attività paterna, promuovendo la crescita dell'Azienda e sviluppando la vendita dei prodotti a marchio "Danesi", perlopiù nel canale dei pubblici esercizi (Ho.re.Ca.). Giovanni Danesi fu un pioniere della cultura del caffè italiano e influenzò il modo tradizionale di bere e apprezzare il caffè espresso in Italia e nel mondo. La sua passione è stata tramandata con maestria attraverso gli anni, e oggi è incarnata in Roberto Danesi, rappresentante della terza generazione. La sua abilità è eccezionale, tanto che quest'anno figura tra i 25 Cavalieri del Lavoro nominati dal Presidente della Repubblica Sergio Mattarella. "Un riconoscimento che ha suscitato in me una profonda commozione, anche



Giordana, Ilaria, Giorgia e il Cavaliere Roberto Danesi



Roberto Danesi, presidente di Danesi Caffè

perché è giunto proprio nell'anno in cui ho compiuto 80 anni", commenta Roberto Danesi. Romano di nascita, ha assunto il ruolo di presidente dell'azienda dal 2000, continuando a custodire e a far crescere la tradizione di eccellenza instaurata da suo padre Giovanni. La sua leadership è il simbolo di una continuità tra passato e presente, che contribuisce a mantenere viva la grande eredità di Danesi Caffè. Oggi Roberto Danesi è affiancato e coadiuvato nella conduzione dell'azienda dalle figlie Giorgia, Giordana e Ilaria. Irene, la più piccola delle sorelle, si occupa di consulenza. Un management completamente al femminile si dedica quindi con passione e abilità alla diffusione dello storico marchio romano di caffè, studiando e analizzando attentamente le tendenze del mercato. Con oltre 100 anni di esperienza questo marchio di prima qualità si erge su solide fondamenta. Danesi Caffè

abbraccia una cultura del caffè che fonde sapientemente il sapere consolidato con il massimo rispetto per l'uomo e la natura, applicando soluzioni produttive all'avanguardia. La consapevolezza dell'impatto sociale e ambientale della coltivazione e della produzione del caffè torrefatto si manifesta nella costante collaborazione con i piccoli produttori di caffè crudo. Particolare attenzione viene data a tutte le fasi della produzione del caffè da erogare in tazza, dalla coltivazione alla selezione dei chicchi, alla miscelazione, sino alla loro tostatura. Naturalmente, il processo di tostatura viene eseguito secondo una metodologia sofisticata che lentamente, accuratamente e delicatamente è adattata alle caratteristiche di ciascuna miscela di chicchi verdi. Un processo che conduce all'espressione dei migliori e più apprezzati aromi del caffè che contraddistinguono l'espresso Danesi.

L'attuale stabilimento Danesi si trova nella zona della Magliana a Roma. Da giovane, Roberto Danesi ha iniziato la sua carriera come commerciale, ma ha sempre nutrito una profonda passione per il design. È sempre stato un visionario, un creativo ante litteram, tanto che la sua tazzina autografata è stata persino registrata nel Bollettino dei disegni e modelli comunitari. È stato anche un precursore per quanto riguarda l'apertura verso i mercati esteri. Oggi l'azienda esporta in tutto il mondo. "Attualmente l'export rappresenta oltre il 70 per cento del fatturato, ma io ricordo ancora con emozione quando da giovane viaggiavo per tutti gli Stati Uniti e in treno attraverso la Russia, un paese allora quasi sconosciuto. Ero armato solo della mia valigetta e della mia determinazione", racconta il presidente. Oggi Danesi Caffè vanta una rete consolidata di distributori locali in ogni parte del mondo.

"Nel mondo delle torrefazioni, molte aziende commerciali italiane come la nostra sono di proprietà familiare. Tale dimensione consente agli imprenditori di dedicarsi con la dovuta attenzione ad ognuna delle singole fasi che compongono la filiera produttiva, senza perdere il rapporto sensoriale con il caffè durante tutti i momenti della sua lavorazione, al fine di ottenere l'altissima qualità che solo la dimensione umana può garantire, mantenendo così il connubio tra tradizione e innovazione. Tali caratteristiche consentono alla Danesi Caffè di adattarsi con prontezza ai tempi, alle esigenze e ai gusti dei consumatori. Da qui l'idea di dedicare particolare attenzione anche alle 'Monorigine'. Il nostro caffè, tradizionalmente una miscela, può essere apprezzato in modo diverso proprio attraverso le 'Monorigine'. Questi prodotti sono il frutto di un'intensa attività di ricerca in origine che ha avuto l'intento di identificare quei caffè coltivati in determinati luoghi della terra la cui geografia, geologia e il clima

imprimono a ciascuno, in particolare, un carattere speciale tale da renderlo unico e singolare. L'impatto sensoriale si può ben descrivere con una varietà di note aromatiche che vanno dal cacao e una passa del Brasile, da quelle floreali, di zucchero di canna e spezie del Guatemala, a quelle di vaniglia e frutti neri del Ruanda, fino alla straordinaria complessità aromatica dell'Etiopia, dove sono prevalenti i sensori di frutta a nocciolo come la pesca e l'albicocca", spiega Danesi. Brasile, Guatemala, Etiopia e Ruanda sono Paesi che producono caffè di alta qualità e ben rappresentano la dedizione dell'azienda romana a valorizzare non solo le caratteristiche uniche di questi territori, ma anche il lavoro dei coltivatori. In particolare, l'impegno per la sostenibilità, il rispetto per il territorio e l'acquisto diretto dai coltivatori stessi sono pratiche che Danesi esprime al meglio nei progetti che ha avviato in questi paesi del mondo. Danesi rivolge una particolare attenzione all'ambiente e alla sua tutela. In alcune delle regioni dove l'azienda acquista la sua materia prima, il caffè è infatti coltivato e processato seguendo lo standard di certificazione "Carbon Neutral", che garantisce un percorso di analisi e compensazione delle emissioni di anidride carbonica in atmosfera, con la conseguente

riduzione dell'impatto delle coltivazioni sull'ambiente.

Danesi Caffè prosegue quindi con passo deciso nel suo percorso di decarbonizzazione aprendo le porte alle energie rinnovabili: l'azienda romana ha infatti installato un impianto fotovoltaico nello stabilimento romano in partnership con Enel X. "Grazie al nuovo impianto vengono emessi in meno ogni anno circa 45.087 chili di anidride carbonica - dichiara il presidente -. Un risultato che si va ad aggiungere al cospicuo risparmio energetico della nostra produzione". Danesi Caffè, oltre a sostenere il FAI per proteggere la bellezza dell'Italia, fa parte del Consorzio di Tutela del Caffè Espresso Italiano Tradizionale. Quest'ultimo, nato nel 2014, ha come obiettivo la promozione, la valorizzazione e la tutela del Caffè Espresso Italiano Tradizionale presso gli operatori del settore e i consumatori, mediante la richiesta all'Unesco per ottenere il riconoscimento di Patrimonio Immateriale dell'Umanità. Roberto Danesi ha avuto successo come uomo e imprenditore. Oggi, circondato dall'affetto della sua famiglia, ama avere molti giovani intorno a sé, a cui ripete spesso che le soddisfazioni arrivano solo attraverso l'esperienza e il sacrificio, partendo dalla "gavetta".



Il set di tazzine autografate da Roberto Danesi

■ **GRUPPO DE MATTEIS** / Il Gruppo campano, guidato dal Presidente Cavaliere del Lavoro Armando Enzo De Matteis, opera con un business integrato che valorizza le materie prime utilizzate a vantaggio del territorio

Dalla Campania un modello di sviluppo virtuoso e sostenibile

In crescita sui mercati esteri, è riferimento nei settori alimentare ed energia. Nel 2022 fatturato di 245 mln di euro e circa 400 dipendenti per un'eccellenza del Mezzogiorno

Un modello unico di valorizzazione del territorio. Il Gruppo De Matteis, nato in Campania su iniziativa delle due famiglie fondatrici De Matteis e Grillo, si contraddistingue per l'innovazione e l'integrazione verticale dei business che caratterizzano le due principali realtà imprenditoriali che ne fanno parte: De Matteis Agroalimentare Spa, attiva dal 1993, tra i 5 top player del mercato mondiale della pasta secca, ed Elcon Megarad, fondata nel 1981 e operante nel mercato internazionale dell'energia. Guidato dal Presidente Cavaliere del Lavoro Armando Enzo De Matteis, il Gruppo ha chiuso il 2022 con un valore della produzione pari a 265 milioni ed impiega in Italia circa 400 lavoratori. "Il nostro Gruppo da sempre ha investito sul territorio, pur mantenendo lo sguardo verso i mercati di tutto il Mondo. Insieme agli obiettivi di business delle nostre Industrie, sta a me particolarmente a cuore il valore che le Aziende apportano alle comunità con cui interagiscono, all'ambiente e al territorio in cui operano" evidenzia il Cavaliere del Lavoro Armando Enzo De Matteis. La mission che anima la De Matteis Agroalimentare - guidata dall'Amministratore Delegato Marco De Matteis - è quella di integrare la produzione agricola del miglior grano duro con il sapere delle persone e la tecnologia più avanzata, con l'obiettivo di realizzare una pasta che esprima l'eccellenza qualitativa offerta dal territorio. La pasta prodotta è infatti l'espressione di un sistema produttivo che crea valore sul territorio e salvaguarda l'equilibrio tra uomo e natura, mantenendo un legame trasparente con il mondo agricolo e le sue

persone, tradizioni e competenze. Nel 2010, su intuizione del Presidente Cavaliere del Lavoro Armando Enzo De Matteis, l'azienda ha avviato una Filiera per la produzio-

ne e trasformazione del grano duro italiano, con l'obiettivo di valorizzare questa coltura in campo da cui realizzare una pasta premium, Pasta Armando, con solo grano 100% ita-

per la sua pasta di semola di grano duro.

La De Matteis Agroalimentare è inoltre oggi il principale produttore di Private Label in Italia, esportando in oltre 45 Paesi, e disponendo di una filiale negli Stati Uniti d'America. È una delle poche aziende del settore ad avere un molino di proprietà collegato direttamente al pastificio, divenuto progressivamente un insediamento industriale all'avanguardia. Una realtà aziendale guidata da una filosofia precisa: il miglioramento qualitativo dell'intera filiera del grano duro italiano, sostenendo e valorizzando l'agricoltura nostrana con il suo enorme patrimonio di cultura e tradizione. Fortemente legata al territorio e alla comunità in cui vive e opera, l'azienda ha mantenuto la sua sede presso l'impianto delle origini a Flumeri (Avellino), a cui si è aggiunto quello di Giano (Perugia), possedendo, nel complesso, 16 linee di produzione con una capacità produttiva di 180.000 tonnellate l'anno.

Elcon Megarad progetta e realizza accessori per cavi elettrici ed è stata la prima azienda a dare vita al Gruppo Industriale De Matteis, scegliendo da subito un modello di sviluppo integrato del business. La produzione è seguita, infatti, dalla fase di sviluppo a quella di produzione, fino alla distribuzione. In particolare, Elcon Megarad dispone di un laboratorio chimico ed uno elettrico di alta tensione all'interno delle proprie strutture, producendo in proprio i componenti chimici isolanti e speciali. Un modello fortemente voluto dall'Amministratore Delegato Alberto De Matteis, per il quale l'integrazione verticale è una scelta imprenditoriale che consente

non solo di controllare l'intero processo produttivo, ma anche di governare tutte le fasi di progettazione e sviluppo, garantendo la qualità dei prodotti.

Elcon Megarad ha intrapreso con convinzione il percorso di trasformazione digitale della fabbrica in ottica 4.0, implementando una piattaforma di monitoraggio in real-time dei dati di produzione e di processo sui vari impianti. L'analisi dei dati fornisce una visione completa dello scenario di produzione e permette di effettuare scelte proattive e consapevoli di gestione. Inoltre, l'azienda ha attivato un percorso di trasformazione delle proprie logiche di gestione nella direzione dei valori della circolarità: a partire dalla misura dell'impatto di carbonio dei propri prodotti, lungo tutto il suo ciclo di vita (certificata secondo norma ISO 14067), mentre il prossimo obiettivo è la misurazione del Carbon Foot Print lungo tutta la catena del valore del business, con

attività di mitigazione e politiche di corretta gestione energetica.

Dotata di due siti produttivi, ad Arcella (Avellino) e a Mignano M.L. (Caserta), e di una sede commerciale in Olanda, Elcon Megarad realizza prodotti distribuiti esclusivamente con il proprio brand: è oggi l'unico produttore interamente italiano di giunti e terminali per l'installazione di reti di distribuzione elettrica su cavi di media tensione, oltre che di bassa tensione. Negli anni ha progressivamente ampliato la sua presenza in Europa, in Medio Oriente e Nord Africa ed ora anche in Sud America, Oceania e Asia. Leader di mercato in Italia presso tutte le Utilities nazionali e le aziende municipalizzate nella gamma di giunti e terminali MT e BT, utilizzati per la loro affidabilità e ampiezza di gamma nella gestione della rete nazionale a 20.000V, oggi l'azienda è presente sulle reti elettriche di distribuzione di oltre 75 Paesi del mondo.



La sede di Flumeri di De Matteis Agroalimentare Spa



Il Presidente Cavaliere del Lavoro Armando Enzo De Matteis



Lo stabilimento Elcon Megarad ad Arcella

FRITTELLI MARITIME GROUP / Dal settore portuale agli spostamenti su ruota, ha le sue radici a Bologna una delle principali compagnie di trasporto e logistica in Italia

Passeggeri e merci, da 120 anni il futuro del mare è green

Tra soluzioni innovative ed efficaci, crescita continua e uno sguardo alla sostenibilità, offriamo da sempre servizi ad alto valore aggiunto



Area espositiva

Diversificazione, sostenibilità, polivalenza e un forte sentimento di appartenenza al tessuto locale. Frittelli Maritime Group affronta le sfide di settori in continua evoluzione come quello della logistica portuale, della movimentazione navale di merci e passeggeri e della gestione di terminal e magazzini con la stessa lungimiranza che da 120 anni guida le proprie strategie commerciali. Dagli esordi a Bologna come semplice azienda di trasporti che si affidava ancora a carri trainati da cavalli e buoi, ad un progressivo spostamento del proprio bacino d'azione verso le Marche, partendo dalla movimentazione delle merci nel porto di Ancona fino all'espansione, tra gli anni '60 e '80 attraverso la costruzione di un magazzino di 3500 mq che ha dato il via all'attività dedicata alla logistica su ruota. Una crescita continua, fino a diventare una delle principali compagnie di trasporto e logistica in Italia, oltre ad una progressiva apertura verso l'estero e alla scelta di diversificare il proprio bu-

siness ampliando il settore dell'agenzia marittima grazie all'acquisizione della rappresentanza di importanti compagnie di navigazione e sviluppando partnership con grandi gruppi industriali per quanto riguarda le spedizioni internazionali. Anche il porto di Ancona, tra gli anni '80 e gli anni '90, vede un forte sviluppo dei traffici di materie prime, soprattutto nel settore dei container, grazie all'arrivo delle principali compagnie di navigazione internazionali, motivo per il quale nel 1986 nasce la Maritime Agency che diventa rapidamente il punto di riferimento nel trasporto merci e passeggeri e porta alla creazione prima della Global Service, società specializzata in servizi doganali ed in seguito alla nascita nel 2002 della FMG (Frittelli Maritime Group). La nuova società adotta un nuovo modello di business basato sulla diversificazione, operando importanti investimenti nella zona portuale attraverso la ACT (Adriatic Container Terminal), costituita nel 2003 in compartecipazione con MSC, oggi

primo armatore di container al mondo. Grazie all'ammmodernamento del parco gru di banchina e di piazzale, il porto di Ancona ha potuto raggiungere dei livelli di servizi paragonabili ai principali scali internazionali, esempio concreto dello stretto rapporto che lega FMG al porto marchigiano. Anche il settore della navigazione passeggeri ha avuto un forte impulso grazie a FMG: con la nascita nel 2004 di Adria Ferries, la rotta Italia-Albania attraverso i porti di Ancona e Bari ha visto negli anni continui aumenti dei passeggeri grazie anche ad una flotta aggiornata, efficiente e battente bandiera italiana, affiancata dopo soli due anni dalle navi di Minoan Lines, della quale FMG è l'agente nel porto di Ancona. Completata l'acquisizione della società italiana Minoan Agencies, è stato così possibile consolidare la propria presenza nel settore passeggeri anche sulle rotte verso la Grecia. Negli ultimi 5 anni è stato dato grande spazio allo sviluppo della logistica, settore dai forti

Il nuovo volto del porto di Ancona

Il tema della sostenibilità si sposa con una rara (almeno per l'Italia) attenzione al concetto di "riuso adattivo" ovvero la trasformazione di edifici e costruzioni già esistenti cambiando la destinazione d'uso. FMG ha voluto cogliere l'opportunità di dare un ulteriore slancio alla logistica portuale di Ancona, colmando l'attuale lacuna per quanto riguarda gli spazi (coperti e non) da dedicare allo stoccaggio e movimentazione delle merci. Per farlo, poco più di un anno fa FMG ha acquisito uno spazio di 5 ettari, situato all'interno dell'area portuale, occupato da uno stabilimento per la produzione di farina ed olio di semi e abbandonato da oltre 10 anni. Una struttura imponente che rappresenta una grande opportunità, sotto forma di una modernissima struttura logistica da circa 16.000 mq composta da capannoni modulari specializzati, in grado di gestire diverse tipologie di merci (materiali ferrosi, carta, alluminio) a cui vanno aggiunti altri 6.000 mq ottenuti dal recupero dei vecchi magazzini, oltre ad ulteriori spazi scoperti. Con la possibilità di ospitare fino a 70.000 tonnellate o 150.000 metri cubi di merce, questo progetto di riqualificazione sostenibile offrirà anche nuove opportunità di lavoro, oltre a restituire alla città di Ancona degli spazi completamente rimessi a nuovo. La sostenibilità del progetto passa anche attraverso il recupero di molte parti in metallo e di buona parte dei laterizi che verranno triturati ed utilizzati come sottofondo per la pavimentazione anche se il fiore allocchiello è rappre-

sentato dall'installazione di pannelli fotovoltaici sui tetti che, a regime, potranno fornire 2 Megawatt di energia pulita da utilizzare sia per le esigenze stesse della struttura che, attraverso un collegamento che elettrificherà le banchine, per alimentare le navi di Adria Ferries in sosta, attualmente collegate a generatori a gasolio.

Il progetto di recupero dei magazzini verrà presumibilmente ultimato nei prossimi 6 mesi mentre i capannoni modulari verso la metà del 2025. Sono ancora al vaglio varie ipotesi per riutilizzare un ulteriore elemento di archeologia industriale, ovvero i serbatoi dove veniva stoccato l'olio di semi, collegati attraverso un sistema di tubazioni alle banchine e anche loro con un potenziale importante nell'ambito della logistica.

Non manca, per finire, un aspetto che si potrebbe definire romantico: lo skyline del porto di Ancona è stato storicamente caratterizzato dalla presenza di silos che sono stati tutti demoliti eccetto quelli che si trovano nell'area acquisita da FMG, che sta quindi pensando ad un'operazione di recupero, sfruttando gli spazi (oltre 2.500 mq) della parte superiore come uffici ed aree espositive da mettere a disposizione della cittadinanza. Un'iniziativa che aiuterebbe l'integrazione tra due realtà, porto e città, vicine ma distanti, mai capaci fino ad ora di comunicare tra di loro e che potrebbe realizzarsi entro il 2026.



Render del progetto

trend di crescita e che FMG ha saputo agganciare con la consueta prontezza, ottenendo in concessione dall'Autorità Portuale un vecchio deposito di carbone che è stato riqualificato dando vita ad una moderna piattaforma integrata nave-rotta-gomma.

Ultimo, ma non per questo meno importante tassello, è l'entrata del fondo Eurizon, appartenente al Gruppo Intesa Sanpaolo, nell'azionariato di Adria Ferries, garantendo solide basi per sostenere lo sviluppo industriale già avviato da alcuni anni ed aprire nuove opportunità di investimento per espandersi ulteriormente a livello nazionale ed internazionale.

MANINI PREFABBRICATI / La determinazione di un uomo, la lungimiranza delle sue intuizioni: oltre mezzo secolo di innovazioni nel ramo della prefabbricazione industriale

Arnaldo Manini, una storia di successo lunga sessant'anni

La propensione alla ricerca testimoniata dal conseguimento di diversi brevetti e la produzione di prodotti che hanno portato il settore nel futuro



Arnaldo Manini

Il Cavalier Arnaldo Manini nasce ad Assisi l'8 agosto del 1936. È un uomo che con la sua determinazione ha raggiunto traguardi di assoluto rilievo nel settore industriale dei prefabbricati, con 60 anni di attività ininterrotta nel settore. Ha cominciato giovanissimo a fare impresa: oggi la sua azienda, la Manini Prefabbricati, con sede principale ad Assisi e numerose altre sedi in Italia, dà lavoro ad oltre 500 dipendenti diretti ed indiretti ed è la prima azienda in Italia nel settore della prefabbricazione industriale. L'azienda si distingue per la ricerca e sviluppo nel processo produttivo ed, in particolare, nella realizzazione di prodotti innovativi che hanno l'obiettivo di garantire la sempre maggiore sicurezza degli utenti finali e dei lavoratori, con particolare attenzione alla sostenibilità ambientale e al rispetto del contesto urbano-paesaggistico in cui si inserisce la nuova infrastruttura.

Arnaldo Manini nasce da una famiglia di commercianti. Diplomatosi geometra, a soli 26 anni fonda la sua prima società di Assisi, la S.I.M.C.A.S (Società Industriale Manufatti Assisi) nel 1962. Inizialmente la produzione riguarda travetti in cemento e successivamente, grazie anche a continui viaggi all'estero, nuovi stimoli e



Dipendenti della Manini Prefabbricati

tanti sacrifici, implementa sia la struttura produttiva che i manufatti con la produzione di cemento armato, precompresso industrialmente. Negli anni '90 matura la decisione di ampliare la presenza dell'azienda in tutto il territorio nazionale, acquisendo e costruendo nuovi stabilimenti per coprire le regioni del Nord e del Sud: nascono così lo stabilimento di Aprilia, lo stabilimento di Perugia e lo stabilimento di Somaglia (L.O). L'ingegnosa attività di Arnaldo Manini

è senza dubbio caratterizzata nel tempo dalla sua propensione alla ricerca e all'innovazione che passa attraverso la sperimentazione, il conseguimento di diversi brevetti e la produzione di numerosi prodotti assolutamente innovativi quali, a titolo esemplificativo e non esaustivo, il Sistema Titano del 1974, che consente di realizzare edifici con luci libere fino a 52 metri, il tegolo DALLA che viene citato come uno dei manufatti più interessanti degli anni settanta, il sistema ONDAL,

primo fra tutti i sistemi costruttivi con tegoli alari a realizzare un tetto interamente in cemento (che ottenne allora riconoscimenti dal Ministero dell'Industria - settore ricerca).

Recentemente il team R&D di Manini Prefabbricati ha concepito e sviluppato soluzioni come Manini Connect, il sistema di monitoraggio per edifici prefabbricati, fiore allocchiello della Divisione Manini Service, destinato a rivoluzionare le procedure di manutenzione delle strut-



Sistema Manini Connect

ture e il loro livello di sicurezza, grazie alla possibilità di controllo da remoto 24/7/365.

Questa stessa lungimiranza ha portato alla realizzazione di un simulatore sismico per strutture prefabbricate in scala 1:1. La Manini Prefabbricati è la prima azienda privata in Europa, e probabilmente nel mondo, ad essersi dotata di un dispositivo simile, in grado di riprodurre le oscillazioni di un terremoto di magnitudo 6.5. Grazie a questo congegno, presente nel nostro stabilimento produttivo di Bastia Umbra si testano nodi innovativi, che riescono a conferire alle strutture prefabbricate una resistenza in grado di assorbire gli effetti di eventi tellurici di portata elevata. I conseguenti riconoscimenti, forse i più importanti, per i nostri edifici, sono arrivati "sul campo": durante il disastro sisma del 2012 in Emilia Romagna, i capannoni e i manufatti costruiti dalla Manini Prefabbricati sono tra i pochi a rimanere agili ed intatti dopo le scosse, proteggendo i sistemi produttivi e, soprattutto, le persone, lavoratori, dipendenti, imprenditori, e garantendo il proseguimento dell'attività produttiva e del lavoro mentre si avviava la ricostruzione dei numerosi siti produttivi crollati e inagibili.

Questi risultati straordinari hanno aumentato ancor più la credibilità e la forza sul mercato della Manini, che ha così contrastato la crisi del settore edilizio non risentendone anzi, aumentando i livelli di crescita e di produzione e ampliando il numero di dipendenti, investendo sempre di più nelle figure altamente specializzate, nel Service e nell'Engineering.

Forte innovazione quindi da una parte e spinta verso la sostenibilità dall'altra. Sono questi i temi principali che Manini Prefabbricati ha cercato di portare avanti senza sosta, attivandosi con esempi concreti e implementando i propri prodotti. L'azienda è l'unica del suo settore in Italia che ha già pubblicato tre bilanci di Sostenibilità, oltre ad essere l'unica che ha gli EPD (Dichiarazioni ambientali di prodotto) su tutta la gamma dei propri manufatti. La Manini Prefabbricati è ormai un'azienda leader nel suo settore a livello internazionale, prima realtà in Italia nel settore della prefabbricazione, con a capo un uomo coraggioso, che ha guardato sempre avanti.

Oggi conta oltre 500 collaboratori (Manini non chiama "dipendenti" i suoi lavoratori ad ogni livello, ma "collaboratori", e promuove il "rispetto delle scrivanie"). È un imprenditore che si mette sempre al servizio dell'azienda e dei suoi uomini intendendo come valore più prezioso il potenziale umano in grado di produrre sviluppo, innovazione e ricchezza, riversata sul territorio in cui egli è nato e in cui ha sempre voluto mantenere la sede principale e primaria della sua attività.

Il prestigioso riconoscimento del Cavaliere del Lavoro ad Arnaldo Manini, che si aggiunge ai molti riconoscimenti settoriali e locali alla persona oltreché all'imprenditore, rappresenta il più degno coronamento all'impegno e alla generosità di un uomo che ha creduto ai suoi sogni e li ha realizzati, costruendo una squadra che li ha saputi condividere e sviluppare.

■ **GRUPPO EPTA** / Il Gruppo leader internazionale nella refrigerazione commerciale guida la transizione ecologica della filiera alimentare, coniugando il più basso impatto ambientale ad elevate performance

Storia di un'eccellenza imprenditoriale italiana

Marco Nocivelli, Presidente e AD del Gruppo, conferma il percorso di crescita incentrato sull'innovazione sostenibile e sulla vocazione all'internazionalizzazione

Epta, il Gruppo leader a livello globale nella refrigerazione commerciale per le aree retail, food&beverage e Ho.Re.Ca., sin dalle sue origini ha fatto dell'innovazione sostenibile uno dei suoi punti di forza. Nata come impresa familiare, Epta ha allargato ben presto i propri confini diventando una realtà internazionale, che conta oggi oltre 6.000 dipendenti, 11 sedi produttive e una capillare presenza tecnica e commerciale, garantita da più di 40 presidi in oltre 100 Paesi nel mondo e un fatturato 2022 attestato a 1,4 miliardi di euro. "Il futuro è il nostro presente: la crescita di Epta è fondata da sempre sulla sostenibilità economica, sociale ed ambientale. - dichiara Marco Nocivelli, Presidente e Amministratore Delegato di Epta - Un orientamento nato in maniera naturale e che è evoluto nel corso degli anni divenendo un fil rouge che si riflette in ogni ambito della vita aziendale, declinandosi in numerose attività e iniziative lungo l'intera filiera, con l'obiettivo di promuovere un reale progresso che vada nella direzione dei fattori ESG". L'Ingegnere Marco Nocivelli, bresciano, classe 1966, una laurea in ingegneria gestionale, rappresenta la seconda generazione della famiglia imprenditoriale alla guida della società, avendo raccolto il testimone dal padre Luigi Nocivelli, del quale ha sempre dichiarato di seguirne insegnamenti e valori. "Ordine, umiltà, delega e resilienza sono le fondamenta della nostra gestione imprenditoriale e fonte di ispirazione per il lavoro quotidiano", precisa Marco Nocivelli. Nominato Cavaliere del Lavoro nel 2020 dal Presidente Sergio Mattarella per essersi saputo distinguere con la sua storia imprenditoriale di assoluto successo, come ambasciatore del Made in Italy e per l'impegno a livello di associazionismo, è anche Presiden-



Sistemi di refrigerazione naturale di Epta garantiscono risparmio energetico oltre la soglia del 20%



Marco Nocivelli, Presidente e AD di Epta

te di Anima Confindustria dal 2019 e dunque in prima linea nel cercare soluzioni di sistema per tutto il comparto della meccanica italiana. A questo proposito Marco Nocivelli commenta: "A livello personale mi sento investito, attraverso questi riconoscimenti e cariche, da una grande responsabilità poiché sono chiamato ad essere un esempio virtuoso per la società in termini di integrità, trasparenza ed etica. Più che dei traguardi, rappresentano nuovi punti di partenza orientati al miglioramento continuo con l'obiettivo di promuovere lo sviluppo locale e accrescere il benessere delle comunità. Il made in Italy, grande asset strategico per il nostro paese, dipende dalle tante medio-piccole realtà imprenditoriali

che portano avanti tradizioni e competenze uniche e irripetibili, che lavorano sinergicamente ai grandi Gruppi come il nostro e che con un occhio di riguardo vanno assolutamente tutelate e sostenute". Nel corso degli ultimi anni, l'evoluzione della responsabilità aziendale ha spinto le imprese ad intraprendere percorsi difficili ma fondamentali di transizione ecologica volti a ridefinire delle Industry 4.0 più a misura del pianeta. "Per abilitare la transizione verde norme e incentivi sono condizione necessaria ma non sufficiente. - prosegue Marco Nocivelli - Già da oggi nuove tecnologie, strumenti e metodi sono assolutamente indispensabili per poter intervenire sui numeri

che fotografano l'attuale stato di salute del pianeta. Noi cerchiamo, attraverso quello che sappiamo fare meglio, di dare il nostro contributo". La refrigerazione arriva, infatti, a coprire oltre il 40% dei consumi energetici di un supermercato, e diventa indispensabile, per gli operatori del settore, affrontare un percorso di cambiamento e transizione ecologica che passi attraverso soluzioni innovative e uno sforzo collettivo di ricerca e di digital transformation, sempre nell'ottica della sostenibilità: "E' nostra responsabilità lavorare ogni giorno per supportare i nostri clienti con soluzioni che coniughino il più basso impatto ambientale ad elevate performance", dichiara Marco Nocivelli, Presidente e Amministratore Delegato di Epta. "Innovare è essenziale ma è altrettanto importante farlo in maniera sostenibile poiché è questa l'unica rotta percorribile per crescere e generare un valore condiviso e condivisibile dalle persone e dal territorio. Ci muoviamo per contribuire ad un cambiamento radicale di sguardo al settore del food e di approccio produttivo incentrato sulla Sustainable Innovation". Con oltre 2700 impianti che utilizzano la CO2 come refrigerante naturale installati in tutto il mondo, che entrano nella quotidianità di milioni di persone, viene garantito un risparmio energetico oltre la soglia del 20% poiché i sistemi di refrigerazione naturale del Gruppo sono progettati per impattare 4.000 volte meno rispetto a quelli che utilizzano i refrigeranti convenzionali. L'innovazione evoluta e sostenibile di Epta è perseguita in primo luogo attraverso investimenti interni. Solo negli ultimi 3 anni sono stati investiti 54 milioni di euro in un team dedicato di R&S di 270 persone e in un Innovation Center, cuore

neuralgico di sperimentazione delle tecnologie del futuro. "Crediamo fermamente in una sostenibilità aziendale a 360 gradi. Il nostro bilancio di sostenibilità CSR risale al 2012 e dal 2021 è divenuto un Integrated Reporting. - continua Marco Nocivelli - Il nostro impegno a tutto tondo ci ha portato recentemente ad entrare con un ruolo attivo nel Programma finanziato dall'Unione Europea ENOUGH per la decarbonizzazione della food chain in collaborazione con oltre 28 partner tra cui aziende, Istituti di Ricerca e Università a livello europeo. Abbiamo deciso di mettere a sistema il know-how sviluppato in materia di refrigerazione naturale per ridurre le emissioni di gas a effetto serra e raggiungere la neutralità climatica nel settore alimentare a beneficio dell'intera collettività". La capacità di fare innovazione sostenibile è un tratto che Epta ricerca anche al di fuori dei propri confini aziendali e la cifra identitaria della crescita perseguita attraverso acquisizioni esterne mira ad avvalorarsi di ulteriori competenze e consolidare il proprio ruolo di Sustainable Innovator in nuovi mercati. Sulla scia di questa vocazione all'internazionalizzazione, dopo le 8 acquisizioni messe a segno negli ultimi 4 anni, è stato recentemente siglato un importante accordo con uno dei principali player tedeschi per la creazione di una joint venture volta a dare vita al nuovo leader nel settore della refrigerazione commerciale in Europa centrale e settentrionale che vedrà Epta protagonista e più che mai traino del settore. Conclude Nocivelli: "Siamo alla ricerca costante di nuove sfide su cui cimentarci, orgogliosi del sentiero dell'innovazione sostenibile tracciato fino a qui che si rinnova di pari passo con la nostra storia."

■ **GRUPPO ENERCOM** / La holding, nata a Crema, ingloba diverse realtà operative nel settore delle energie, dove la sostenibilità ricopre un ruolo cruciale nel delineare i prossimi impegni e orientamenti strategici

Radici ben salde al territorio e sguardo rivolto al futuro

Cristina Crotti, selezionata da Forbes Italia tra le 100 figure professionali femminili di spicco: "È importante sapere da dove si è partiti per poter tracciare il cammino di domani"

Cristina Crotti è la prima donna cremasca a essere stata insignita del titolo di Cavaliere del Lavoro dal Presidente della Repubblica Sergio Mattarella. Nata nel 1966, Crotti è presidente di Enercom, gruppo attivo con sei società nella produzione di energie rinnovabili, distribuzione gas, vendita di luce e gas, efficientamento energetico e servizi al pubblico e al privato. Nel 1990, dopo la scomparsa del padre, è entrata nell'azienda di famiglia per assumerne le redini nel 2002. Sotto la sua guida i dipendenti sono passati da 115 a 350 e i Comuni serviti tra distribuzione di gas e illuminazione da 100 a 150. Oggi Enercom serve oltre 170.000 clienti e conta 35 punti vendita a marchio nel Nord Italia, cinque centrali idroelettriche in provincia di Bergamo e 2 campi fotovoltaici in Sicilia. Investe ogni anno circa 12 milioni di euro in infrastrutture, mezzi e risorse umane. "Sono nata e cresciuta a Crema, graziosa cittadina situata nella bassa Pianura Padana dove ancora persiste quel senso di comunità che, nel corso degli anni, mi ha permesso di sentirmi tranquilla

e protetta - racconta Cristina Crotti -. Dopo essermi laureata a Milano, all'Università Bocconi, scelsi infatti di tornare immediatamente a casa, nel luogo dove c'erano le radici storiche dell'attività imprenditoriale della mia famiglia. Il legame è così forte che, nonostante l'imminente inaugurazione della nuova sede di Cremona, prevista per il prossimo autunno, manterremo in vita anche la palazzina storica in centro a Crema. A mio avviso è importante sapere da dove si è partiti per poter tracciare il cammino futuro. Un insegnamento che desidero trasmettere anche ai miei due figli". La storia del Gruppo Enercom affonda le sue radici nel lontano 1950 quando, a Crema, ebbe inizio l'attività della Bonizzoni e Bernardi Officina Gas, che in seguito sarebbe diventata SIBB (Società Industriale Bonizzoni e Bernardi). A quel tempo, bisognava realizzare impianti di distribuzione del gas dalla cabina alle case, per la fornitura ai consumatori. "Mio padre Domenico venne assunto in SIBB nel 1952 - prosegue Cristina Crotti -. Già allora aveva intuito che, in un'Italia priva di reti di distribuzione gas, fornire ai Comuni gli impianti completi 'chiavi in mano' sarebbe stata una scelta vincente. Dopo la morte di Dafne Bernardi, che aveva fondato la SIBB, nel 1984 mio padre assunse saldamente le redini del Gruppo. Io sono entrata in azienda giovanissima, dopo la sua scomparsa. Nei primi anni del Duemila, con la liberalizzazione del mercato della vendita del gas, iniziammo a promuovere la vendita commerciale sia del metano che dell'energia elettrica. Ora però il mercato è mutato: pur rimanendo rilevante la vendita di luce e gas, il nostro interesse si è spostato verso il settore dell'energia sostenibile, con particolare attenzione alla generazione di energia tramite impianti fotovoltaici e idroelettrici". Attualmente il Gruppo Enercom è una



La sede del Gruppo Enercom, nel centro di Crema, in provincia di Cremona

holding che ingloba diverse realtà operative. Troviamo infatti Gei, che si occupa di reti gas e, conseguentemente, di distribuzione del metano; Enercom, invece, da un lato fa offerte commerciali luce e gas, dall'altro si dedica all'efficienza energetica, e quindi propone soluzioni sia di climatizzazione che per la caldaia, ma anche servizi energetici integrati (illuminazione domestica, mobilità elettrica, gestione calore e molto altro). Dispone anche di una rete di negozi sul territorio. Al suo interno trova spazio anche l'attività di grossista di energia elettrica e gas naturale. Proseguendo, Enercom Energia è in prima linea nella produzione di energia rinnovabile, mentre Simet si occupa di illuminazione pubblica ed è attiva anche nel fotovoltaico e nei progetti di efficientamento per il pubblico e il privato. Enercom Servizi, infine, si occupa di tutti i servizi del gruppo: ge-

stione risorse umane, full sourcing amministrativo, controllo qualità ecc. Nel 2022, il fatturato si è attestato attorno ai 500 milioni. Un record, dovuto però all'ascesa dei prezzi dell'energia. "Quando sono entrata in azienda ero l'unica presenza femminile nell'intero settore - rivela Cristina Crotti -. Con grande determinazione sono riuscita a farmi apprezzare sia all'interno che all'esterno dell'azienda. Ho sempre cercato di essere riconosciuta per il mio valore, indipendentemente dal fatto di essere donna, a prescindere dalla norma sulle quote rosa. Pertanto, ricevere questa prestigiosa onorificenza ha colmato il mio cuore di gioia. Un riconoscimento che rappresenta il coronamento di un percorso costellato di sacrifici, di errori, soprattutto all'inizio, ma anche di successi che ho potuto raggiungere anche grazie al sostegno dei miei familiari e

dei miei collaboratori. Giunta a questo punto della mia carriera, il mio consiglio per i giovani è di cercare sempre di essere preparati, pronti a sacrificarsi, flessibili e curiosi. Questi elementi sono fondamentali per andare incontro a una storia imprenditoriale e professionale di successo". L'impegno di Cristina Crotti è reale, concreto e non passa di certo inosservato. Lo dimostra anche il fatto che la presidente di Enercom è stata inserita da Forbes Italia tra le 100 figure professionali femminili che quest'anno, con il loro impegno e la capacità da leadership, hanno aggiunto valore a diversi settori, dall'arte al lifestyle, dalla finanza allo sport, contribuendo alla crescita dell'Italia. Quest'anno è partito un importante progetto di rebranding per tutto il gruppo, ma il 2023 sarà ricordato anche

come l'anno in cui il Gruppo Enercom ha presentato il suo primo bilancio di sostenibilità, delineando i principali impegni e orientamenti strategici. Nel 2022, il Gruppo aveva infatti dovuto affrontare le sfide scaturite da due crisi: la guerra in Ucraina, che ha destabilizzato il mercato energetico, e i cambiamenti climatici, in un susseguirsi di ondate di calore e inondazioni. Nonostante queste difficoltà, il Gruppo ha definito quattro pilastri fondamentali per traghettare il suo futuro. Il primo pilastro si concentra sulla centralità delle persone, che siano collaboratori o clienti. Il Gruppo si impegna infatti a investire nella crescita e nel benessere dei dipendenti, garantendo al contempo servizi di qualità ai clienti attraverso le varie società del Gruppo. Il secondo pilastro è la territorialità, con un'attenzione particolare alla prosperità delle comunità servite dal Gruppo, che si concretizza con investimenti che puntano a migliorare le infrastrutture locali e rendere le città più intelligenti ed efficienti. La sostenibilità è il terzo pilastro, con un impegno verso produzioni green e la riduzione dell'impatto ambientale lungo tutta la catena del valore. Il Gruppo promuove anche comportamenti sostenibili tra dipendenti, clienti e comunità. Il quarto pilastro è l'innovazione: solo attraverso nuove tecnologie e modelli è infatti possibile affrontare le sfide future. Il Gruppo è pertanto impegnato nella ricerca e nello sviluppo di soluzioni energetiche sostenibili. Tutte queste iniziative hanno alla base i valori etici del Gruppo: coerenza, pragmatismo e integrità. "L'obiettivo è operare responsabilmente, mantenendo un approccio virtuoso ma flessibile per affrontare con serietà ogni sfida. Per noi del Gruppo Enercom è un dovere contribuire al bene delle persone, delle comunità e dell'ambiente", conclude la presidente Cristina Crotti.



Cristina Crotti, presidente di Enercom

Corporate e private banking, dal 1888.



BANCA PASSADORE & C.

BANCA PRIVATA INDIPENDENTE

GENOVA • MILANO • ROMA • TORINO • FIRENZE
PARMA • BRESCIA • VERONA • AOSTA • ALESSANDRIA
IMPERIA • LA SPEZIA • ALBA • CHIAVARI
PORTOFINO • ALBENGA • BORDIGHERA • NOVI LIGURE

www.bancapassadore.it

■ **NUNCAS** / Da più di cento anni il marchio incarna la qualità, la tradizione e l'innovazione per l'igiene e per la pulizia degli ambienti domestici. Ed è pronta ad affrontare il futuro

Quando il made in Italy è cura del benessere della casa

Lazienda, guidata da Rosy Cassata, Cavaliere del Lavoro, è un caso unico di scienza applicata, passione e attenzione, nella migliore tradizione italiana

“Curo molto l'aspetto psicologico e vi assicuro che ce n'è tanta di psicologia nel pulire la casa. La cura nella casa non è solo igiene e pulizia, ma anche accudimento, socialità e senso di comunità”. Con queste parole, durante un discorso di ringraziamento per il Cavaliere del Lavoro appena ricevuto, Rosa Maria Luisa, detta Rosy, Cassata ha spiegato quello che probabilmente è il vero segreto del successo di Nuncas. Soprattutto da quando ha ereditato dal padre le redini dell'azienda fondata dal nonno, Nunzio Cassata. Nuncas, oggi, più che un caso esemplare è un vero e proprio unicum nel panorama imprenditoriale, in grado di conciliare qualità, fatturato, innovazione e sostenibilità. Non è un'azienda specializzata nella pulizia della casa, è la scienza applicata alla cura italiana della bellezza della casa.

“Prendersi cura della bellezza della propria casa accresce l'appetito di altra bellezza - spiega Luca Manzoni, Presidente di Nuncas - il che è l'espressione più tipica del made in Italy. Questa è la nostra mission”

E l'aspetto psicologico di cui parla Rosy Cassata è stato fondamentale per la nascita di intere linee di prodotti, quelli che hanno portato l'azienda a guadagnarsi un posizionamento distintivo che la colloca nella fascia alta del mercato e a confrontarsi con realtà dalle dimensioni multinazionali.

Nuncas è un'azienda di impostazione familiare: il consorte di Rosy Cassata, Luca Manzoni, è l'attuale Presidente e i figli, Carlotta e Aurelio, sono responsabili rispettivamente di Marketing e comunicazione e della Corporate social responsibility.

“Senza mio marito non avrei mai potuto raggiungere i risultati che ho ottenuto” dichiara Rosy Cassata con orgoglio, in famiglia non esiste competizione ma il piacere di lavorare insieme. I dipendenti sono 65, generalmente molto affezionati all'azienda dove trascorrono anche tutta la carriera.

L'unicità di Nuncas interessa tutto il ciclo di ideazione-produzione-distribuzione. Ogni prodotto è sviluppato internamente, nel dipartimento di ricerca e sviluppo che impiega più del 10% della forza lavoro. Il laboratorio è presso la sede dell'azienda a Mazzeo di Rho (Mi) e la protagonista delle nuove linee di prodotti è proprio Rosy Cassata.

Il processo di creazione del prodotto trova la sua genesi nel quotidiano del consumatore.

“I prodotti nascono dai desiderata di una casalinga. Io provo personalmente tutti i prodotti e il laboratorio si fida solo delle mie indicazioni. La casa va curata e gestita: è per questo che cerco soluzioni pratiche e allo stesso tempo eccellenti che semplifichino questo compito e rendano ogni gesto fonte di piccola soddisfazione quotidiana”.

Lo sviluppo di un articolo inizia dall'individuazione di un bisogno del consu-



La famiglia che guida Nuncas. Da sinistra: Rosy Cassata, Luca Manzoni, Carlotta Manzoni e Aurelio Manzoni



Rosa Maria Luisa Cassata, Direttore Creativo e Amministratore delegato di Nuncas



WashPass, le quattro tanichette della nuova lavatrice smart prodotta da Haier, che contengono gli ingredienti Nuncas

Una famiglia in affari, con passione

Nuncas è alla quarta generazione: Rosy Cassata, il marito Luca Manzoni e i figli Carlotta ed Aurelio Manzoni guidano oggi Nuncas, rappresentando una storia italiana di successo imprenditoriale familiare.

Luca Manzoni è Presidente e Amministratore delegato di Nuncas. A lui si deve il percorso di razionalizzazione della società, che sotto la sua guida assume l'attuale dimensione internazionale e si posiziona quale realtà altamente specializzata. È l'artefice del consolidamento dell'impronta eco-friendly di Nuncas, con iniziative di best practice sia per quanto riguarda la produzione sia per ciò che concerne l'impatto eco ambientale dei suoi stabilimenti.

Rosy Cassata, è il Direttore Creativo e Amministratore delegato di Nuncas. È l'anima creativa dell'azienda. Dopo la laurea in economia aziendale (Università Bocconi), debutta in azienda accanto al padre e sviluppa il marchio di fragranze per l'ambiente. Oggi è alla guida dell'azienda e del dipartimento interno di R&S e del laboratorio operativo.

Carlotta Manzoni, è Direttore Marketing e Comunicazione di Nuncas. Dopo la laurea in psicologia del marketing, entra in Nuncas occupandosi dell'immagine dei prodotti. Nel 2020 consegue l'MBA presso il Politecnico di Milano e si mette a capo del marketing dove gestisce le strategie di sviluppo di mercato.

Aurelio Manzoni è Corporate Social Responsibility Manager di Nuncas. Laureato in ingegneria energetica, porta avanti i valori green dell'azienda. Anima della sostenibilità aziendale, è impegnato nel dipartimento di sviluppo prodotto dove contribuisce alle ideazioni di soluzioni che minimizzino l'impatto ambientale dell'azienda.

Storia di un'azienda votata al successo

Nuncas è l'acronimo di Nunzio Cassata, giovane palermitano che, trasferitosi a Milano, nel 1920 fonda l'azienda. Il primo prodotto è un successo: il Bianchetto White per scarpe, per mantenere le calzature immacolate come imponeva la moda del momento.

All'inizio degli anni '50 il fondatore passa il testimone al figlio Salvatore che si avvale di una strutturata competenza in ambito chimico. Dopo la Guerra, la casa ha ripreso un ruolo centrale nella vita delle famiglie e la gamma Nuncas viene ampliata con due nuove linee, la cera per pavimenti Livax, ancora oggi sugli scaffali di tutta Italia, e Glicetta, crema per mani.

Anni '60. Vengono lanciati prodotti all'avanguardia: la pasta lavamani per tipografi, il deodorante spray per gli ambienti, il primo ammorbidente, il detergente per vetri e specchi, la cera spray per mobili e l'esclusivo detersivo per materiali sintetici. Anni '80. Nuncas si è lasciata alle spalle lo status di laboratorio artigianale. Rosy Cassata, figlia di Salvatore, fa il suo esordio in azienda sviluppando un prodotto per la profumazione dei cassetti. Qualche anno più tardi sposa Luca Manzoni che nell'85 entra in azienda e accelera il processo di trasformazione di Nuncas in un'impresa industriale dinamica ed evoluta.

2000. Sono gli anni della modernizzazione e razionalizzazione dell'azienda, dei processi produttivi, della creazione e commercializzazione di prodotti per nuove esigenze come la linea per la profumazione degli ambienti e la protezione dei tessuti, la Nuncas Profumi, guidata da Rosy Cassata. Nel 2008 viene inaugurata la nuova sede: è il primo impianto in Lombardia, e tra i primi in Italia, totalmente sostenibile e in grado di produrre l'energia di cui si serve.

Oggi Nuncas è un'azienda all'avanguardia, efficiente, moderna e attenta al proprio impatto ambientale; un marchio ben riconosciuto in Italia e in Europa. Una realtà per cui qualità produttiva, passione e cura dedicate alla ricerca e allo sviluppo di nuove referenze, costituiscono il quotidiano.

al nostro prodotto un'anima diversa da tutti gli altri - spiega la neo Cavaliere del Lavoro - l'idea del profumo è di mio padre, che mi ha dato molta fiducia assecondando la mia natura femminile. Vogliamo profumi inebrianti e per averli siamo stati i primi a importare essenze dall'estero, profumi di alta profumeria, anche se questo si riflette poi sul costo finale del prodotto. Io ho cercato sempre di andare un po' controcorrente, non ho mai guardato a quel che facevano gli altri, faccio di testa mia. Anche perché il profumo è insidioso: è facile profumare prodotti che puliscono poco, ma noi vogliamo prodotti altamente performanti e anche profumati. E ottenere questo è molto più difficile”.

La vastità e la varietà della gamma di prodotti è sterminata (vedi box), il processo di creazione e sviluppo è a ciclo continuo. È così che Nuncas si mantiene su un altro livello rispetto a chi produce prodotti per pulire casa. “Mi piace l'immagine di un ballerino che in modo armonioso e apparentemente senza sforzo compie evoluzioni complesse e faticose una di seguito all'altra”. Per quel che riguarda la distribuzione, Nuncas ha saputo differenziare i canali,

con un e-commerce proprietario, una rete distributiva che opera in partnership con l'azienda e una capillare presenza in GDO, retail e punti vendita specializzati, in Italia e in Europa, soprattutto in Francia, Spagna, Belgio, Olanda. Per dare la cifra delle partnership, in Francia Nuncas è distribuita nelle prestigiosissime Gallerie Lafayette e a luglio è stata consolidata la presenza nella penisola iberica aumentando il numero di prodotti sugli scaffali di El Corte Inglés, la prestigiosa catena spagnola di grandi magazzini numero uno della distribuzione in Europa per volume d'affari. Sono imminenti accordi per la distribuzione anche in Germania e in UK, a dimostrazione che ormai lo scenario di riferimento è sempre più a dimensione continentale.

A Milano è stata aperta recentemente la prima boutique, un luogo dal design accogliente e moderno dove trovare tutta la sterminata gamma di prodotti Nuncas.

Altro caposaldo di Nuncas è la tutela dell'ambiente, nel DNA dell'azienda sin dalle sue origini. Anche questo fa parte, in realtà, della ‘cura italiana’, dell'essere in armonia con l'ambiente circostante. Oggi più che mai la sostenibilità è un

valore guida, che si traduce in significativi investimenti in ricerca per affinare l'eco-compatibilità dei prodotti, anche in coerenza con gli obiettivi dell'Unione Europea in materia di salvaguardia della biosfera e dell'obiettivo Emissioni Zero al 2030.

La sede di Settimo Milanese inaugurata nel 2008 è stato il primo edificio in Lombardia e uno dei primi in Italia in grado di produrre l'energia di cui si alimenta e quindi di non emettere Co2 in atmosfera.

I prodotti vengono sviluppati col minor impatto ambientale possibile: si parte dalle materie prime, selezionate secondo criteri di tossicità e di alta qualità; si prosegue con gli ingredienti alla base delle profumazioni, naturali e anallergici; fino ai flaconi in plastica riciclata. Anche i cartoni per l'imballaggio sono in carta riciclata.

Nella formulazione dei prodotti Nuncas sceglie quelli completamente e rapidamente biodegradabili, derivati da fonti rinnovabili principalmente di origine vegetale, caratterizzati da alto ‘Indice di circolarità’ (come le stoppie del granoturco), non inquinanti l'atmosfera, non dannose per gli ambienti acquatici e marini, non cancerogene, mutagene o tossiche per la salute dell'uomo.

Nuncas ha inoltre una Linea Vegetale di prodotti per la pulizia con 100% attivo di origine vegetale, rapidamente biodegradabili e ipoallergenici. Oltre al contenuto, anche il packaging è stato modificato attraverso l'utilizzo di materiali in plastica polietilene completamente riciclata. scelta che nel 2013 è valsa all'azienda il Packology Award di CONAI come primi innovatori del settore. Linea Vegetale ha ricevuto anche la certificazione Ecobabel, l'attestazione di ‘qualità ecologica’ dell'Unione Europea che premia i prodotti e i servizi migliori dal punto di vista del loro impatto ambientale.

“Il flacone è di plastica riciclata e riciclabile. Stiamo attivando un processo per cui entro il 2024 i flaconi saranno 100% riciclati e riciclabili. Saremo in anticipo di 16 anni sulle normative europee”.

Nuncas inoltre - a riprova di quanto il tema sia caro all'azienda - ha in organigramma il CSR Manager, che è una figura apicale ed è ricoperta proprio da Aurelio Manzoni membro della famiglia proprietaria del marchio. Un evidente segno della serietà degli investimenti in responsabilità sociale messi in atto da Nuncas.

Il portfolio prodotti che traccia il solco per il settore

Descrivere la varietà e vastità della gamma di prodotti Nuncas è quasi impossibile. Il portfolio spazia dai prodotti per la casa (interno ed esterno, tutti i tipi di superficie) a quelli per il bucato e i tessuti, dai profumatori e deodoranti per finire con la sezione dedicata alla cosmesi.

Ci sono intere categorie merceologiche portate nei laboratori di Mazzeo di Rho e altre in cui la ricerca Nuncas ha fatto compiere passi da gigante. Di quest'ultima fanno parte, ad esempio, la linea piccolo bucato e quella anti-tarme, frutto del miglioramento continuo apportato negli anni alle prime formulazioni originali.

Nuncas vanta, invece, la paternità delle linee per i pavimenti profumati, la linea profuma biancheria, la linea lana e quella sportswear. Queste ultime due ben rappresentano il modus operandi di Nuncas. “Per la cura della lana, tipicamente si pensa a un detergente - spiega Luca Manzoni, Presidente Nuncas - ma il detergente fa solo il 30% del lavoro, il restante 70% è tutto ciò che serve per il mantenimento della fibra nel tempo, quegli ingredienti che conservano e proteggono la fibra dall'effetto negativo che il detergente ha sulla lanolina”. Per questo Nuncas offre due prodotti - Wool1 e Wool2 - da combinare insieme in lavatrice per capi in lana da lasciare in eredità ai figli. Stesso principio ha guidato lo sviluppo dei prodotti per l'abbigliamento sportivo, indumenti da lavare a basse temperature ma che devono essere ben igienizzati. Nuncas ha messo a punto un'altra accoppiata efficace: un prodotto lava a 30 gradi, l'altro elimina la proliferazione batterica causata dal sudore. Questo approccio, che è quello della chimica disaggregata, è stato ulteriormente sviluppato insieme a un partner decezione, Haier, leader negli elettrodomestici di alta qualità. Il risultato è un sistema che garantisce risultati di lavaggio migliori con minimi consumi: è stato battezzato WashPass e permette alle nuove lavatrici smart di Haier di mescolare quattro differenti ingredienti da altrettante tanichette, miscelandoli grazie al supporto dell'intelligenza artificiale in porzioni variabili in base al tessuto da lavare. Il futuro avanza ma Nuncas, come al solito, lo aspetta un passo più avanti.

matore: vengono analizzati i mercati, ricercati nuovi materiali, studiati i nuovi trend di arredamento della casa e le segnalazioni dei clienti. Terminata la fase di studio, i chimici del laboratorio danno vita alle formulazioni del prodotto, ottenute attraverso la ricerca degli ingredienti più innovativi, performanti ed ecosostenibili. Le formulazioni devono poi superare una rigida serie di test e approfondite verifiche. Il prodotto va quindi in produzione e si scelgono flaconi, packaging, colori ed anche, con molta cura, il profumo. Il profumo è sempre stata la firma di Nuncas. “È importante identificare una nota olfattiva esclusiva, che dia



La Linea Vegetale, prodotti per la pulizia con 100% attivo di origine vegetale, rapidamente biodegradabili e ipoallergenici

■ **CARTIERE CARRARA** / Tra i principali attori nel mondo della carta tissue in Europa, con produzione 100% italiana orientata alla sostenibilità, capace di generare un impatto positivo su ambiente e persone

La carta che pianta alberi compie 150 anni

“La nomina a Cavaliere del Lavoro è un riconoscimento che mi accomuna a mio padre Mario e per questo mi rende ancora più orgoglioso. Per noi la carta è una storia di famiglia”

Massimo Carrara, nominato Cavaliere del Lavoro nel 2018, oggi è Presidente di Cartiere Carrara, storica azienda toscana produttrice di carta tissue che proprio quest'anno ha tagliato lo storico traguardo di 150 anni di attività.

L'azienda, che oggi conta oltre 800 dipendenti e 7 poli produttivi, dal nord al sud dell'Italia, per un fatturato 2022 di 500 milioni, nasce nei dintorni di Pescia, in provincia di Pistoia. Qui, già a metà del 1300, si trovano le prime testimonianze di produzione di carta, ricavata dagli stracci secondo le tecniche artigiane ereditate dagli arabi e modellate sulle necessità del mercato locale. Le prime testimonianze del nome Carrara nel mondo della carta risalgono al 1790, quando il compito di sovrintendere alla produzione di carta con il titolo di 'ministro di cartiera' viene affidato a Jacopo Carrara e nei decenni successivi, questo cognome continua a comparire grazie a parenti e discendenti nei registri delle cartiere della zona. Nel 1873, Giuliano Carrara apre una cartiera



Massimo Carrara e il Presidente della Repubblica Sergio Mattarella

a Boschi di Chievi, a Pietrabuona: un edificio a tre piani, sulle rive del fiume Pescia, per garantire alle macchine acqua ed energia a sufficienza per la produzione. La materia prima diventa la paglia, più facilmente reperibile e in grado di assicurare una migliore qualità del prodotto finale. Due guerre mondiali e tre generazioni dopo, sono Mario, Giuliano e Tullio Carrara a rilevare un nuovo impianto a San Felice. Inizia l'investimento nella produzione di carta igienica. L'azienda si espande con nuovi stabilimenti a Castelnuovo e Capannori e nel 1980 le diverse cartiere si riuniscono in Cartoinvest, una holding industriale che cresce esponenzialmente di anno in anno, spostando i confini del proprio mercato e arrivando alla fine degli anni '90 a contare 12 società in Europa. Nel 1987, Cartoinvest diventa licenziataria esclusiva per l'Europa del

marchio Kleenex. Nel 2002, Cartoinvest viene ceduta al gruppo svedese SCA: la famiglia Carrara continua a mantenere la proprietà della Cartiera Carma e della Cartiera San Felice, mentre il resto degli stabilimenti saranno guidati da SCA per alcuni anni. Nel 2005, però, i figli di Mario Carrara, anche lui Cavaliere del Lavoro dal 1994, guidati da Massimo, decidono di ripartire dalle attività escluse dalla cessione, riacquisendo negli anni alcuni degli stabilimenti appartenuti a Cartoinvest. Nel 2016 le società Cartiera Carma e MC Tissue convergono in Cartiere Carrara spa, mentre nel 2020, grazie all'acquisizione del gruppo Calderoni, nasce il gruppo Cartiere Carrara, che oggi produce ogni anno 300mila tonnellate di carta made in Italy che arrivano in 50 Paesi nel mondo ed è presente nel mercato professional con i brand Bulkysoft,

Carind, Bliss e in quello consumer, con i brand Tuscany - La Bellezza della carta, Bulkysoft e MAXI la supercarta, Massimo Carrara è stato un vero precursore della sostenibilità e in occasione di questo importante anniversario ha deciso di lanciare il “Manifesto per la sostenibilità” 2030 di Cartiere Carrara, dieci capisaldi che poi entreranno a far parte del prossimo piano industriale: dalla cura e la tutela dei diritti delle persone alla prosperità della comunità e del territorio, dalla circolarità e rigenerazione al risparmio energetico e alla riduzione delle emissioni.

L'azienda, che investe in tecnologie innovative e da sempre è attenta all'ambiente, dal 2020 sostiene in prima persona la riforestazione del territorio toscano, attraverso il progetto “La carta che pianta alberi” che sviluppa due iniziative completamente autofinanziate e realizzate su territori di proprietà. “Kilometroverde Lucca” e “Piantagioni policicliche” hanno consentito di piantare a Capannori, nell'area vicino

al polo produttivo, 11mila alberi, con l'obiettivo di metterne a dimora 150mila entro il 2030.

Con il progetto Kilometroverde Lucca, sviluppato con la collaborazione di Rete Clima, un tratto di un chilometro lungo il lato sud dell'autostrada A11 compreso fra Lucca e Capannori, è stata ripopolata con specie arboree e arbustive autoctone, ricostruendo un tipico bosco toscano, la cui diffusione si è molto ridotta negli ultimi decenni a causa dell'espansione agricola e industriale. Nell'area di Badia Pozzeveri, non lontano dal polo produttivo di Capannori, ha preso invece vita, in collaborazione con Compagnia delle Foreste, il progetto delle Piantagioni Policicliche, con la supervisione di una serie di piantagioni a ciclo continuo, in cui convivono alberi e arbusti con tempi di crescita e di taglio diversi, in modo che sia garantita una copertura naturale costante nel tempo.

“L'eredità di questi primi 150 anni porta con sé grande orgoglio e una responsabilità altrettanto importan-

te. L'azienda - afferma il cavaliere del lavoro Massimo Carrara - ha attraversato territori ed epoche, è passata attraverso trasformazioni che ne hanno mutato l'aspetto, le direzioni di sviluppo, persino il nome. Ma la sua identità profonda è rimasta la stessa. Noi siamo sempre dalla stessa parte: oggi posso dirlo con sicurezza perché credo nella coerenza di un'azienda che ha saputo adattarsi alle sfide con versatilità, ma che ha sempre avuto chiari i propri punti fermi. Il rispetto per le persone e per il loro lavoro, una visione coinvolta e partecipata dell'essere imprenditori, il voler considerare la bellezza come un valore in ogni scelta, perché nella bellezza si lavora e si vive meglio”. “Penso sia soprattutto per questo - prosegue - che Cartiere Carrara è cresciuta anche quando il mondo rallentava, e che sta attraversando il proprio cambio generazionale, con la sicurezza di chi sa che per rimanere davvero se stessi bisogna saper cambiare. Oggi insieme a me in azienda ci sono i miei figli Mario, Vicepresidente di Cartiere Carrara e Matteo e insieme a loro abbiamo avviato un percorso di trasformazione e rinnovamento della nostra organizzazione interna con l'ingresso nella compagine aziendale di alcune figure manageriali esterne alla famiglia e questa è sicuramente una tappa importante per consolidare il ruolo di Cartiere Carrara come player di riferimento del settore per i prossimi anni”. “Il futuro che ci attende è una magnifica opportunità. Cogliendola come certamente sappiamo fare, potremo portare 150 anni nel futuro e farli diventare qualcosa di ancor più grande, non a caso - conclude Massimo Carrara - il payoff di Cartiere Carrara è “Caring for what's next”.



Logo celebrativo dei 150 anni di Cartiere Carrara



Stabilimento di Cartiere Carrara a Capannori (Lu)

■ **GRUPPO CHIORINO** / Sotto la guida di Gregorio Chiorino dal 1982, l'azienda ha conosciuto un lungo periodo di crescita grazie alla scelta di puntare sull'innovazione e sul capitale umano

Un successo radicato nel territorio e proiettato nel mondo

Una storia imprenditoriale che ha saputo coniugare rivoluzioni tecnologiche, pazienza e un'attenzione molto particolare alla sostenibilità ambientale, sociale ed economica

Il gruppo Chiorino è, oggi, tra i primi operatori al mondo nella produzione e commercializzazione di nastri di trasporto e di processo e di cinghie di trasmissione per diversi settori di applicazione, con posizione di indiscussa leadership in alcune nicchie di mercato. Un successo imprenditoriale nostrano, che è tanto ben radicato nel suo territorio di origine quanto diffuso a livello internazionale.

A guidare il gruppo da oltre quarant'anni è Gregorio Chiorino - nipote del fondatore Lorenzo Chiorino che aprì a Biella una conceria per la produzione di articoli in cuoio da cui tutto ebbe inizio nel lontano 1906 - che è stato appena nominato Cavaliere del Lavoro 2023 dal Presidente della Repubblica Sergio Mattarella.

Un riconoscimento a chi ha saputo far crescere la propria azienda fino a portarla alle dimensioni attuali. Gregorio Chiorino ha sempre creduto nell'innovazione e nel cambiamento continuo grazie a cui è stato possibile creare un gruppo multinazionale che opera producendo a Biella rotoli di nastri trasportatori che vengono poi trasformati in anelli dalle 22 società affiliate nei cinque continenti. Complessivamente oggi sono 38 gli stabilimenti Chiorino che occupano oltre 50mila mq produttivi siti in prossimità dei clienti finali, che confezionano i nastri chiusi ad anello, pronti ad essere installati sulle linee di produzione degli oltre 20mila clienti, che sistematicamente richiedono soluzioni ingegnerizzate per il trasporto di prodotti per soddisfare le loro esigenze applicative.

La svolta, come racconta il Cavaliere, è avvenuta in un periodo difficile intorno agli anni '70.

“Guardando indietro, il punto fon-



Lo stabilimento di Biella



Gregorio Chiorino, Presidente e Amministratore delegato di Chiorino

per dare un futuro a questa azienda? Da qui è nata quella è stata definita una metamorfosi, che ci ha visto cambiare gradualmente ma completamente le tecnologie produttive, i macchinari e clienti di riferimento ma mantenendo occupati i vecchi dipendenti”.

Una trasformazione che è durata un decennio e che è costata molta fatica. Un momento decisivo, imprenditorialmente fondamentale. “Capannone per capannone, anno dopo anno, abbiamo trasformato tutto quello che avevamo con nuovi macchinari e nuove tecnologie, e portato gli stabilimenti di Biella ad occupare una superficie produttiva di 35.000 mq”. Fatta la prima metamorfosi, la seconda sfida è stata quella della distribuzione proprietaria, del rendersi conto che per poter fare bene il proprio mestiere era necessario arrivare direttamente al cliente finale, disponendo di un'organizzazione commerciale composta non più da rappresentanti, ma da propri venditori diretti, che oggi sono 140, coordinati dalla Direzione commerciale di Biella, che vendono i prodotti

Chiorino con lo stesso codice articolo ai clienti finali in tutto il mondo. Da lì è partita la scalata internazionale, con l'apertura costante e progressiva di filiali e centri di confezionamento in ogni angolo del mondo, dagli USA all'Asia, dall'Australia al Sud Africa.

Un altro dei motivi del successo di Chiorino è il legame molto stretto tra azienda e lavoratori. Lavoratori che sono stati il punto fermo della trasformazione degli anni '70-'80 e che da allora sono aumentati, passando dai poco più di cento del 1982 agli oltre mille di oggi.

“La nostra storia inizia nel 1906, e siamo sempre stati nello stesso territorio. Il benessere è anche un cul de sac dal punto di vista geografico: qui non si passa per andare da nessuna parte. Il senso di appartenenza è, quindi, altissimo e noi lo ricambiamo con welfare, con l'attenzione verso il benessere di chi lavora con noi. E così facendo, il senso di appartenenza si è trasferito anche alle nuove generazioni, chi viene a lavorare qui non se ne va, resta per tutta la carriera, l'ambiente di lavoro è molto

positivo”.

Nel caso di Chiorino non si tratta di dichiarazioni di facciata. Per fare solo un esempio del legame tra dipendenti e management, basta forse la reazione di Gregorio Chiorino alla notizia di essere stato insignito del cavalierato del lavoro. Il giorno seguente, arrivato in sede, convoca la rappresentanza sindacale e riconosce a ogni dipendente un bonus da mille euro.

“Un modo che trovo normale per festeggiare questo successo - commenta - lo rappresento l'azienda, ma sono loro che sono l'azienda”.

Le persone hanno un ruolo strategico all'interno del Gruppo: significativo è l'impegno continuo in salute e sicurezza sul lavoro, con piani di prevenzione medica per tutti i dipendenti, in programmi di formazione, in piani di welfare per dipendenti e collaboratori.

Chiorino fa della sostenibilità - a livello ambientale, sociale ed economico - la condizione imprescindibile per restare soggetto economico leader responsabile in contesti sempre più sfidanti. Il Gruppo da anni por-

ta avanti il suo impegno in ambito ESG (Environmental, Social and Corporate Governance) adeguandosi ai più stringenti standard internazionali per migliorare le proprie performance e producendo energia elettrica tramite i pannelli solari. A tal proposito va menzionata la prestigiosa certificazione EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) che Chiorino ha ottenuto nel 2005, per prima ed unica tra i players del suo settore di riferimento.

L'attenzione all'ambiente si traduce anche nello sviluppo di soluzioni che supportino la eco-sostenibilità a 360 gradi, consentendo anche al cliente finale di ridurre i consumi energetici, limitare gli sprechi e salvaguardare le risorse naturali. La sicurezza e la minimizzazione dei rischi sono tra le leve strategiche utilizzate dall'azienda per lo sviluppo di nuovi prodotti, in particolare per i nastri impiegati in ambito alimentare, che sono certificati conformemente alle più recenti e stringenti normative europee ed internazionali.

I risultati sono ben raccontati dai bilanci: Chiorino ha chiuso il 2022 con un fatturato consolidato di 168 milioni di euro, di cui l'80% in esportazioni. Il Gruppo ha un ruolo internazionale significativo nella produzione e distribuzione di soluzioni ingegnerizzate per l'automazione e la movimentazione industriale ed è pronto per continuare a scrivere belle pagine di storia industriale per il futuro.

“Il futuro per noi è tracciato - chiosa il Cavaliere - migliorare la distribuzione nazionale e internazionale. Abbiamo in vista la quotazione in Borsa e il rafforzamento del gruppo industriale tramite un'accelerazione delle acquisizioni. Vogliamo rafforzare la leadership nel settore”.

■ GRUPPO EL.EN SPA / Dal settore medicale a quello artistico e culturale, è leader nel settore dei laser, tecnologia ad altissima precisione che grazie alla ricerca rivela tutta la sua multidisciplinarietà

Da oltre 40 anni l'impegno verso un'innovazione d'avanguardia

Alla guida del colosso fiorentino Gabriele Clementi, nominato Cavaliere del Lavoro nel 2016: "Una vita intera dedicata al lavoro e all'azienda"



L'installazione di Dani Karavan nel cielo notturno di Firenze

L'eccellenza del laser parla italiano e fa scuola in tutto il mondo grazie a un'azienda fiorentina: le tecnologie negli ambiti delle soluzioni medicali (sia terapeutiche che estetiche), industriali e nella conservazione e nel restauro del patrimonio storico e artistico sono in-



Gabriele Clementi, Presidente del Gruppo

fatti tra i fiori all'occhiello del Made in Italy. Nel già ricco panorama nazionale delle eccellenze che ci vedono primeggiare a livello mondiale, spicca su tutti il caso del Gruppo EL.En Spa. L'azienda, nata 42 anni fa a Firenze è oggi capofila di un gruppo di imprese operative in più campi e in vari mercati: quotata in Borsa, forte di migliaia di dipendenti impiegati in circa 30 stabilimenti in tutto il mondo per un fatturato di oltre 670 milioni di euro, l'azienda ha da sempre al proprio timone Gabriele Clementi, ingegnere toscano nominato Cavaliere del Lavoro insieme ad altri 25 imprenditori in occasione della ricorrenza della Festa della Repubblica del 2016. Onorificenza conferita dal presidente della Repubblica Sergio Mattarella a coronamento di "una vita intera dedicata al lavoro e all'azienda" - commenta lo stesso ingegnere Clementi -, un impegno indubbiamente stimolante ma al contempo laborioso che si... non mi ha lasciato spazio per altre attività, ma mi ha permesso di raggiungere gli obiettivi che mi ero posto fin dall'inizio e dona quindi piena soddisfazione. La stessa

che oggi auguro a tutti i giovani studenti desiderosi di incamminarsi su svariati sentieri professionali, tutti utili non solo al conseguimento delle proprie carriere ma al miglioramento della società in cui viviamo". Al crocevia tra filiere anche molto differenti tra loro, capace di rispondere alle esigenze di comparti ultra-specializzati come quello medicale o conservativo oltre che industriale, EL.En (acronimo di Electronic Engineering) si contraddistingue per il focus sull'ingegnerizzazione del prodotto finale. "Puntiamo da sempre alla messa in produzione e allo sviluppo di prodotti altamente performanti e vincenti in ciascuna delle applicazioni in cui interveniamo con la nostra tecnologia: si pensi ad esempio alla microchirurgia o al complesso quanto affascinante mondo del restauro delle opere d'arte dei più grandi maestri della nostra civiltà". Del gruppo fiorentino sono infatti i laser utilizzati per restituire splendore ai capolavori di tutti i tempi, tra cui le opere di Michelangelo e Raffaello: la tecnologia utilizzata, ad altissima precisione, coniuga la filosofia del Gruppo orientata verso nuove sfide

con il recupero della tradizione artistica del passato. E la ricerca? "Ci affascina e la seguiamo con attenzione. Come EL.En abbiamo scelto fin dall'inizio investire pesantemente in Ricerca e Sviluppo, collaborando anche con le eccellenze del settore tanto in Italia quanto all'estero. Nel nostro paese, ad esempio, ricordo le grandi e importantissime collaborazioni con realtà di spicco come il CNR, l'Enea e ovviamente gli Atenei del panorama nazionale, a cominciare dalla stessa Università di Firenze, a cui peraltro apparteneva il compianto professor Leonardo Masotti, con cui il 22 aprile del 1981 sono state gettate le fondamenta dell'azienda che oggi dirigo". Benché EL.En Spa sia considerata oggi internazionalizzazione all'ennesima potenza (le controllate, in compartecipazione o al 100%, sono oggi dislocate in Francia, Germania, Brasile, Usa, Giappone e Cina), il fondatore e presidente del Gruppo non dimentica mai la centralità dell'Italia, dove l'azienda è nata. "Se da un lato, a livello di gruppo, la percentuale di incidenza del mercato italiano si attesta oggi sul 10-15%, il primato della vita scientifica

e applicativa rimane saldamente qui, nel nostro paese. Guardiamo insomma al futuro con un cuore profondamente italiano. Ma lo sguardo oltre i confini è aperto e si sta dimostrando vincente. Un grosso impulso, ad esempio, lo stiamo ricevendo dalla Germania dal punto di vista medicale con le sue eccellenze nel comparto ottico; così come, per quanto riguarda la parte industriale, cresciamo grazie agli investimenti in Cina". Punto di forza del gruppo è infatti la diversificazione e l'apertura ai mercati internazionali. È proprio grazie a queste caratteristiche che EL.En Spa ha potuto cogliere le sfide e porsi come realtà imprenditoriale "in continua espansione" - aggiunge Clementi -. La capacità di bilanciare le problematiche che di volta in volta piombano inevitabilmente sui mercati - vuoi per la crisi dei mutui, vuoi per l'emergenza Covid e vuoi ora per la

crisi della globalizzazione trainata dalla rottura con la Russia, che a sua volta sta condizionando anche i rapporti con la Cina - trova anzi proprio nella diversificazione la spinta per superare gli ostacoli e affrontare il domani". Un futuro che secondo Gabriele Clementi "è nella tecnologia, nella voglia di innovazione, nel lavoro inteso come elemento costruttivo della società". Traguardati i primi 42 anni di attività, il fondatore del Gruppo ora vuole investire anche sulla continuità di governance. "Sarà vitale, per il futuro dell'azienda, saper proseguire sulla strada tracciata senza mai rinnegare i principi fondatori e al contempo accogliendo le nuove sfide. Auspico a questo proposito di riuscire a individuare, per la grande famiglia EL.En, persone capaci di coniugare tradizione e innovazione, passato e futuro. È questo oggi il mio progetto più importante".

Una storia di eccellenze

Laureato in ingegneria elettronica a Firenze, Gabriele Clementi (nato a Incisa in Val d'Arno nel 1951), si mette subito in proprio avviando nel 1976 un'impresa di costruzioni elettroniche attiva nella progettazione e vendita di sistemi di controllo per telai da maglieria. Nello stesso periodo, collabora con l'Istituto di idraulica della sua Facoltà e progetta sensori per rilevare la torbidità delle acque con trasduttori all'infrarosso e a ultrasuoni. Nel 1981 dà vita alla società "EL.En", che si impegna in numerosi progetti nel settore del laser e degli alimentatori di potenza, tra i quali il sistema di controllo del cannone elettronico montato sullo Space Shuttle in occasione dell'esperimento "Tethered Satellite". È negli anni Novanta che arriva la prima svolta, quando intraprende una politica di espansione sui mercati internazionali. Tra il 1990 e il 1992 viene costituita la DEKA per la distribuzione di apparecchi biomedicali; la Lasit per la produzione di sistemi laser industriali di marcatura; e la Cutlite Penta per la produzione di sistemi laser industriali di taglio. Nel 2002 "EL.En" cresce ancora e acquisisce il controllo dell'americana Cynosure Inc. Due anni più tardi è il turno di Quanta System Spa e di Asclepion Laser Technologies GmbH. Oggi il Gruppo produce sistemi laser ad alta tecnologia ed è organizzato in tre divisioni: medicale per medicina estetica; industriale con attività di marcatura, taglio e saldatura di lamiere; conservazione dei beni culturali con attività di pulitura e restauro di opere d'arte. Dal 2000 EL.En è quotata nel segmento Star della Borsa di Milano.

SELEX
GRUPPO COMMERCIALE

Il nostro impegno verso i cittadini e il territorio.

Siamo un importante Gruppo italiano della distribuzione moderna organizzata con un fatturato di 18,2 Miliardi ed un Market share del 14,8%*.

Entrando nei punti vendita delle nostre insegne prendete parte al nostro percorso sostenibile. Un cammino fatto di scelte consapevoli e azioni concrete, in cui la sostenibilità è sempre al centro.

- 7 Milioni di euro investiti a sostegno delle Comunità
- 2 Milioni di prodotti donati contro lo spreco alimentare
- l'80% delle confezioni dei nostri prodotti a marchio sono sostenibili



famila A&O GEMISFERO GALASSIA MERCATO Ali il gigante pan

dok eMI GROS SI con.le CADORO elite italmark ilCentesimo gala

Oasi Gulliver tigre MEGA FAMILY Sole365 HarDis MAX YURRA D più

*al 31/12/22



Scopri il nostro 10° Bilancio di Sostenibilità

■ FONDAZIONE FASHION RESEARCH ITALY / Nata nel 2015 su impulso del Cavaliere Alberto Masotti, l'istituzione conserva pezzi importanti della storia del fashion e li mette a disposizione delle Pmi del settore

Se il futuro s'ispira al passato, l'importanza dell'heritage nella moda

5.000 volumi collegati alla ricerca creativa per la moda e 30.000 disegni su carta e tessuto dalla metà del XIX secolo agli anni '30 del '900. E poi: consulenza e formazione superiore



La sede di Fondazione Fashion Research Italy a Bologna

La moda: un settore che caratterizza il nostro Paese in modo unico, un biglietto da visita internazionale che è lo specchio della nostra cultura, delle conoscenze e del gusto per le cose belle. Un mondo complesso dove la modernità e l'innovazione vanno a braccetto con la tradizione e dove l'importanza di trasmettere alle nuove generazioni un "sapere" tessuto nel tempo, è parte integrante della sfida che le imprese impegnate nel Fashion System si trovano ad affrontare quotidianamente. Proprio partendo da queste riflessioni è nata l'intuizione del Cavaliere Alberto Masotti, già patron del Gruppo La Perla, con la creazione di Fashion Research Italy, una Fondazione no profit, con sede a Bologna, costituita nel 2015 ed impegnata in vari ambiti, dalla valorizzazione del patrimonio storico della moda italiana, con un occhio di riguardo al territorio emiliano-romagnolo, alla formazione ed alla innovazione attraverso servizi per le imprese.

Come ha sottolineato Masotti, il valore del Made in Italy passa attraverso la creatività, la qualità e la fattura, intesa come massima espressione dell'artigianalità tradotta in cultura d'impresa: ecco quindi l'idea di mettere a disposizione delle Pmi un bagaglio di esperienze ed un prezioso archivio di 5.000 volumi collegati alla ricerca creativa per la moda e 30.000 disegni su carta e tessuto. Pezzi unici antichi e moderni, provenienti prevalentemente dal mercato antiquario francese e che vanno dalla metà del XIX secolo agli anni '30 del '900, completamente digitalizzati e messi a disposizione di uffici stile, designer e studiosi in cerca di ispirazione per le proprie collezioni. Un patrimonio importante, rappresentativo di stili ed epoche diverse, che, nel caso del textile design comprende tutto quanto è stato raccolto in oltre 40 anni da un importante converter milanese e acquisito dalla Fondazione Fashion Research Italy (FFRI) per preservare e ricostruire

i processi produttivi e la storia di una parte del Made in Italy, tra la fine degli anni '70 e la metà degli anni 2000, grazie ai lavori dei più famosi studi di grafica internazionali per nomi di spicco come Max Mara, Moschino, Prada, Valentino, Versace.

Un archivio che comprende carte prova, libri campionario, volumi che raccolgono le varianti colore, testimonianze del lavoro delle stamperie tessili e specchio dell'evoluzione della moda e dello stile, in grado di raccontare la società e i suoi cambiamenti. Il Fondo Renzo Brandone, dal nome del suo ex proprietario, comprende una fonte inesauribile di spunti creativi per tutti coloro che lavorano nella moda e nel design e che, attraverso un'impegnativa opera di digitalizzazione, sono ora a disposizione di chiunque ne faccia richiesta, secondo un principio di condivisione al quale la Fondazione è molto legata. Il motivo è molto semplice: favorire, grazie anche ad un intenso programma di formazione professionale, la competitività delle manifatture italiane, stimolando il confronto e l'incontro. A partire dall'apertura ufficiale del polo archivistico, didattico ed espositivo, nel 2017, FFRI ha infatti cercato di essere fonte d'ispirazione e aggiornamento per imprenditori, addetti ai lavori e aspiranti tali. La scelta di utilizzare come location un ex stabilimento La Perla è un'ulteriore espressione della valorizzazione della memoria attraverso un fil rouge che attraversa passato, presente e futuro e del quale l'intera comunità può beneficiare. Comunità intesa come cittadinanza, mondo imprenditoriale e studenti che possono infatti trovare nella Fondazione Fashion Research Italy stimoli culturali, creativi e professionali, dalle mostre periodicamente allestite negli spazi espositivi, ai servizi di consulenza per le imprese, per finire con un'intensa attività didattica destinata non solo agli studenti ma anche ai lavoratori, con per-



L'installazione luminosa dalla silhouette femminile, icona di FFRI

corsi di rinnovamento delle competenze che seguono l'evoluzione del sistema. L'importanza dell'heritage, che si concretizza con la custodia delle testimonianze e la promozione del tessile italiano, è un elemento che FFRI persegue con forza, sensibilizzando le imprese a

valorizzare il proprio patrimonio, un asset dai risvolti strategici che spesso non viene colto. Per questo motivo è nato il corso Archivi della moda, destinato a fornire tutte le competenze necessarie a chi dovrà gestire, catalogare e promuovere il patrimonio archivistico di

Stampa su tela, quell'arte artigianale che fiorì in Romagna. La mostra

Preservare le tradizioni, raccontarle, farle conoscere, traghettarle nel futuro celebrandone la storia: questi sono alcuni degli obiettivi principali della Fondazione Fashion Research Italy ed una delle modalità attraverso le quali realizzarli è l'allestimento di mostre. L'ultima in ordine di tempo ad animare gli spazi espositivi della sede bolognese di FFRI è stata "Tradizione futura. La stampa romagnola tra arte e mestiere", nata su espresso desiderio del Cavaliere Alberto Masotti, spinto dalla volontà di celebrare un'artigianalità poco conosciuta ma da lungo tempo radicata in Romagna. Sfogliando vecchie foto di La Perla, gruppo del quale Masotti è stato per decenni il Presidente, sono emersi i ricordi di particolari collezioni realizzate nel 1974 proprio con la stampa su tela: grande la sorpresa nel constatare che l'artigiano che le aveva realizzate era ancora in attività con tutta la sua famiglia. "Avevo trovato un luogo che mi aveva illuminato e vedendo l'arte artigianale della stampa romagnola, ho pensato che questo modo di operare doveva essere preservato, conosciuto, amato da moltissime persone!" ha dichiarato con entusiasmo Masotti spiegando la scelta di organizzare questo evento. "Ho pensato a questi maestri come a un'isola di resilienza e che la Fondazione dovesse impegnarsi per comunicare l'arte e l'eticità del lavoro attraverso una mostra che li illuminasse e li ponesse all'attenzione di tanti".

Ecco quindi che, attraverso una ricca raccolta di manufatti, tessili e strumenti di lavoro, la Fondazione ha provato a raccontare i segreti di una tecnica manuale che è presente in molte civiltà in tutto il mondo ed in Italia è caratteristica di un territorio specifico, la Romagna, dove la stampa "a ruggine" affonda le sue radici nella cultura contadina. Grazie a questa mostra, il pubblico ha potuto apprezzare l'abilità nell'incisione degli stampi in legno di pero a partire dai disegni dell'archivio di textile design di FFRI che hanno accompagnato alcuni dei motivi più classici - come fiori stilizzati, cornucopie, la "baruffa dei galletti", ma anche brocche di vino, tralci di vite e grappoli d'uva, spighe di grano, pigne, zucche, melograni. Un campionario del mondo agricolo che è stato per secoli il cuore profondo della cultura romagnola e che ha trovato la sua rappresentazione artistica proprio grazie al connubio con le più preziose fantasie del fashion italiano, reinterpretate secondo i dettami dell'artigianato artistico e all'arricchimento della originaria gamma cromatica - limitata a pochi colori, verde, blu e il più caratteristico, ovvero il "ruggine", generato dal ferro ossidato con aceto di vino e legato con farina di frumento - con pigmenti naturali dalle tonalità innovative. La vera abilità dell'artigiano stampatore si vede però nel momento in cui gli stampi impregnati di colore vengono posizionati sulla stoffa grezza, canapa, lino o cotone, per poi essere percossi con il mazzuolo e dare vita a quelle decorazioni che il mondo della moda, a partire da La Perla, ma anche FENDI che ha creato una serie speciale della sua iconica "Baguette", ha recentemente riscoperto. Dalle tovaglie delle trattorie romagnole ai simboli del lusso: la tecnica xilografica ha trovato una nuova vita, come la mostra ha saputo evidenziare, con una moltitudine di testimonianze, dai vestiti alle borse, ma anche fermaporta, accessori e molto altro. Particolare risalto ha avuto la sezione dedicata al progetto "Foulard d'artista", una testimonianza concreta della doppia arte da cui traggono origine: le otto stamperie coinvolte, parte dell'Associazione Stampatori Tele Romagnole, hanno infatti decorato altrettanti foulard con tamponi in legno intagliati con motivi dell'archivio tessile di Fondazione FRI. I diversi soggetti sono poi stati trasferiti su seta di Ostinelli Seta e arricchiti dei repertori di ciascuna bottega, in un affascinante incontro tra l'heritage del tessile italiano e la secolare stampa a timbro, dove entrambe escono arricchite.

Il valore della mostra organizzata da FFRI si misura non solo nel promuovere una conoscenza delle eccellenze del nostro Paese e di un territorio, quello romagnolo, al quale spesso non vengono associate connotazioni artistiche di rilievo, ma anche nel costruire ponti tra il passato e il futuro, dimostrando concretamente quanto l'innovazione nel settore della moda possa partire proprio dalla valorizzazione di conoscenze artigianali che possono assorbire nuova linfa dall'incontro con altri stimoli creativi.

una azienda che si occupa di moda. Non solo: FFRI offre anche un servizio di consulenza tecnica e scientifica per le manifatture italiane intenzionate a valorizzare le proprie eccellenze artigiane attraverso lo strumento degli archivi di impresa, essenziale non solo per una brand strategy efficace ma anche per mantenere viva la memoria del percorso storico del marchio, ad uso e consumo di tutti i reparti, per affrontare il futuro con la forza della consapevolezza del proprio passato. L'offerta formativa, che conferisce molta importanza alla pratica, ha l'obiettivo di sviluppare competenze professionali che intercettano le esigenze del mondo del lavoro, in questo avvantaggiata dalla presenza di rappresentanti del mondo delle imprese (con nomi quali Missoni, Bulgari e Loro Piana) che portano case-study concreti e coinvolgono gli iscritti in esercitazioni e project work. Un arricchimento possibile anche grazie a partnership con importanti istituzioni internazionali, tra cui l'Università di Bologna, che ha permesso la nascita del Master di I livello Design and Technology for Fashion Communication. Fondazione Fashion Research Italy è ente accreditato per la formazione superiore ed offre anche il corso di Green Fashion: necessità e strumenti per una moda sostenibile, che si concentra sui temi contemporanei dell'approvvigionamento delle risorse, le certificazioni ed il green marketing, all'interno di un piano formativo di settore che comprende anche in questo caso un programma di consulenza dedicato alle PMI del Fashion System.

Un vero e proprio hub dove aggiornarsi sulle ultime tendenze e i nuovi materiali, guidati da esperti in grado di proporre soluzioni "green", è invece il Punto Sostenibilità, dove un ricco campionario di tessuti, accessori e soluzioni di packaging già industrializzate e disponi-

bili per la produzione, è a completa disposizione sugli scaffali dello showroom ma anche accessibile da remoto, grazie a schede digitali in altissima definizione che ne restituiscono i particolari e tutte le informazioni tecniche, dalla tipologia di fibra, al peso al materiale. La cultura della sostenibilità è diventata irrinunciabile anche nel settore della moda che qui può trovare un polo di ricerca ed innovazione a supporto delle aziende che desiderano ridurre la propria impronta ambientale non solo attraverso l'accesso ad un vero e proprio database di materiali con caratteristiche di sostenibilità, ma anche approfittando di occasioni di approfondimento: il 12 ottobre sarà la volta di Circular Fashion: potenzialità e sfide dell'economia circolare per il settore moda, un confronto tra istituzioni, imprese, professionisti e multiutility sulla raccolta differenziata del tessile, sulla regolamentazione del nuovo modello EPR a livello europeo e sulle prossime sfide di filiera relative all'etichettatura ambientale, al packaging e all'ecodesign.

La visione di Masotti si è tradotta in una realtà dove la volontà di costituire un terreno d'incontro e scambio tra tessuto imprenditoriale e collettività si affianca al sostegno della filiera produttiva della fashion valley e dei giovani. FFRI non è nata come un progetto autoreferenziale ma, al contrario, è al servizio delle piccole-medie-imprese, alle quali fornisce gli strumenti per dare nuovo valore al proprio passato ma con gli occhi rivolti al futuro: ecco quindi che le varie anime, quella espositiva, quella didattica e quella archivistica, sono improntate all'innovazione, con laboratori, aule ed il prezioso archivio che lavorano in sinergia per offrire un punto di vista privilegiato sul mondo della moda.



Il caveau dei tessuti, parte dell'archivio di textile design di FFRI



L'area espositiva che musealizza alcuni dei disegni tessili di FFRI



L&P

Competitività, affidabilità, sostenibilità. In una parola: De Cecco.



Per la quarta volta l'Azienda guidata da Filippo Antonio De Cecco ha meritato il premio "Industria Felix - L'Italia che compete" grazie alle performance gestionali, all'affidabilità finanziaria, alla sostenibilità.

Questa lunga serie di riconoscimenti non è casuale, ma testimonia la fedeltà di De Cecco alla strada intrapresa da quasi due secoli: la costante ricerca della qualità. Non solo la qualità superiore della pasta, grazie a un metodo produttivo unico. Ma anche la capacità di essere affidabili e competitivi, un modo di "fare azienda" che da sempre ci contraddistingue.

www.dececco.com

