

CIVILTÀ DEL LAVORO

Federazione Nazionale



Cavalieri del Lavoro

numero 3 - Luglio 2014

PIÙ EUROPA MA DIVERSA

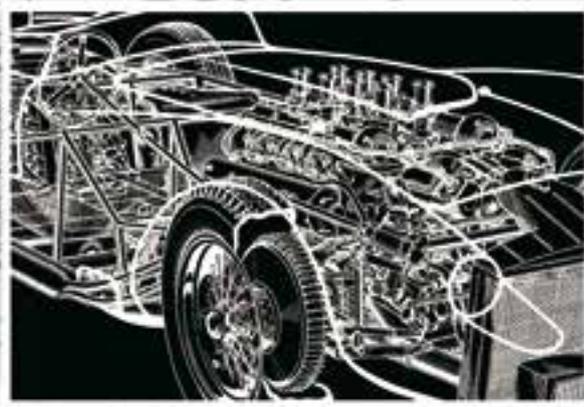
INCHIESTA

Aziende familiari
Il passaggio generazionale

DOSSIER

I 25 nuovi
Cavalieri del Lavoro

DAL 1919 NEL CUORE DELL'AUTOMOTIVE



OMR
AUTOMOTIVE

www.omrautomotive.com



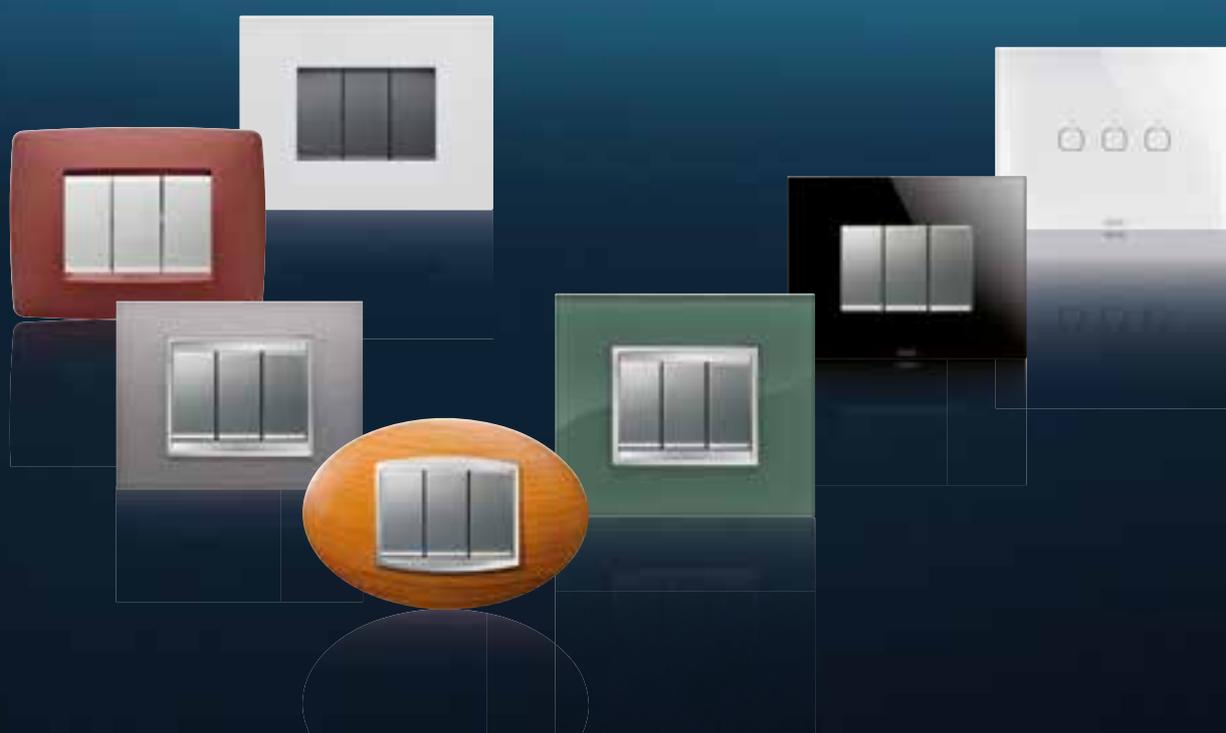
QUEST'ANNO VOGLIAMO OFFRIRE
ALLE NOSTRE ECCELLENZE ITALIANE
qualcosa di più DI UN SOGGIORNO...

*A tutti i Cavalieri del Lavoro e alle loro famiglie
viene concesso un particolare sconto del 15% su tutte le nostre tariffe,
utilizzando lo speciale codice **CAVLAV15** in fase di prenotazione,
direttamente sul nostro sito web www.sinahotels.com
o rivolgendosi ai nostri uffici ai seguenti numeri:*

Tel: +39 06 4870222 Fax: + 39 06 4874778 E-Mail: sina.booking@sinahotels.com

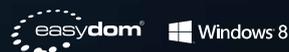


DOMOTICA **GEWISS**.
MOLTEPLICI SISTEMI PER GESTIRE LA CASA.
SCEGLI IL PIÙ ADATTO A TE.





MASTER ICE



MASTER ICE è il nuovo cuore pensante delle abitazioni contemporanee, il fulcro di tutti i dispositivi d'impianto che permettono di governare lo spazio domestico: basta la semplice pressione di un dito per azionare più dispositivi, per visualizzare l'esterno dell'abitazione o per impostare la temperatura in ogni ambiente della casa. Il nuovo navigatore d'impianto è caratterizzato dal display multi touch e da un'interfaccia integrata nell'ambiente operativo di Microsoft® Windows 8.

MOBILE-TABLET

Con la domotica GEWISS è possibile controllare con facilità la casa, anche in caso di assenza. Il sistema domotico GEWISS permette infatti di interagire con l'abitazione da remoto, via internet, utilizzando personal computer, tablet o smartphone, mediante WebApp o App dedicate. Oltre a ricevere segnalazioni, si potranno infatti eseguire comandi e ricevere le immagini provenienti dalle videocamere. Tutto con un semplice click.



NAXOS

Naxos è la nuova famiglia di dispositivi per la supervisione domotica e la videocitofonia in cui qualità, eleganza e tecnologia si integrano alla massima espressione. Le geometrie innovative di Naxos sono state infatti concepite per conferire uno stile raffinato e discreto ad ogni ambiente capace di valorizzare la dimensione architettonica delle abitazioni contemporanee e le scelte estetiche degli elementi d'arredo.



ICE-ICE TOUCH

ICE è la nuova famiglia di placche GEWISS che coniuga il lusso con la tecnologia. Realizzate in vetro e disponibili in tre diverse colorazioni (bianco, nero e titanio), le placche della famiglia ICE rispondono alle esigenze tecnologiche ed estetiche più sofisticate e rappresentano la nuova frontiera del punto luce. I nuovi dispositivi Chorus ICE offrono un'esperienza sensoriale completamente nuova: un'alchimia perfetta che coniuga la purezza del vetro, la delicatezza dei comandi a sfioramento e l'eleganza dei simboli luminosi.

La domotica GEWISS offre la soluzione per ogni diversa esigenza abitativa. Grazie ad un modello in cui ogni componente vive da solo ma dialoga e si completa nell'interazione con gli altri, il sistema domotico GEWISS assicura infinite combinazioni che si ritagliano su ciascuna esigenza individuale, portando in ogni ambiente sicurezza, risparmio energetico, comfort e design.

Main Partner



Official Sponsor



GEWISS
ACCENDE IL DOMANI.

gewiss.com

Partner di progetti
che puntano in alto.

Da oltre 75 anni i prodotti Mapei migliorano la qualità del lavoro in cantieri edili piccoli e grandi. Un impegno concretizzato da 62 stabilimenti nei 5 continenti, 18 centri principali di Ricerca & Sviluppo, oltre 800 ricercatori, una gamma di più di 1500 prodotti ed oltre 200 novità ogni anno. Questi "numeri" fanno di Mapei il primo gruppo internazionale nei prodotti chimici per l'edilizia. **Scopri il nostro mondo: www.mapei.it**



 **MAPEI**[®]
ADESIVI • SIGILLANTI • PRODOTTI CHIMICI PER L'EDILIZIA





Anno LIX - n.3

Civiltà del Lavoro

Periodico della Federazione Nazionale dei Cavalieri del Lavoro

Direttore

Cavaliere del Lavoro Antonio D'Amato

Comitato Editoriale

Presidente: Cavaliere del Lavoro Luigi Roth

Cavalieri del Lavoro: Gian Paolo Artioli, Aureliano Benedetti, Marco Borini, Vittorio Di Paola, Costanzo Jannotti Pecci, Umberto Klinger, Giuseppe Marra, Vittorio Tabacchi

Hanno collaborato a questo numero i Cavalieri del Lavoro: Benito Benedini, Laura Biagiotti, Alberto Bolaffi, Gino Lunelli ed Ernesto Pellegrini

Direzione editoriale

Franco Caramazza

Responsabile edizione

Carlo Quintino Sella

Coordinamento editoriale

S.I.P.I. SpA
Viale Pasteur, 6 - 00144 Roma
Tel. 06-59.031 Fax 06-59.24.819

Direttore responsabile ai fini della legge sulla stampa:
Giuseppe Magri

Coordinamento redazionale

Paola Centi

Redazione

Anna Maria Chiariello, Chiara Santarelli, Silvia Tartamella

Progetto grafico e impaginazione

Crea Identity srl
www.creaindentity.com

Concessionaria Pubblicità

S.I.P.I. SpA
Tel. 06-59.036.78 Fax 06-59.036.79
l.saggese.sipi@confindustria.it

Stampa

Arti Grafiche Boccia SpA
Via Tiberio Claudio Felice, 7 - 84131 Salerno

Foto

Agenzia Sintesi, Archivi Alinari, Contrasto,
Stefano Guidoni, Tips Images

Autorizzazione Tribunale di Roma
n. 4845 del 28-9-1955
Autorizzazione per il web Tribunale di Roma n. 294/2013

Finito di stampare luglio 2014
civiltadellavoro@cavalieridellavoro.it

EDITORIALE

9

**TELEMACO TRA RIFORME
E CRESCITA**

11

IL LABORATORIO LOMBARDO

di Luigi Roth

PRIMO
PIANO

13

**EUROPA IDEE E PROPOSTE
PER L'UNIONE DI DOMANI**

Le conclusioni del Convegno Nazionale
dei Cavalieri del Lavoro a Palermo



16

**UN DIALOGO MIGLIORE
TRA ECONOMIA E POLITICA**

La ricetta per rilanciare il progetto comunitario
dei Cavalieri del Lavoro Ferdinando Beccalli Falco,
Giorgio Squinzi, Franco Bernabè e Gianfelice Rocca



22

**SERVE UN COORDINAMENTO
STRATEGICO**

Le conclusioni del Presidente Antonio D'Amato:
superare la dicotomia tra metodo
comunitario e metodo intergovernativo

AZIENDE FAMILIARI, LA STORIA DEL PAESE GUARDA AL FUTURO



26

UN MODELLO IN EVOLUZIONE

Le aziende familiari hanno saputo resistere meglio delle altre alla crisi. Ora però serve un pizzico di coraggio in più

Intervista a Guido Corbetta di Silvia Tartamella

28

UN PARTNER ATTENTO

Il ruolo dei notai per gestire in modo attento il passaggio generazionale

A colloquio con Maurizio D'Errico

30

TRADIZIONE, TERRITORIO E UN PO' DI FORTUNA

Obiettivi e attività de "Les Hénokiens", il club internazionale che riunisce le imprese con più di 200 anni di vita e guidate sempre dalla stessa famiglia

Intervista a Guido Piacenza di Chiara Santarelli



33

IL SEGRETO DELLE SUCCESSIONI

I Cavalieri del Lavoro Laura Biagiotti, Alberto Bolaffi, Gino Lunelli ed Ernesto Pellegrini raccontano l'ingresso in azienda dei propri "eredi"

41

I NUOVI CAVALIERI DEL LAVORO



VITA ASSOCIATIVA

73

L'AQUILA, UN CONTRIBUTO ALLA RINASCITA

Grazie all'impegno della Federazione Nazionale dei Cavalieri del Lavoro è stato restituito alla città uno dei suoi luoghi speciali, la Chiesa di Santa Maria di Farfa



75

ORGOGLIOSI DI ESSERCI

L'intervento alla cerimonia di riapertura del past president della Federazione, Benito Benedini

76

UN CANTIERE A CIELO APERTO

A colloquio con il sindaco di L'Aquila Massimo Cialente



79

RESTAURARE I SIMBOLI PER RIDAR VITA ALLA CITTÀ

Intervista a Fabrizio Magani, Direttore regionale per i Beni culturali e paesaggistici dell'Abruzzo di Anna Maria Chiariello

Payroll.
Cost analysis.
HR management.
Business intelligence.
Mobile solutions.
HR outsourcing.

In due parole,
energia per aziende.

Quante persone lavorano con te? Cinquanta, cinquecento, ancora di più? Non conta. Inaz ti offre i sistemi per liberare l'energia di ognuna di loro. Il software e le soluzioni più efficaci per l'amministrazione del personale: dalle paghe alle presenze, dai turni agli adempimenti. I sistemi HR più moderni per gestire con intelligenza le persone, per conoscere le loro potenzialità, per prendere decisioni veloci, per entrare nel mondo delle nuove tecnologie. Nel modo che ti conviene di più, con prodotti "chiavi in mano" oppure in outsourcing. Inaz ha dato energia a migliaia di aziende italiane, da sessantacinque anni. Scopri l'energia che puoi dare alla tua azienda su www.inaz.it

INAZ

Human Energy

Bennet, ipermercati e centri commerciali. Un successo creato con passione.

67 ipermercati
8.000 collaboratori
44 gallerie commerciali



Grazie a più di quarantacinque anni di impegno assiduo, serietà e attenzione nei confronti dei clienti, BENNET è una realtà distributiva italiana in continua e costante crescita, con una sempre maggiore diffusione sul territorio nazionale.

Nei 67 ipermercati presenti in Lombardia, Piemonte, Emilia Romagna, Veneto, Liguria e in Friuli Venezia Giulia, offre una formula che garantisce sempre il miglior rapporto qualità-prezzo e un vasto assortimento di articoli, tra cui una linea di prodotti a marchio, firmati e garantiti BENNET.

A tutto questo aggiunge tanta professionalità e un servizio accurato sotto ogni punto di vista in strutture innovative che trasformano la spesa in un momento di incontro e di svago. È questo il successo di BENNET.

BENNET S.p.A.
Via Enzo Ratti, 2 - Montano Lucino, Como
www.bennet.com



TELEMACO TRA RIFORME E CRESCITA

“IN EUROPA c’è una generazione nuova, la generazione Telemaco che ha il compito di raccogliere l’eredità dei padri fondatori dell’Unione” ha detto il premier italiano Matteo Renzi al Parlamento europeo nel discorso di presentazione del semestre di presidenza italiana il 2 luglio scorso. Telemaco era il figlio di Ulisse a cui, come ricorda Dante, né la furbizia né il favore degli dei evitarono un’odissea di dieci anni per tornare alla sua Itaca dopo i dieci anni della guerra di Troia.

Fuor di metafora, tocca ai nostri Telemaco aprire un nuovo ventennio nella storia europea, dopo la speranza suscitata dall’euro e la delusione e le sofferenze della crisi. Renzi ha parlato di orgoglio e coraggio: l’orgoglio di essere comunque l’area più sviluppata del mondo, che ha saputo garantire alle ultime generazioni settant’anni di pace e benessere, ma che oggi appare annoiata e delusa; e il coraggio di rilanciare gli ideali europei al proprio interno e al proprio esterno, verso i popoli che chiedono libertà e benessere a est come a sud, dall’Ucraina al Medio Oriente all’Africa.

C’è sintonia tra questa impostazione e le indicazioni emerse dal convegno dei Cavalieri del Lavoro “Riformare l’Italia e l’Europa per competere e crescere”, che abbiamo tenuto a Palermo e a cui dedichiamo gran parte di questo numero di *Civiltà del Lavoro*. Durante il convegno abbiamo presentato il manifesto “Rilanciare l’Europa: dalle radici al futuro” con una serie di indicazioni programmatiche che possono essere riassunte nello slogan “più Europa, ma diversa”. Vogliamo più Europa e siamo soddisfatti che, anche grazie al risultato elettorale dell’Italia alle consultazioni europee del 25 maggio scorso, l’ondata dell’euroscetticismo, che si è abbattuta soprattutto su Francia e Gran Bretagna, sia stata complessivamente contenuta. Ma per sconfiggere l’euroscetticismo vogliamo anche un’Europa profondamente diversa, che sappia inserire

nel proprio quadro istituzionale nuovi elementi di democrazia partecipata, dopo l’indicazione del presidente della Commissione. Cosa di cui i Governi hanno tenuto conto eleggendo il candidato del partito che ha ottenuto la maggioranza relativa nel nuovo Parlamento, il popolare lussemburghese Junker, il quale nel discorso al parlamento europeo ha promesso un piano di investimenti da 300 miliardi di euro nei prossimi tre anni. Ma questo deve essere solo il primo passo per ricucire un rapporto di fiducia e speranza tra i popoli europei e le istituzioni dell’Unione, afflitte da un eccesso di burocratismo.

Dobbiamo rilanciare la competitività dell’intera Europa, non solo dei Paesi più fragili, prendendo a modello i sistemi economici e sociali più dinamici, a cominciare dagli Stati Uniti. Dobbiamo mettere in comune politiche per la manifattura, le infrastrutture, il mercato del lavoro, la ricerca e l’innovazione, l’ambiente. E dobbiamo rafforzare la politica estera e di difesa comune, valorizzare al massimo le produzioni europee con una politica internazionale commerciale comune e garantire all’Unione una maggiore libertà dai condizionamenti geopolitici con una politica energetica comune.

L’Italia, grazie ai risultati elettorali e al dinamismo del Governo di Renzi (non esente da qualche inesperienza, come nel caso della prematura candidatura Mogherini ad Alto Rappresentante della politica estera dell’Unione), che ha saputo instaurare una relazione intensa con la Cancelliera Merkel, può giocare un ruolo significativo nel rilancio dell’Europa. Ma deve farlo innanzi tutto realizzando rapidamente le riforme strutturali di cui parliamo da decenni, da quelle istituzionali a quelle dell’economia, della giustizia e della pubblica amministrazione. Il Governo l’ha capito e ci sta provando. Speriamo che lo capiscano anche tutti coloro che – associazioni, sindacati e singole personalità – possono ostacolarne o agevolarne l’azione. ●



Da un'idea di Tonino Lamborghini, il nuovo Museo Ferruccio Lamborghini raccoglie tutta la produzione industriale del Fondatore dello storico marchio bolognese. Tra gli esclusivi esemplari: la mitica MiuraSV personale di Ferruccio, l'avveniristica Countach, l'Offshore Classe 1, con motori Lamborghini 11 volte campioni del mondo, i primi prototipi di auto e un elicottero Lamborghini. Un percorso emozio-

nante che racconta la storia del mito del Toro celebre in tutto il mondo.

Il Museo è racchiuso all'interno del Forum Tonino Lamborghini, un'area di 9.000 mq in cui **sono disponibili ampi spazi per attività commerciali e ristorazione.**

Il Museo può ospitare convegni, mostre tematiche, feste private, appuntamenti culturali.

www.museolamborghini.com
info@museolamborghini.com
reservation@museolamborghini.com

Museo Ferruccio Lamborghini:
via Galliera 319 - Funo di Argelato (BO)

Aperto al pubblico **da lunedì a sabato**,
orari: **10.00 - 12.30 / 14.00 - 17.30**
domenica solo su prenotazione
per gruppi non inferiori alle 10 persone.

per prenotazione:
tel. 347.5329320 - 051.862628



IL LABORATORIO LOMBARDO

Luigi Roth

USO QUESTO SPAZIO per aggiornare gli amici della Federazione su un "laboratorio" che si sta sviluppando ormai da quasi un anno in Lombardia e che sta portando avanti alcune idee e progetti concreti, pensati sia per valorizzare l'ambito locale, sia per sviluppare temi in sintonia con le strategie nazionali. Abbiamo iniziato quasi in sordina, per cercare di capire quale tipo di impegno i membri del Consiglio lombardo si sarebbero sentiti in grado di prendere e abbiamo sviluppato dei "grandi temi" facendo proposte concrete per capire come svilupparli nel tempo. Un tempo lungo un mandato, ma anche relativamente breve, vista la relativa vicinanza con la scadenza del Convegno nazionale della Federazione, momento nel quale ci siamo prefissati anche di tirare le fila del percorso e rendere visibili i primi risultati.

Il percorso è iniziato, appunto, da quattro temi: competitività, imprenditorialità, identità e comunicazione. Per ciascun tema un Gruppo di lavoro, costituito da alcuni membri del Consiglio che ha elaborato idee e – naturalmente – una strategia per svilupparlo, così come alcune proposte operative. Si tratta, per la differente complessità di alcuni argomenti, di proposte che verranno realizzate in tempi diversi: alcune sono sostanzialmente già pronte, altre si svilupperanno in tempi più lunghi.

Il primo Gruppo, quello sulla competitività, sta esplorando due differenti materie: da un lato il rapporto università-industria, con tutte le sue implicazioni in termini di capacità delle università di dialogare con le imprese e di possibilità per le imprese di innovare attraverso delle connesio-

ni con il mondo della ricerca. Dall'altro lato il tema della semplificazione, su cui il Paese sta giocando una partita importante, propedeutica allo sviluppo dell'economia e al rilancio dell'immagine dell'Italia a livello internazionale. Anche il Gruppo di lavoro sull'imprenditorialità si snoda in due capitoli: uno ha elaborato un progetto già in fase operativa per la formazione degli studenti universitari su temi trasversali, utili per il mondo del lavoro e a prescindere dalle differenze tra le facoltà; il secondo capitolo, quello sul passaggio generazionale, sta elaborando un progetto che unisca l'analisi delle nostre realtà, incontri di approfondimento e la possibilità di erogare degli stage all'interno del mondo dei Cavalieri del Lavoro.

Il Gruppo che sta indagando il tema dell'identità è alla ricerca dell'espressione di quello che ritiene essere un tema chiave, oggi, per i Cavalieri del Lavoro, e cioè quello della loro unicità: perché la rete dei Cavalieri del Lavoro rappresenta un insieme "unico" di persone, di esperienze, di competenze e di valori? Ultimo la comunicazione, che con il nuovo sito regionale e con Ergonews prosegue i suoi lavori, raccontando ciò che succede nei Gruppi di lavoro e cercando di dare notizie utili e non banali ai membri del proprio Gruppo.

L'obiettivo dei Gruppi, ora, è avvicinare le idee a chi le può realizzare e a chi può attivare le reti di relazioni necessarie a farle crescere. Anche perché siamo convinti che anche idee tradizionali possano essere rese più innovative, attraverso l'uso di metodi e processi non convenzionali, e possano essere riconfigurate in una contemporaneità in rapida evoluzione, con l'obiettivo di sviluppare valore aggiunto. ●

Le conclusioni del Convegno Nazionale
dei Cavalieri del Lavoro a Palermo

EUROPA
IDEE E PROPOSTE
PER L'UNIONE
DI DOMANI





PRIMO PIANO

ABBIAMO BISOGNO di più Europa, ma soprattutto di un'Europa diversa, che non si limiti a chiedere efficienza e austerità ai Paesi membri, ma cominci a farla anche nelle istituzioni comunitarie; che non si limiti a sollecitare riforme per la crescita agli Stati europei, ma metta in campo una forte strategia europea per lo sviluppo; che non si lamenti per la caduta degli ideali europeisti, ma sia in grado di rilanciare i valori profondi dell'identità europea: la pace, la tolleranza, la diffusione del benessere e dell'equità sociale.

Sono queste le conclusioni del Convegno nazionale della Federazione nazionale dei Cavalieri del Lavoro "Riformare l'Italia e l'Europa per competere e crescere", che si è tenuto il 17 maggio scorso al Teatro Massimo di Palermo. Ai due panel, "L'Europa da costruire" e "Le riforme per essere protagonisti in Europa", hanno partecipato il presidente della Federazione nazionale dei Cavalieri del Lavoro Antonio D'Amato e i Cavalieri Alessandro Scelfo, presidente del Gruppo siciliano dei Cavalieri del Lavoro, Giorgio Squinzi, presidente di Confindustria, Gianfelice Rocca, presidente di Assolombarda, Franco Bernabè, presidente GSMA e Ferdinando Beccalli Falco, presidente e ad di Ge Europa; i professori Roberto Lagalla, rettore dell'Università di Palermo, André Sapir dell'Università Libera di Bruxelles, Alberto Quadrio Curzio, dell'Università Cattolica di Milano e dell'Accademia dei Lincei e Patrizio Bianchi, già rettore dell'Università di Ferrara e oggi assessore alla Formazione della Regione Emilia Romagna; gli esponenti istituzionali Leoluca Orlando, sindaco di Palermo, Enzo Moavero Milanesi, già ministro degli Affari europei e Giovanni Pitruzzella »

presidente dell'Antitrust. È stato un dibattito intenso e ricco di proposte, mentre si avvia la nuova legislatura europea nata dalle elezioni del 25 maggio, mentre i capi di Stato e di Governo discutono sui programmi e le nomine delle istituzioni, dal Parlamento al Consiglio europeo alla Commissione europea, mentre l'Italia si propone di svolgere un ruolo propositivo forte del dinamismo riformista del Governo Renzi.

“L'Europa – ha esordito Alessandro Scelfo introducendo il convegno – deve rispondere allo spostamento dell'asse dello sviluppo mondiale da Occidente a Oriente, puntando sui propri punti di forza a cominciare dall'industria manifatturiera e dallo sviluppo della ricerca e dell'innovazione. Anche l'Italia deve valorizzare i propri punti di forza, dal risparmio alla manifattura all'export, per sanare le proprie debolezze tradizionali, a cominciare dall'elevatissimo debito pubblico. E soprattutto “Non dobbiamo commettere l'errore fatale di attribuire all'Europa colpe che sono soltanto nostre e che solo noi possiamo e dobbiamo sanare”.

“Non c'è stata rivoluzione politica maggiore dell'Unione europea – ha ricordato il sindaco di Palermo Leoluca Orlando nel suo saluto – ma oggi, accanto ai conti in regole, dobbiamo promuovere progetti di crescita perché lo sviluppo è più importante della ricchezza. La Sicilia, per esempio, è ricchissima, ma usa male le risorse che ha a cominciare da quelle umane e non riesce a trasformare la ricchezza in forte sviluppo”.

“Dobbiamo abituarci a ‘pensare globale’ e ‘agire locale’ – ha detto il rettore dell'Università di Palermo Roberto Lagalla – se vogliamo vincere la sfida del mercato globale e salvare le nuove generazioni dall'assistenzialismo che ha rovinato il Sud. Per questo occorre puntare su programmi di scambio studentesco come Erasmus per creare una cittadinanza europea più libera e responsabile”.

Tra le due tesi che si fronteggiano nel dibattito europeo – la prima, secondo cui è stato un errore fare l'euro senza

una più forte unione politica, e la seconda, in base alla quale non c'è bisogno di un'unione politica perché basta che tutti rispettino le regole economiche – André Sapir ha individuato un percorso per rilanciare l'Europa, un percorso basato su due azioni. In primo luogo una strategia europea di crescita per combattere la disoccupazione e il debito pubblico, basata sul risanamento del sistema bancario, su politiche espansive nei Paesi che possono spendere di più come la Germania, sul completamento del mercato unico e sull'eliminazione di regolamentazioni inutili. La seconda azione indicata da Sapir è quella delle riforme istituzionali europee: creare una vera Unione bancaria, rivedere le competenze tra l'Unione e gli Stati membri, avviare una politica fiscale comune. Infine, Sapir ha esortato l'Italia a fare le riforme.

“L'Italia – ha detto – è in una situazione unica. Nel 1998 aveva un reddito superiore alla media dell'Europa a 15; oggi è al di sotto dell'Europa a 28. Questo declino non dipende dall'euro, ma dalla mancanza delle riforme”.

“L'Italia – ha detto il professor Quadrio Curzio – è molto forte e molto debole: è forte, perché è riuscita a reggere alla crisi contando sulle sue sole forze, ha il deficit in regola e un debito altissimo, ma che è cresciuto meno di quello di altri Paesi. Però non riesce a crescere e ha una disoccupazione giovanile altissima. Le riforme strutturali richiedono tempo,

ma bisogna avviarle subito. Così come dobbiamo accelerare sulla semplificazione e sul pagamento dei debiti della Pubblica amministrazione, anche per evitare nuove infrazioni europee. Non è vero che in Europa non è stato fatto nulla: per esempio, il Parlamento e anche la Commissione hanno lavorato molto sugli euro-bond per finanziare le infrastrutture europee. Poi, però, i governi hanno bloccato tutto e non si sa perché. Da qui bisogna ripartire per varare una strategia di crescita europea. E io sono fiducioso perché i candidati alla presidenza della Commissione, Juncker per i popolari e Schulz per i socialisti, si sono



Alessandro Scelfo



LA NUOVA LEGISLATURA DELL'EUROPARLAMENTO DEVE ESSERE DEDICATA ALLA CRESCITA. UNA STAGIONE DI RIFORME: DALL'UNIONE BANCARIA ALLA REVISIONE DELLE COMPETENZE

entrambi dichiarati a favore degli euro-bond. Così come il nostro governo deve puntare alto nel semestre di presidenza europea per ridare all'Europa strategia e visione". "La prossima Commissione europea, che per la prima volta sarà scelta insieme dai Governi e dal Parlamento – ha aggiunto Enzo Moavero Milanesi – dovrà guidare un quinquennio di ripresa, mentre gli Stati nazionali dovranno mantenere il rigore dei bilanci pubblici. Gli euro-bond, che non potranno essere utilizzati per mettere in comune i debiti degli Stati perché a ciò si oppongono la Germania e gli altri Paesi del Nord, potranno essere utilizzati per aumentare le asfittiche risorse del bilancio europeo, pari all'1% del Pil, mentre il bilancio federale Usa è pari al 28% del Pil americano. Se emettessimo euro-bond per il 2% del Pil europeo, avremmo a disposizione due-mila miliardi da investire in infrastrutture materiali e immateriali per rimettere in moto la crescita".

"Il nostro reale problema – ha affermato il presidente Antitrust Giovanni Pitruzzella – è la perdita di competitività, che deriva anche dal fatto che non abbiamo utilizzato il vantaggio dell'euro in termini di bassi tassi d'interesse per ridurre il debito pubblico come ha fatto, per esempio, il Belgio. L'altro grande problema è la confusione regolatoria: da questo punto di vista l'abolizione delle Province,

la riforma del Senato e la riforma del titolo V della Costituzione vanno nella direzione giusta. A noi come Antitrust spetta il compito di accelerare le liberalizzazioni per abolire i tappi di bottiglia che ancora frenano la crescita e la piena attuazione del mercato unico europeo".

"I fondi europei che facciamo fatica a spendere – ha detto il professor Patrizio Bianchi – debbono essere utilizzati per far fare al nostro sistema economico un salto di produttività strutturale e quindi non possono essere usati per finanziare la spesa corrente. Noi in Emilia Romagna abbiamo speso il 100% dei nostri fondi europei anche per migliorare la nostra infrastruttura educativa, in dialogo costante con il sistema produttivo, come avviene in Germania. Per questo abbiamo realizzato una partnership con il lander tedesco dell'Assia, oltre che con la regione francese dell'Aquitania. Per rimettere in moto lo sviluppo occorre visione, bisogna ridisegnare le scuole, dare opportunità, insegnare a usare insieme la testa e le mani per proiettare nel futuro la grande tradizione manifatturiera italiana. Per consentire queste sperimentazioni e innovazioni occorre avere un'idea federale che parta dal basso, che consenta di disarticolare e riarticolare i sistemi nazionali. Così si supera davvero la burocrazia". ●

UN DIALOGO MIGLIORE TRA ECONOMIA E POLITICA

I Cavalieri del Lavoro Ferdinando Beccalli Falco, Giorgio Squinzi, Franco Bernabè e Gianfelice Rocca spiegano la loro ricetta per rilanciare il progetto comunitario.

SUPERARE GLI EGOISMI NAZIONALI

Per la multinazionale americana General Electric, l'Europa resta un'area strategica e lo dimostrano sia l'interesse manifestato recentemente verso alcune acquisizioni in Francia, sia la politica di investimenti sul lungo periodo e diversificazione delle attività che il gruppo ha perseguito. Prova ne è l'incremento occupazionale, con un numero di dipendenti che è passato dagli ottomila del 1987 ai 94mila attuali. Una descrizione nel complesso positiva, dunque, quella offerta da Ferdinando Beccalli Falco, presidente e



Ferdinando Beccalli Falco

amministratore delegato di General Electric Europa, che intervenendo nel primo Panel "L'Europa da costruire?" spiega anche le motivazioni che hanno spinto a trasferire il quartiere generale da Bruxelles a Francoforte. Fra queste, ad esempio, un trend di crescita imboccato dalla Germania già all'inizio della crisi e in controtendenza rispetto ad altre aree europee. "Personalmente non comprendo chi attribuisce la responsabilità delle mancanze nelle nostre performance al governo tedesco – afferma Beccalli Falco – credo, anzi, che Angela Merkel sia uno dei pochi politici in Europa ad avere leadership e capacità di visione". Per il manager che dallo scorso anno fa parte anche del "Science and Technology Advisory Council" del presidente uscente della Commissione europea Barroso, il principale scoglio da superare è la resistenza da parte di molti stati membri a trasferire sovranità e responsabilità a livello centrale, quindi a livello europeo; una resistenza che, come racconta, ha potuto constatare da vicino proprio grazie all'esperienza in questo gruppo indipendente di esperti nel settore scientifico e tecnologico. Sono tanti infatti gli ostacoli che i cosiddetti "euro-burocrati" incontrano nella messa a punto dei progetti, che proprio a causa delle resistenze sopra citate non devono "offendere" gli stati membri.

Leadership e visione di lungo periodo sono, dunque, le doti richieste alla prossima classe politica che siederà sui banchi di Strasburgo. Un Parlamento dove l'onda euroscettica si consolida, mentre al contrario, afferma il manager, "bisognerebbe raccontare alle persone quali e quanto gravi sarebbero le conseguenze dell'uscita dall'euro". "Diventeremo più europei – conclude – il giorno in cui diremo 'sono un europeo con radici italiane'". ●

PORRE AL CENTRO L'ECONOMIA REALE



Giorgio Squinzi

Una comunità di 28 paesi e poco più di 500 milioni di cittadini che vivono in un orizzonte di pace e, nonostante le difficoltà, anche di benessere relativo. Un “miracolo” che si tende a sottovalutare e al quale “non riusciamo più a dare corpo e anima”. Nel suo intervento al Convegno nazionale dei Cavalieri del Lavoro il presidente di Confindustria, Giorgio Squinzi, conferma la propria adesione al progetto europeo, ma non trascurava di esamina-

re le cause che hanno indebolito la fiducia dei cittadini, italiani ma non solo, verso l’istituzione. Parla dunque di crisi economica, che ha evidenziato “i limiti di una Europa unificata sul piano economico e monetario, ma lontana dall’essere una unione politica”. E parla anche di sfide complesse, quale ad esempio quella dell’accoglienza dei migranti, lasciata spesso sulle spalle di pochi stati; o ancora di “deficit di leadership politica” e di egoismi nazionali che attribuiscono all’Europa un volto esclusivamente burocratico e autoritario. Per Squinzi uno spiraglio si apre con l’Industrial Compact europeo, un ambizioso progetto di rilancio del manifatturiero dal quale potrebbe scaturire una forte riduzione della disoccupazione – vera piaga dell’intera area – una riqualificazione del capitale umano, nonché una ripresa dei consumi interni. Per questo motivo invita a cogliere appieno l’occasione del semestre italiano alla presidenza del Consiglio europeo come un’opportunità per rimettere l’economia reale al centro delle politiche europee. L’Italia, a livello interno, ha ancora molto da recuperare. La crisi, come ricorda Squinzi, ha bruciato oltre 9 punti di Pil fra il 2007 e il 2013 e “la produzione industriale è ancora inferiore di un quarto rispetto ai picchi pre-crisi”. Stando così le cose, urge consolidare l’inversione di tendenza nelle scelte di politica economica che il presidente di Confindustria riconosce si stia delineando all’interno del Paese. Da qui il giudizio positivo sulla decisione del governo di procedere a “una revisione profonda della nostra architettura istituzionale”, così come sul lavoro svolto per i ritardi di pagamento dei debiti della Pubblica amministrazione”; mentre qualche perplessità raccoglie “la scelta di destinare solo una parte limitata di risorse alla riduzione dell’Irapp”. Nonostante ciò, la fiducia resta e, conclude Squinzi, “siamo solo agli inizi di un grande lavoro, necessario”. ●





È QUANDO TI SENTI PICCOLO CHE SAI DI ESSERE DIVENTATO GRANDE.

A volte gli uomini riescono a creare qualcosa più grande di loro. Qualcosa che prima non c'era. È questo che noi intendiamo per innovazione ed è in questo che noi crediamo.

Una visione che ci ha fatto investire nel cambiamento tecnologico sempre e solo con l'obiettivo di migliorare il valore di ogni nostra singola produzione.

È questo pensiero che ci ha fatto acquistare per primi in Italia impianti come la rotativa Heidelberg M600 B24. O che oggi, per primi in Europa, ci ha fatto introdurre 2 rotative da 32 pagine Roto-Offset Komori, 64 pagine-versione duplex, così da poter soddisfare ancora più puntualmente ogni necessità di stampa di bassa, media e alta tiratura.

Se crediamo nell'importanza dell'innovazione, infatti, è perché pensiamo che non ci siano piccole cose di poca importanza.

L'etichetta di una lattina di pomodori pelati, quella di un cibo per gatti o quella di un'acqua minerale, un catalogo o un quotidiano, un magazine o un volantino con le offerte della settimana del supermercato, tutto va pensato in grande.

È come conseguenza di questa visione che i nostri prodotti sono arrivati in 10 paesi nel mondo, che il livello di fidelizzazione dei nostri clienti è al 90% o che il nostro fatturato si è triplicato.

Perché la grandezza è qualcosa che si crea guardando verso l'alto. Mai dall'alto in basso.

AGB

B
artigraficheBocciaspa

A DIFFERENT IMPRINTING.

ARTI GRAFICHE BOCCIA – SALERNO | ROMA | MILANO | PARIS | LONDON | LAUSANNE



CONTACT:

Via Tiberio Claudio Felice, 7 - 84131 Salerno (ITALY)

Tel. +39 089 303311 - Fax +39 089 771017

www.artigraficheboccia.com - info@artigraficheboccia.com



COMBATTERE LE DIFFIDENZE VERSO L'IMPRESA

Gli Stati Uniti e la Cina sono due paesi straordinariamente forti ed entrambi guidati da un alto senso del pragmatismo. Conoscere le loro caratteristiche vincenti è fondamentale per competere e Franco Bernabè, presidente di GSMA, intervenendo al primo panel "L'Europa da costruire" ne offre un ritratto puntuale. Nello specifico gli Stati Uniti possono contare su cinque fattori: il basso costo dell'energia (66 dollari per megawattora a fronte dei 140 pagati dalla Germania e i 290 dell'Italia); la grande attrattività del sistema educativo, capace di conquistare i mi-



Franco Bernabè

gliori cervelli da tutto il mondo; la supremazia tecnologica; lo spessore del mondo finanziario e la flessibilità del tasso di cambio, che nonostante un'economia molto forte consente loro di avere un rapporto euro/dollaro a 1,40. Anche la Cina ha dalla sua parte molti e ben conosciuti elementi di vantaggio, ma Bernabè esalta soprattutto lo straordinario realismo con cui la classe dirigente cinese affronta le debolezze interne del paese, non restando prigioniera della propria ideologia. E l'Europa? "Per anni si è vantata, e giustamente, dei propri valori, del proprio welfare", che tuttavia, afferma Bernabè, "domina la struttura della spesa pubblica europea", assorbendo nel caso dell'Italia il 30% delle risorse solo per pensioni, sanità e trasferimenti. Ma quello che l'imprenditore non "perdona" a Bruxelles sono le scelte (e i continui cambiamenti) in materia di politica ambientale, che hanno contribuito a far salire il prezzo dell'energia elettrica; scelte che, a suo avviso, sono anche frutto della mancata comprensione dell'orizzonte verso il quale si stava muovendo la maggiore parte dei paesi in tema di approvvigionamento energetico, sostenendo il ritorno allo sfruttamento di fonti fossili ed in particolare il carbone.

In generale, però, secondo Bernabè il problema di fondo è che l'Europa nutre una sostanziale diffidenza nei confronti dell'impresa, che cerca di irregimentare con leggi e normative. Negli ultimi anni "l'Europa si è occupata prevalentemente di regolazione del mercato e di tutela dei consumatori - spiega - ma ha di fatto rinunciato alla politica industriale", che paesi come Cina e Usa, invece, hanno continuato a fare. Da qui il monito conclusivo: "L'Europa stia attenta a non perdere il patrimonio più importante che ha, perché essa vive solo se le sue imprese crescono". ●

Nato nel 1907, Premuda è un Gruppo Armatoriale quotato in borsa dal 1918, prima Compagnia Marittima in Italia. Premuda dispone di una importante Flotta di alto livello tecnico costituita da tankers, dry-bulkers, FPSO e in un processo di forte internazionalizzazione, è oggi un importante operatore nel trasporto marittimo di rinfuse liquide e secche.

Premuda opera nel rispetto delle più severe normative internazionali in tema di sicurezza e protezione dell'ambiente, facendone un punto di forza ed impegnandosi con forti investimenti .

La sinergia con altri gruppi di primaria importanza, l'acquisizione di importanti contratti a lungo termine ed una costante attenzione all'evoluzione dei mercati, rappresentano l'impegno primario del Management, teso a ben operare in un mercato globalizzato, soggetto a repentine fluttuazioni e condizionato dalle prevalenti, e spesso fortemente oscillanti, condizioni economiche internazionali.

Premuda 

since 1907
International
Shipping Company

Genoa
Monaco
London
Luxembourg
Perth

www.premuda.net



FACCIAMO LEVA SUI PUNTI DI FORZA



Gianfelice Rocca

La Germania è il modello, è il paese che detta ritmo e direzione in Europa, se l'Italia vuole avere una chance deve avere il coraggio di "spaccare", riconoscendo le differenze esistenti fra i suoi territori e sincronizzando quelli più produttivi sulla locomotiva tedesca. È questo, in sintesi, l'appello lanciato da Gianfelice Rocca, presidente del Gruppo Techint, multinazionale specializzata nei settori siderurgico, energetico e delle infrastrutture, durante il primo panel del convegno di Palermo.

L'imprenditore milanese giudica con severità le modalità con cui è nata l'Unione europea e soprattutto l'euro ("Kohl procedeva verso l'unificazione delle due Germanie, Mitterand preoccupato gli propose la creazione della moneta unica, chiedendo che entrasse anche l'Italia per evitare la concorrenza delle sue svalutazioni competitive"), ma invita al contempo a reagire presto e bene a una situazione che presenta costi elevati "sia in caso di uscita, sia nello stare dentro" ma immobili. Come? Facendo leva sui punti di forza dell'Europa che, nonostante tutto, resta una delle aree a maggior tasso di innovazione incrementale e con maggiore eguaglianza nella distribuzione della ricchezza. Certo, l'Italia sta meno bene di altri paesi e dall'introduzione dell'euro è l'unico a non aver visto crescere il proprio Pil, ma la soluzione ai problemi va cercata in un'analisi dettagliata dei pregi e delle criticità del suo sistema economico. Ad esempio, pur avendo una produ-

zione scientifica di qualità, il paese non è capace di trasferirla in una quantità equivalente di brevetti – cosa che riesce invece alla Germania – e, non avendo incorporato per tempo importanti dosi di information technology, sconta un deficit di produttività nel settore dei servizi e della Pubblica amministrazione.

Dall'altra parte, però, l'Italia è molto forte nell'export perché, spiega Rocca, "siamo pieni di imprenditori dotati di capacità di innovazione combinatoria" e, ancora, perché il nostro capitale umano è di qualità; lo sanno bene i reclutatori internazionali, che apprezzano in particolare i profili dei nostri politecnici. Sul tema dell'education, a lui particolarmente caro, l'imprenditore sofferma la propria analisi ricordando gli ottimi risultati dell'Italia nel settore dell'istruzione primaria, auspicando un approccio alle discipline scientifiche sempre più precoce e moderno e invitando i giovani ad apprendere il tedesco, l'inglese e l'informatica, da lui definite "le lingue della libertà".

Per questo come per altri settori, il monito resta sempre uguale: "Non aspettare che i problemi ce li risolva l'Europa, ma prendere in mano il proprio destino". ● (s.t.)



SERVE UN COORDINAMENTO STRATEGICO

Per il Presidente Antonio D'Amato, che ha concluso i lavori di Palermo, è urgente superare la dicotomia tra metodo comunitario e metodo intergovernativo: il primo penalizzato dall'ingerenza della burocrazia, il secondo dal prevalere degli egoismi nazionali.

SE VOLESSIMO SINTETIZZARE in un *hashtag* il concetto chiave che ha percorso per intero l'intervento conclusivo del presidente della Federazione dei Cavalieri del Lavoro Antonio D'Amato al Convegno Nazionale di Palermo, potremmo usare #L'Europa che vogliamo#. Infatti, dopo aver bocciato "la contrapposizione sterile tra gli euro-ottimisti e gli euroscettici a prescindere" ed essersi al contempo dichiarato un "federalista convinto", D'Amato ha speso molte e sentite parole per ribadire che la dimensione europea è l'unica possibile nei nuovi scenari geopolitici e che proprio in virtù di questo è urgente lavorare a un riassetto istituzionale dell'Unione europea, superando la dicotomia tra metodo comunitario e metodo intergovernativo, il primo penalizzato dall'ingerenza della burocrazia, il secondo dal prevalere degli egoismi nazionali. Secondo il presidente, a una rapida disamina, fino ad oggi l'Europa non si è data né una politica estera, né una politica di difesa comune e anche in campo industriale ha commesso numerosi errori, primo fra tutti l'aver pensato con arroganza di potere essere l'unica area geografica in grado di produrre e trattenere la conoscenza, la ricerca e le intelligenze, delocalizzando così negli anni le produzioni manifatturiere; oggi l'Europa sta tornando indietro perché i paesi emergenti stanno conquistando posizioni anche su produzioni più sofisticate.

Occorre fare leva, quindi, sui nostri punti di forza e il manifatturiero nel Vecchio Continente può contare su due grandi protagonisti come la Germania e l'Italia, senza dimenticare che l'intera area rappresenta un bacino di 500 milioni di consumatori, peraltro fra i più ricchi del pianeta, e che di fronte a sé ha l'Africa, "il continente del futuro" sotto il profilo dello sviluppo, sul quale l'Europa ha avuto storicamente una significativa influenza.

Giocare divisi porterebbe a una sconfitta, sembra dunque



suggerire D'Amato, che ricorda: "Le partite, ormai, sono ben al di là delle dimensioni del singolo paese europeo e, continuando così, da qui a qualche anno nessuno siederà più ai tavoli che contano". "Agli incontri del Wto non ci presentiamo come Europa ma divisi - stigmatizza ancora il presidente - e ciascuno con un'agenda diversa. Ci siamo noi che spingiamo per la manifattura, la Francia concentrata a tutelare i propri interessi agricoli, la Gran Bretagna che chiede piena libertà in campo finanziario e sul piano delle importazioni". Questa assenza di coordinamento strategico, spiega ancora D'Amato, condurrà inevitabilmente a una progressiva deindustrializzazione, accelerata anche dal fatto che in un mercato mondiale le

imprese, europee e italiane in particolare, hanno dimensioni modeste e tali da renderle “sub ottimali”.

Il presidente dei Cavalieri del Lavoro auspica, allora, “non solo più Europa, ma un’Europa diversa”, “che apra spazi di libertà e rafforzi i diritti, che non si nasconda dietro la burocrazia negando opportunità ed equità, che sappia competere e non mortifichi i giovani, che guardi al futuro e non resti ancorata ai fasti del passato”.

Con una piccola precisazione: nel 1992 Jacques Delors, che fu presidente della Commissione europea per tre mandati dall’85 al ’95, aveva lasciato intravedere per il futuro l’immagine di un’Europa benefattrice, “che avrebbe dispensato vantaggi per tutti e per sempre”. Così non è stato, sottolinea D’Amato, ma specifica che sarebbe un errore altrettanto grave oggi parlare di un’Europa matrigna, “che costringe i propri figli alla povertà e alle recessione”. La crisi ha costretto a guardarsi dentro, tuttavia qualsiasi processo di riforma dell’Europa non può che presupporre percorsi equivalenti all’interno dei singoli stati.

Da qui il richiamo conclusivo del presidente al lavoro da fare in Italia perché l’equità, la solidarietà e la giustizia – valori fondanti del progetto europeo – possono essere garantiti soltanto dalla crescita e dallo sviluppo economico. ●



QUALSIASI PROCESSO
DI RIFORMA DELL'EUROPA
PRESUPPONE PERCORSI
ANALOGHI ALL'INTERNO
DEI SINGOLI STATI



AZIENDE FAMILIARI
LA STORIA DEL PAESE
GUARDA AL FUTURO





INCHIESTA

Fra i maggiori pilastri dell'economia italiana, le aziende familiari sono state capaci – anche durante la crisi – di assicurare sviluppo, salvaguardando più di altre i livelli occupazionali. Tuttavia i tempi richiedono una revisione complessiva del modello, che deve rispondere a mercati sempre più frenetici e a richieste di innovazione sempre più sfidanti. Il tutto accompagnato dalla necessità di un rafforzamento patrimoniale. Parlano Guido Corbetta, Maurizio D'Errico e Guido Piacenza. A seguire le testimonianze di alcuni Cavalieri del Lavoro.

UN MODELLO IN EVOLUZIONE

Determinazione, visione di lungo periodo e radicamento sul territorio. Sono alcuni dei fattori che hanno permesso alle imprese familiari di resistere meglio alla crisi. Per il futuro, però, serve un pizzico di coraggio in più. Dove e perché ce lo spiega Guido Corbetta, professore di Strategia delle aziende familiari alla Università Bocconi di Milano.

AZIENDE FAMILIARI, il modello funziona ancora? Secondo l'Osservatorio AUB, che dal 2009 offre una riflessione sistematica sulle aziende italiane a controllo familiare di medie e grandi dimensioni, la risposta è sì. Nonostante la crisi, secondo l'ultima edizione del rapporto dal 2007 al 2012 le aziende familiari hanno incrementato il numero dei dipendenti (+5,7% l'aumento dell'occupazione), hanno mantenuto una redditività operativa, seppur di poco, superiore alle altre imprese, così come una minore dipendenza dal capitale di terzi. Al netto di facili entusiasmi – il 2012 ad esempio è stato un anno molto difficile per la contrazione dei ricavi – resta il fatto che le aziende familiari sembrano aver resistito meglio alla crisi. Ne abbiamo parlato con Guido Corbetta, professore di Strategia delle aziende familiari (Cattedra AIDAF – EY di Strategia delle aziende familiari) alla Bocconi.

Quali caratteristiche, secondo lei, hanno fatto la differenza?

Prima di tutto credo che nelle aziende familiari vi sia una forte determinazione a mantenere i risultati. Poi, naturalmente, giocano altri fattori, quali il radicamento sul territorio, la propensione a investire sul lungo periodo – le imprese familiari

ragionano sulle generazioni non sui trimestri, potremmo dire – e il fatto che gran parte di esse è specializzata in produzioni legate al made in Italy, settori dove la profitabilità è rimasta alta nonostante la congiuntura negativa.

Negli ultimi anni da più parti, specie a livello associativo, si è spesso levato l'invito ad inserire figure manageriali in azienda. Cosa ne pensa?

Distingueri fra i manager di divisione o funzione e quelli apicali, quale ad esempio può essere un amministratore delegato. Nel primo caso l'inserimento di profili manageriali è assolutamente necessario, se non altro perché è abbastanza improbabile che una stessa famiglia disponga

di così numerose figure – e tutte all'altezza del ruolo – per gestire le diverse aree di un'azienda. Nel secondo caso non ci sono, a mio avviso, ragionevoli motivi per sostenere che i componenti di una famiglia non possano avere buone performance alla guida della propria impresa.

Va comunque segnalato che negli ultimi sei anni il saldo netto fra il numero di familiari che hanno lasciato un incarico apicale e quello dei non familiari che lo hanno assunto è a favore dei secondi. Ciò significa che nelle



Guido Corbetta

imprese prevale la tendenza a scegliere il miglior candidato possibile, a prescindere dall'appartenenza familiare.

Mini bond, private equity, quotazione in Borsa. Sono tante le forme di finanziamento alternative al credito bancario che potrebbero far affluire nuove risorse. Nelle aziende familiari c'è interesse o perplessità?

L'interesse c'è ed è crescente, sostenuto anche dal fatto che il credito bancario si è rarefatto ed è diventato più costoso. Per questo motivo le imprese si trovano a dover sperimentare altre strade per l'approvvigionamento di risorse. A riprova di questa attenzione citerei il caso del Fondo Italiano di Investimento, che negli ultimi due anni – tra interventi diretti e indiretti – ha coinvolto circa 100 aziende. Considerato che opera attivamente da appena tre anni e mezzo e che la platea alla quale si rivolge (medie aziende con elevato potenziale di crescita, ndr) consta di circa 10-12mila imprese, direi che è un buon inizio.

Naturalmente l'adozione di questi strumenti richiede la compresenza di alcuni requisiti, a partire da un piano di sviluppo ambizioso, una governance professionale, un management preparato e un sistema di pianificazione economico-finanziaria ben strutturato. L'approccio non è privo di rischi: nel caso dei fondi di private equity le aziende familiari si confrontano con un socio terzo, con il quale però il rapporto non può essere lo stesso che le medesime avevano con gli istituti di credito.

In generale c'è un po' di timore, come nei confronti di qualsiasi cosa nuova, ma le imprese familiari oggi sono comunque più attente a valutare questi strumenti. La stessa crisi, d'altronde, ha innalzato gli standard minimi di governance e gestione aziendale necessari a queste come ad altre operazioni.

Secondo lei c'è più consapevolezza dell'importanza di gestire in modo corretto il passaggio generazionale?

Assolutamente sì, soprattutto riguardo alla tempestività con cui affrontarlo. Permane, invece, una certa resistenza da parte degli imprenditori italiani a riconoscere il contributo che la conoscenza accademico-scientifica può dare su questo argomento. È un'affermazione che nasce anche da una personale rilevazione empirica: partecipando, infatti, a numerosi convegni internazionali sulle imprese familiari, noto come gli italiani siano spesso pochi rispetto, ad esempio, a tedeschi e spagnoli, quando non del tutto assenti. Il motivo? Forse le dimensioni aziendali più contenute riducono il tempo da poter dedicare a questi ap-



puntamenti, ma credo dipenda anche da una cultura italiana un po' autoreferenziale.

Quando cominciare a preparare il terreno?

Presto. A partire già dai 16 anni bisognerebbe sondare se i propri figli hanno interesse per gli studi universitari o se magari sono portati per attività più pratiche. In ogni caso occorre dedicare loro tempo e attenzione. L'ingresso in azienda, che solitamente avviene intorno ai 27/28 anni, è un passaggio successivo. Fermo restando che bisogna sempre tenere conto delle aspirazioni personali e della libertà dei singoli di costruire il proprio futuro.

Quali prospettive intravede per le aziende familiari italiane alla luce dei nuovi scenari internazionali?

Positive, a patto di compiere qualche scelta più coraggiosa in fatto di acquisizioni. Cosa che si ottiene anche grazie a consigli di amministrazione efficienti, in termini di indirizzo e controllo, e aperti a componenti anche non della famiglia.

All'estero c'è una forte ricerca di identità, le nostre aziende familiari connotano in questo senso qualsiasi prodotto che fanno, a prescindere dal settore di appartenenza. A un cliente asiatico, ad esempio, fa piacere sapere che l'azienda meccanica presso la quale si rifornisce lavora da 50 anni sullo stesso territorio e ha valorizzato i propri giovani. E spesso, infatti, viene a conoscere di persona queste realtà. ●

Silvia Tartamella

UN PARTNER ATTENTO

Il notaio è fondamentale per gestire in modo attento il passaggio generazionale. Il presidente del Consiglio Nazionale del Notariato Maurizio D'Errico sottolinea l'impegno profuso negli ultimi anni per semplificare il processo attraverso l'istituto dei Patti di famiglia.

Il passaggio generazionale rappresenta una delle fasi più complesse della vita di un'impresa familiare. Quale supporto può offrire il Notariato?

L'Italia è il paese in Europa con il maggior numero di piccole e medie imprese, tra queste molte a conduzione familiare. Il passaggio generazionale è quindi un processo delicato, che andrebbe preventivamente pianificato per evitare fenomeni disgregativi o di stallo gestionale dovuto all'impossibilità di individuare i vertici, eventi che potrebbero esser letali per la competitività di aziende che già soffrono per la scarsa patrimonializzazione e per la tendenza al cosiddetto nanismo industriale.

In questa prospettiva il Notariato, da sempre vicino al

mondo imprenditoriale, ha messo a disposizione le proprie conoscenze giuridiche per promuovere l'istituto dei Patti di famiglia – introdotti dal Legislatore nel 2006 – e rispondere alle nuove esigenze delle imprese, che chiedevano uno strumento in grado di mettere l'imprenditore al riparo dai meccanismi previsti dalla legge successoria, con contratti finalizzati ad assicurare un efficace passaggio generazionale.

Nella stessa logica, dal 2009 il Notariato è al lavoro con Piccola Industria Confindustria sia per offrire consulenza sul territorio agli imprenditori (28 protocolli d'intesa a livello territoriale), sia per promuovere soluzioni normative più adeguate a queste esigenze.



Nel 2006, ricordava, sono stati introdotti i Patti di famiglia. A otto anni di distanza qual è il bilancio? Ci sono aspetti su cui sarebbe opportuno intervenire?

La scarsa applicazione dell'istituto, di cui sono ben consapevoli Governo e forze politiche, ha diverse possibili spiegazioni. Vi sono ragioni di carattere per così dire culturale, dovute probabilmente alla difficoltà di superare il retaggio di dover operare la scelta di chi, fra gli eredi, dovrà proseguire l'attività di impresa e alla stessa scarsa conoscenza dell'istituto. E, in questo senso, nel 2012 il Notariato insieme a Piccola Industria Confindustria hanno redatto una guida che illustra la normativa in modo semplice e chiaro. Ma vi sono anche ragioni legate alla stessa disciplina legale dei Patti, al cui miglioramento, soprattutto nella prospettiva di assicurare una maggiore stabilità degli accordi, tendono diverse proposte di modifica promosse dal Consiglio Nazionale del Notariato e che si spera siano presto tramutate in legge.

Che ruolo riveste oggi il notaio per un'azienda familiare?

Il notaio è presente attivamente nel tessuto economico-sociale del territorio e accompagna imprese e imprenditori nei momenti fondamentali della loro vita, nelle scelte economiche più delicate e importanti: dalla nascita di un'azienda al suo sviluppo fino allo scioglimento.

Ha un ruolo attivo nel consigliare gli strumenti giuridici più adatti alle esigenze dell'impresa familiare, le modalità di organizzazione e gestione dell'azienda, modellandole sulla base delle concrete necessità della singola impresa, ma anche nel far comprendere l'importanza di affrontare per tempo il problema del passaggio generazionale al fine di salvaguardare la continuità aziendale.

Il notaio può, infatti, aiutare l'imprenditore a trovare la soluzione più adatta alle proprie esigenze, in modo da evitare il più possibile il sorgere in seguito di situazioni di conflittualità fra i diversi interessi coinvolti e garantendo la sicurezza delle operazioni grazie all'affidabilità dei Pubblici Registri, che possono essere implementati solo con atti che abbiano precedentemente subito il filtro del controllo di legittimità da parte del pubblico ufficiale.

Dal vostro punto di vista, le aziende familiari italiane sono poco patrimonializzate?

Sebbene l'aggettivo familiare possa caratterizzare anche i grandi gruppi industriali, la realtà economica italiana si



Maurizio D'Errico

basa su una moltitudine di piccole se non piccolissime imprese in cui l'elemento della scarsa patrimonializzazione – e le aziende familiari non fanno eccezione – è molto evidente. Di questa tendenza alla scarsa patrimonializzazione è consapevole anche il legislatore, che negli ultimi anni ha progressivamente ridotto la rilevanza del capitale sociale, spostando la tutela dei creditori sul patrimonio e cercando al contempo di incentivare il ricorso al credito. In questa prospettiva garantire l'azienda a fronte del rischio di una disgregazione nel passaggio generazionale appare fondamentale.

Parlando più in generale, gli imprenditori italiani sono spesso "accusati" di un eccesso di individualismo. È ancora così o registrate una crescita di forme di aggregazione (consorzi, ATI, joint venture, reti di imprese)?

La propensione all'eccesso d'individualismo sembra registrare una lieve inversione di tendenza grazie al ricorso alle nuove forme aggregative: si sta gradualmente affermando l'idea di fare rete fra imprese ed è grazie a questi istituti che iniziano a diffondersi sul territorio, in primis proprio al contratto di rete, che gli imprenditori mostrano di essere sempre più consapevoli del fatto che l'unione può far realmente la forza. ●

TRADIZIONE, TERRITORIO E UN PO' DI FORTUNA

Decisamente più che centenarie. Sono le aziende che aderiscono a "Les Hénokiens", un club internazionale riservato alle imprese con almeno 200 anni e da sempre rimaste sotto la guida della famiglia fondatrice. Ce ne parla il presidente della sezione italiana Guido Piacenza.

IN UN MOMENTO particolarmente difficile per l'industria e l'economia mondiale vogliamo raccontare una storia positiva, quella di 40 imprese che hanno più di duecento anni, ma se li portano benissimo. Sono sopravvissute ai conflitti mondiali e a più di una crisi e oggi fanno parte di "Les Hénokiens", un club fondato in Francia nel 1981, che associa le aziende familiari che hanno una storia almeno bicentennale, tuttora gestite dalla famiglia d'origine. Molte di queste imprese sono italiane. Abbiamo fatto qualche domanda al Presidente della sezione italiana "Les Hénokiens", Guido Piacenza.

Come si entra a far parte degli "Hénokiens"?

Il nostro è un club molto esclusivo, non è sufficiente la data di nascita per farne parte. Per essere una "Henokien" è necessario essere un'azienda familiare, nata almeno duecento anni prima e la cui famiglia fondatrice deve detenere ancora la maggioranza del pacchetto azionario o comunque avere il controllo delle attività. Infine, è necessario essere in "buona salute" finanziaria. La maggior parte delle aziende che fa parte del club è stata proposta dai soci stessi, che si attivano per trovare potenziali aziende che rispondano a tutti i requisiti necessari.

Quali sono gli obiettivi dell'associazione e quali le attività che portate avanti?

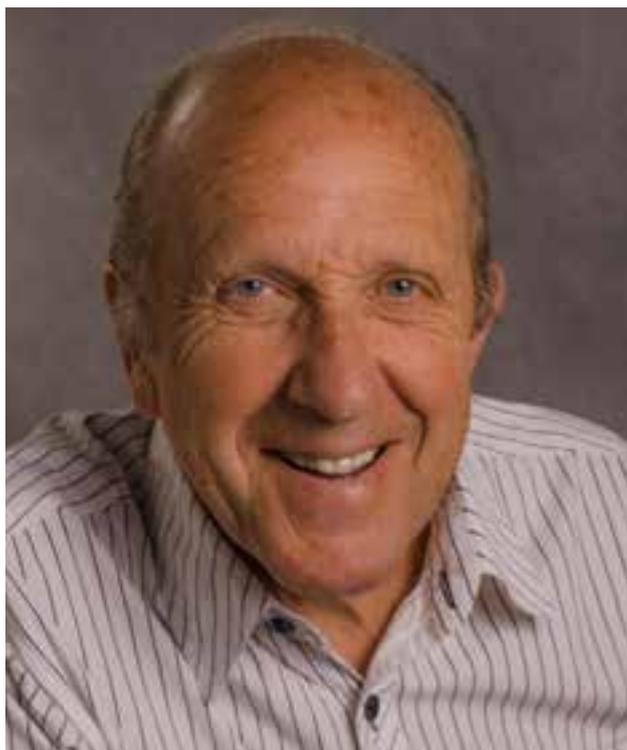
L'associazione rende credibile e valorizza i principi di gestione e l'immagine delle imprese familiari verso i media e i responsabili economici

e politici mondiali.

Vuole valorizzare il prodotto-Italia, l'obiettivo primario non è quello di vendere di più, ma di promuovere l'immagine delle imprese membre. Il nostro past president Christophe Vielard spesso ricordava che dopo secoli d'esistenza, le aziende che fanno parte della nostra associazione sono la prova sempre vivente che la famiglia è il modo migliore attraverso cui trasmettere cultura, un sapere, un'ambizione generosa, un attaccamento fedele alla terra dei suoi avi e dei suoi abitanti.

Queste aziende moderne che fanno parte della nostra

storia sono così diventate la memoria vivente di mestieri millenari e di patrimoni industriali di grande ricchezza. Ogni anno le 40 aziende che fanno parte del club si incontrano alla nostra assemblea annuale, in questa occasione è molto piacevole constatare come tra di noi ci sia un forte senso di familiarità e cordialità, proprio come se fossimo vecchi amici.





Con 12 aziende bicentinarie associate l'Italia è, con la Francia, il Paese con la più alta rappresentanza nell'Associazione. C'è una particolarità che contraddistingue le nostre imprese per cui sono così longeve?

Oggi le aziende italiane che fanno parte del club sono 12, ma ne esisteranno sicuramente altre che hanno i requisiti. Il numero non è una precisa fotografia di quante aziende ultracentinarie esistano in un paese, il loro numero dipende anche dalla ricerca che viene fatta. Quello che ci tengo a mettere in evidenza è che si tratta di tutte persone normali, con mogli e figli normali.

I valori che contraddistinguono le aziende sono senza dubbio l'unione, la parsimonia, il sapersi rinnovare, l'amore per il proprio territorio e per la tradizione, le regole di successione, e poi aggiungo anche la fortuna, che dà una bella mano agli audaci.

È molto importante darsi da fare, ma la fortuna è fondamentale.

Se non si ha la fortuna di nascere in una famiglia in cui qualcuno ha avuto una buona intuizione e ha dato vita ad un'impresa, se non si ha avuto la fortuna di avere dei figli cui tramandare la propria attività, o l'opportunità di fare un viaggio che ha cambiato il corso delle cose, queste aziende non avrebbero avuto tanto successo da essere ancora sul mercato.

Cosa sarebbe stato della carriera di Ferragamo, se non fosse partito per l'America? La prestigiosa azienda fiorentina non è "Henokien" ma ha ricevuto il premio Leonardo Da Vinci a Parigi nel settembre 2011, durante la prima edizione della manifestazione, nel trentennale della fondazione di "Les Hénokiens". La longevità dipende molto da una serie di errori non fatti, non c'è bisogno di fare tante cose, basta sbagliarne poche.

Come vengono percepite all'estero le imprese italiane?

Le imprese italiane vengono apprezzate soprattutto in alcuni settori, che sono quelli della creatività noti in tutto il mondo come made in Italy. Senza dubbio le imprese tedesche vengono percepite come più affidabili e solide, ma in alcuni settori, come ad esempio la moda, quelle italiane sono ineguagliabili. L'importante è fare buoni prodotti al prezzo giusto, essere sempre onesti e avere solidi valori come la spinta all'innovazione, la parsimonia, l'attenzione al mercato, una oculata propensione al rischio, ecc. Si può dire che le aziende "Henokiane" sono aziende "alla tedesca", fanno prodotti eccellenti e di qualità, altrimenti non resterebbero sul mercato mondiale per secoli. Un esempio: la "Beretta Usa Corporation" che ha fatto mega contratti con gli Usa per fornire all'esercito di 100.000 pistole.

Con un passato importante e una tradizione secolare, come si relazionano queste aziende con la realtà economica attuale e come guardano al futuro?

È importante valorizzare il passato, ma avere il coraggio di cambiare, perché i tempi cambiano. I miei nonni, durante l'industrializzazione inglese andarono in Inghilterra a guardare, studiare, copiare, l'utilizzo di quei macchinari nuovi e automatizzati. Proprio come fecero i giapponesi con l'industria tecnologica occidentale molti anni più tardi. Guardiamo spesso alle future generazioni, sia con i molteplici contatti con le Università sia, dal 2011, con il Premio Leonardo Da Vinci, nato dall'iniziativa dell'Associazione Les Hénokiens et di Château du Clos Lucé. Questo riconoscimento rende omaggio alle imprese familiari per la capacità di conservare e tramandare l'insieme dei valori culturali e del savoir-faire alle future generazioni. ●

Chiara Santarelli



Un impegno concreto

nella ricerca, diagnosi e cura
del Mesotelioma Pleurico



www.fondazionebuzziunicem.org



Padri e figli: esperienze e testimonianze

IL SEGRETO DELLE SUCCESSIONI

I CAVALIERI DEL LAVORO LAURA BIAGIOTTI, ALBERTO BOLAFFI,
GINO LUNELLI ED ERNESTO PELLEGRINI RACCONTANO
L'INGRESSO IN AZIENDA DEI PROPRI "EREDI". TANTA GAVETTA
E ZERO FAVORITISMI PERCHÉ LA LEADERSHIP VERA
SI CONQUISTA SUL CAMPO.

Come avete organizzato la successione generazionale nella vostra azienda: quali ruoli avete destinato agli "anziani" e ai "giovani"?

BIAGIOTTI: Mia figlia Lavinia è entrata in azienda a soli 18 anni, dopo la prematura scomparsa di suo padre Gianni Cigna, che è stato il coraggioso condottiero del nostro Gruppo con straordinarie aperture al mercato cinese e a quello russo, in grande anticipo sui tempi.

Oggi Lavinia Biagiotti Cigna ha 35 anni e ricopre il ruolo di Dirigente e Vice Presidente della società, con importanti funzioni manageriali nella comunicazione e nella gestione delle licenze, tenendo alta la posizione del marchio Laura Biagiotti e approcciando la diffusione verso nuovi mercati emergenti. La sua carriera è iniziata con una lunga gavetta fatta di fotocopie, appunti

presi su moleskine nel corso di meeting, appoggiata a un piccolo triangolo di scrivania accanto alla mia assistente e soprattutto assistendo alle estenuanti prove nel back-stage delle sfilate.

Dunque si è fatta le ossa sul campo, ricevendo da me consigli e anche qualche raro rimprovero, che forse le è stato altrettanto utile dell'immenso affetto dal quale è sempre stata circondata in azienda, in qualità di "mascotte" del mondo Biagiotti.

BOLAFFI: Posso felicemente affermare che, per quanto relativo alle nostre attività, il problema della successione non rappresenta una novità, dal momento che ciò è già avvenuto attraverso quattro generazioni. Questo passaggio di consegne è stato sempre facilitato grazie all'esperienza dei collaboratori di ogni livello che, essendo coetanei o un po' più vecchi di chi ri-

ceve il testimone, assistono chi di volta in volta subentra al vertice dell'azienda. Ma forse è meglio partire dal nostro passato. Il bisnonno dell'attuale amministratore delegato, Alberto Bolaffi (che per inciso era cittadino britannico) nel 1890 fonda a Torino l'omonima azienda. A lui negli anni '30 succede il primogenito Giulio a cui subentra poi un altro Alberto, cioè il sottoscritto. Da due anni, per rispondere alla domanda, l'AD è di nuovo un Giulio, il mio primogenito, affiancato da numerosi giovani giunti alla Bolaffi non molti anni prima di lui.

LUNELLI: Ricordo ancora quando, durante un incontro dell'Associazione Italiana delle Aziende Familiari, mi hanno mostrato la dura realtà: solo il 40% delle aziende familiari sopravvive alla seconda generazione, meno del 15% alla terza.



Laura e Lavinia Biagiotti Cigna



Gino Lunelli (al centro) e due generazioni della famiglia

Da quel giorno la mia sensibilità per la tematica dei passaggi generazionali è cresciuta enormemente e ho quindi deciso di procedere con urgenza, prima convincendo i miei fratelli dell'importanza di questi temi, poi avvalendomi di persone esperte che potessero consigliarmi e guidarmi in questo difficile percorso.

Ho quindi chiesto la collaborazione di una importante società di consulenza, The European House Ambrosetti, che ci ha accompagnato passo dopo passo nella definizione di un patto di famiglia propedeutico all'inserimento nel gruppo dei giovani e alla gestione delle carriere delle generazioni che verranno.

PELLEGRINI: La nostra azienda, nata nel 1965 come azienda per la ristorazione collettiva e oggi presente sull'intero territorio nazionale, ha subito individuato la sua mission nel servizio a tutto campo, cioè una serie di servizi di buona qualità che vanno dalla ristorazione alla fornitura di derrate, dalla distribuzione automatica ai buoni pasto, dalla pulizia alla gestione dei servizi integrati.

Abbiamo adottato un modello organizzativo divisionale, ma decisamente snello e semplificato, concepito per imprimere maggiore efficacia alla operatività e per garantire il miglior supporto alle principali funzioni che si confrontano giornalmente con i clienti.

In questo contesto organizzativo mia figlia Valentina ha compiti e ruoli più creativi e innovativi, mentre io mi riservo ancora lo sviluppo commerciale e il controllo della gestione operativa. Certo, il controllo della gestione operativa sarà l'ultima delle attività che andrò a cedere a mia figlia, un po' perché mi piace il ruolo, un po' perché è il ruolo più difficile in cui conta molto l'esperienza.

Come sono stati scelti gli esponenti della nuova generazione da inserire in azienda?

BIAGIOTTI: Siamo alla terza generazione Biagiotti. L'azienda venne fondata da mia madre Delia nei primi anni '60, durante il boom dell'Alta Moda romana, della "Hollywood sul Teve-

re", dove le star internazionali si davano appuntamento nelle grandi case di moda per indossare meravigliosi abiti, primi testimonial del Made in Italy. Io ero iscritta a quell'epoca alla Sapienza e studiavo lettere antiche con indirizzo di specializzazione in Archeologia Cristiana. Essendo figlia unica ho scelto di aiutare mia madre nella sua attività, ricevendo da lei l'insegnamento più importante: "la religione del lavoro". Oggi assieme a mia figlia Lavinia, vera "tedofora" del domani Biagiotti, mi sento di rappresentare quel nucleo di famiglia italiana, che ha saputo creare grandi e piccole dinastie imprenditoriali con l'obiettivo costante dell'amore per il bello, la vocazione a considerare il proprio mestiere come una vera e propria forma d'arte, una religione del "ben fare" italiano.

BOLAFFI: Per quanto relativo al mio caso, la scelta si è limitata al primogenito dal momento che - e la cosa mi è dispiaciuta - il suo fratello cadetto Nicola Alberto, terminati gli studi universitari, si è dedicato allo sport a livello professionistico, affiancando sin »

dall'inizio questa scelta a interessi artistico-letterari che oggi hanno preso il sopravvento. Giulio Filippo fin dalla più giovane età ha dimostrato un particolare interesse per il collezionismo, sapendo affiancare a questa sua predilezione un percorso di studi molto positivo, culminato con un MBA a Boston. Per gli altri giovani che ora lo affiancano l'assunzione viene confermata dopo attenti e approfonditi incontri che diventano ancora più ardui per chi è destinato a futuri incarichi di responsabilità. Generazionalmente viene trasmesso il detto che alla Bolaffi "o si sta poco o si sta tanto" e molti sono stati - e ci auguriamo saranno - i collaboratori che hanno passato tutta, o quasi tutta, la loro vita professionale presso di noi.

LUNELLI: Mio padre Bruno è stato una grande fonte di ispirazione per me. Dopo aver lavorato duramente per anni per far crescere la Ferrari, ha passato il testimone ancora relativamente giovane e in forze. Ho quindi ritenuto

opportuno procedere allo stesso modo con i miei nipoti, ma ponendo dei patti importanti e dando una linea guida chiara. Nei patti di famiglia, con l'aiuto dei consulenti Ambrosetti, ho voluto porre alcuni requisiti fondamentali, propedeutici all'ingresso nel gruppo di famiglia. In primis le nuove generazioni, prima di entrare in azienda, devono fare una esperienza pluriennale all'estero in grandi multinazionali per acquisire competenze manageriali, un bagaglio linguistico importante e, soprattutto, per imparare a lavorare "sotto padrone". In secondo luogo ho voluto cooptare delle persone di alto spessore, ma esterne al gruppo e alla famiglia, in un comitato di valutazione per avere un giudizio imparziale a cui sottoporre le candidature dei giovani, valutare le loro carriere, pianificare il loro futuro. Il primo a entrare nel gruppo è stato Marcello, dopo esperienze in varie cantine vini in Sudafrica e in California: oggi è vicepresidente di Ferrari e responsabile della produzione e ha

così assecondato la sua formazione di enologo e laureato in scienze agrarie. È poi arrivato Matteo, oggi presidente di Ferrari e amministratore delegato della holding, reduce da una esperienza in Goldman Sachs a Zurigo, Londra e New York; Camilla, attualmente responsabile della comunicazione, forte di anni all'estero con esperienze prima in Deloitte e poi nel terzo mondo in Africa con lo Undp (United Nations Development Programme, ndr), il programma di sviluppo dell'Onu; Alessandro, il più giovane, che dopo aver iniziato la sua carriera in consulenza in McKinsey, ha assunto incarichi di rilievo in Unilever a Milano, Manila e Singapore e che ha ora la responsabilità della programmazione e del controllo delle Cantine Ferrari, oltre ad essere consigliere delegato dell'Acqua minerale Surgiva e consigliere di amministrazione di Bisol, una delle più importanti aziende di Prosecco. In quest'ultima siamo recentemente entrati tramite un aumento di capitale utile a finanziare un grande piano di



Valentina ed Ernesto Pellegrini

sviluppo, volto a fare del Gruppo Lunelli il più grande aggregatore di brand di eccellenza nel settore del vino italiano.

PELLEGRINI: Valentina è la mia unica figlia e ha 32 anni. È entrata in azienda appena laureata inserendosi molto bene. Recentemente è stata nominata Vice Presidente con compiti e responsabilità gestionali e commerciali. Questo fatto, sicuramente non secondario, mi fa ben sperare che possa un giorno succedermi con l'aiuto di mio genero Alessandro Ermolli.

Quali sono state le maggiori criticità che avete dovuto affrontare in questo processo?

BIAGIOTTI: Forse la maggiore criticità l'ha dovuta affrontare proprio mia figlia Lavinia, poiché entrando in azienda ha avuto un impatto "duro", sentendo la responsabilità di essere all'altezza della nonna Delia e dei suoi genitori. L'impronta familiare è molto importante, è un modo di dare forza al marchio, di interpretarlo e comunicarlo all'esterno. Con la loro freschezza e con nuovi punti di riferimento i giovani sono in grado di interpretare meglio e più velocemente un mondo globalizzato in rapidissima e costante trasformazione.

BOLAFFI: Inizialmente quella di infondere fiducia nei confronti delle nostre scelte professionali che, salvo la trattazione dell'oro monetario, non sono di facile connotazione. Parlare di filografia, filatelia e numismatica, o anche di aste antiquariali, è materia che non fa parte di nessun percorso didattico e che anche a livello collezionistico è familiare – fatta eccezione per la filatelia – solo a pochi. Con riferimento



Giulio Filippo e Alberto Bolaffi

invece al mio primogenito il passaggio di consegne non è certo stato privo di criticità. Come già avvenuto nel mio caso, con mio padre e mio nonno, per radicate motivazioni di ordine socio-antropologico, quando un giovane ritiene di avere capacità direttive e doti di comando non accetta facilmente di rimanere per lungo tempo privo di una totale autonomia decisionale. Ciò crea inevitabili scontri, come avviene fra l'altro in natura, tra vecchio e giovane maschio e, com'è giusto, dopo qualche "combattimento", chi lascia il branco è sempre il maschio più vecchio.

LUNELLI: Il passaggio dei poteri dalla seconda alla terza generazione è

stato, per nostra fortuna, molto semplice ed è stato tale perché c'è sempre stato inculcato un fortissimo senso di famiglia e una grande unità e compattezza. Se a questa particolarità, di cui sono fiero, aggiungiamo le esperienze maturate dai giovani e la loro gran voglia di fare, si può comprendere come il ricambio sia stato naturalissimo. La difficoltà maggiore è stata nella creazione di un insieme di regole che dessero da un lato precise garanzie agli azionisti, tramite una politica dei dividendi condivisa, dall'altro chiare modalità di creazione della governance aziendale e infine una forte tutela affinché il gruppo rimanga sempre a controllo familiare. Un patto di famiglia è una sorta di »

costituzione fondante che assicura il buon funzionamento dell'impresa e la tutela della proprietà familiare. Ogni decisione inserita nel patto va quindi soppesata con molta cura e decisa in totale accordo con tutti i familiari.

PELLEGRINI: È un processo lento, pensato proprio per non mettere in difficoltà nessuno e dare le responsabilità quando la persona ha in mano tutte le leve per gestirle. L'importante, come al solito, è usare il buon senso e avere la voglia di impegnarsi e di farlo con passione, così come ho fatto anche io. Ho sempre seguito le mie passioni.

La passione del lavoro e del fare le cose per bene, con cura, al meglio delle mie possibilità e mi sono circondato di persone che condividono questa passione, un po' perché le ho scelte, un po' perché le abbiamo formate con molto impegno e molte ore di lavoro. Mia figlia Valentina ne è la testimonianza più diretta.

Quali suggerimenti rivolgete alle imprese che debbono affrontare la successione generazionale?

BIAGIOTTI: Sotto il profilo personale con mia figlia Lavinia il rapporto professionale non incide, al di là del fatto che tra figli e genitori credo sia inevitabile, e anche stimolante, un certo naturale ed educato confronto: l'importante è non radicalizzare e rappresentare comunque la positività dello scambio di idee. È fondamentale, come dico spesso, vivere in uno stato di "open mind" perché la ritengo una condizione indispensabile per relazionarsi

adeguatamente al mondo contemporaneo, così denso di cambiamenti repentini e imprevedibili.

Una disponibilità ad aprirsi al nuovo senza preconcetti. I giovani rappresentano le energie vitali, quelle che devono essere spese, non legate alla tradizione, ma con uno spirito nuovo d'interpretarla. Per quanto ci riguarda, mia figlia Lavinia è stata "un'allieva" assai scrupolosa, ma oggi è anche un po' la mia "tutor", anche io sono disposta ad imparare da lei. Penso debba realizzarsi un'osmosi attenta e generosa e che le nostre idee abbiano costantemente bisogno di quell'enzima di novità e fantasia portato dalle nuove generazioni, non solo nella moda, nell'impresa, ma soprattutto nella società e nel Paese.

BOLAFFI: Anzitutto consigliamo che fra i previsti designati esista la sincera vocazione a prendere le redini con convinzione e determinata volontà. Se si coglie qualsiasi forma di disagio - anche se ciò per le aziende di antica tradizione rappresenta un vero trauma - meglio cedere o chiudere. Inoltre voglio citare Aristotele, che diceva che "amore significa conoscenza e conoscenza significa amore". Chi si affida a questo detto, per quanto relativo al secondo caso, deve comunque disporre di particolari doti di acume e disponibilità intellettuale, indispensabili per affrontare anni di frustrazioni e scoraggiamenti per poi giungere a svolgere con convinzione e soddisfazione un'attività a cui agli inizi ci si sentiva estranei.

Per concludere, sono convinto che l'erede che in questi tempi decide di non chiudere o vendere l'impresa familiare merita comunque una particolare nota di merito: si tratta di una risposta



coraggiosa che suona anche come un condivisibile atto di fiducia nei confronti del futuro nel nostro Paese.

LUNELLI: Il primo consiglio è rivolto ai giovani: che facciano lunghe esperienze all'estero in grandi multinazionali per sviluppare competenze manageriali, aprire gli occhi al mondo e imparare a lavorare "sotto padrone". Alle imprese, ma soprattutto agli imprenditori, raccomando invece di procedere in maniera tempestiva a effettuare il passaggio generazionale senza aspettare che il mercato o gli avvenimenti della vita forzino tale processo, creando un patto di famiglia con delle regole formalizzate per le generazioni future. Si deve agire quando la famiglia è più unita che mai e il rispetto e la fiducia reciproca sono totali: così tutto diventa più semplice.

PELLEGRINI: L'unico consiglio che mi sento di dare è che la successione sia esclusivamente meritocratica e non sia condizionata dagli affetti.

Nella mia esperienza ho visto tanti padri che abdicavano ai figli solo per un fatto di successione generazionale, ma purtroppo questo non è garanzia della continuità dell'azienda. ●

Accountability

Process oriented
and
team working



SIT
un'azienda
di valori

Customer orientation

Agility

Fin dagli anni '50,
quando il gas naturale iniziò a diffondersi in Europa,
SIT è stata fra i protagonisti del settore.

Costituita nel 1953 dai fratelli de' Stefani,
oggi è il primo produttore mondiale di sistemi per
il controllo e la regolazione del gas
negli apparecchi di riscaldamento domestico e
negli impianti di cottura industriale.



Vincenzo de' Stefani

Ciò che siamo oggi è frutto del nostro lavoro e dei nostri valori:
Sicurezza, Integrità, Responsabilità, Agilità, Orientamento al
cliente, Conoscenza tecnica e tecnologica, Orientamento ai
processi e lavoro di squadra, Orgoglio di appartenere a SIT.

Valori solidi, che perseguiamo con determinazione e
sui quali ogni giorno costruiamo il nostro futuro.

Integrity

Safety

Proud to be SIT

www.sit.it

SIT la prima
Viale dell'Industria
35124

Technical and Technological know-how

La gamma dei prodotti SIT



Controlli
meccanici



Controlli
elettronici



Sistemi di controllo
della combustione



Ventilatori



Contatori gas
telegestibili

MANULI RUBBER INDUSTRIES SINONIMO DI INTERNAZIONALITÀ



Manuli Rubber Industries è un gruppo multinazionale, fondato nel 1935, strutturato in **2 distinte organizzazioni globali** operanti a livello mondiale:

- **Manuli Hydraulics**, focalizzato nella progettazione, produzione e vendita di macchine e componenti in gomma/metallo per la trasmissione di fluidi in applicazioni idrauliche ad alta pressione e per il settore Oil & Marine.
- **Fluiconnecto by Manuli**, focalizzato nella distribuzione agli utilizzatori finali attivi in tutti i principali settori applicativi, di servizi tecnici e componenti idraulici di altissima qualità.

Manuli Rubber Industries offre ai propri stakeholder un valore sostenibile attraverso l'eccellenza in innovazione, qualità e servizio.

I NUOVI CAVALIERI DEL LAVORO





GIAN LUIGI ANGELANTONI

1944, Todi (Pg)

**Industria aerospaziale/meccanica/solare – Perugia
Umbria**

È **PRESIDENTE** del Gruppo Angelantoni Industrie, specializzato nella progettazione e produzione di apparecchiature per il collaudo di materiali e sistemi meccanici, elettrici ed elettronici con applicazioni nei settori aeronautico, automobilistico e spaziale.

Maturità scientifica a Milano e biennio in ingegneria elettrotecnica a Pavia, l'imprenditore è stato l'artefice della crescita industriale e tecnologica del gruppo, presso il quale ha cominciato a lavorare nel 1966, quando era ancora la piccola azienda fondata dal padre all'inizio degli anni Trenta. Con un fatturato consolidato di circa 130 milioni di euro, 900 dipendenti e otto stabilimenti produttivi, di cui 4 in Italia e gli altri in Germania, Francia, Cina e India, il gruppo è articolato in 3 subholding: Angelantoni Test Technologies (ATT), Angelantoni Life Science (ALS) e Angelantoni Clean Tech (ACT).

La prima, che realizza all'estero il 90% del fatturato, progetta e costruisce camere per prove ambientali simulate, simulatori spaziali per collaudo di satelliti, sistemi vibranti elettrodinamici, nonché banchi di prova e

sistemi di crash test. La seconda rappresenta un piccolo gioiello del settore biomedicale e, grazie a una squadra multidisciplinare di ingegneri e ricercatori, ha messo appunto apparecchiature estremamente innovative e tecnologicamente avanzate come "Hermosafe", frigo emoteca automatizzata per la distribuzione di sacche di globuli rossi concentrati, e "Smartfreezer", biorepository robotizzato a -80°C o a -180°C in vapore di azoto liquido. Risultati conseguiti grazie anche a investimenti in ricerca e sviluppo pari al 10% del fatturato annuo. La terza subholding, infine, è Angelantoni Clean Tech (ACT), specializzata nelle tecnologie pulite con un portafoglio di 23 brevetti registrati a livello internazionale e collaborazioni con prestigiosi atenei e

centri di ricerca. Con la Archimede Solar Energy (ASE), di cui è presidente, ha sviluppato – unica al mondo – la produzione di tubi ricevitori a Sali fusi, olio e Dsg per centrali termodinamiche a collettori parabolici lineari in uno stabilimento da 60 milioni di euro. È presidente di Anest, associazione italiana solare termodinamico e vice presidente del Kyoto Club. ●





ALI REZA ARABNIA

1955, Teheran
**Industria meccanica – Milano
Lombardia**

UN SINONIMO DI QUALITÀ, elevata tecnologia e grande affidabilità. Questo rappresenta per il settore dell'automotive Geico, azienda specializzata nella produzione e fornitura di impianti completi e fortemente automatizzati per la verniciatura delle scocche. Sede a Cinisello Balsamo, con un fatturato di circa 100 milioni di euro la Geico occupa 109 dipendenti ed esporta il 95% degli impianti realizzati.

A guidarla in qualità di presidente e amministratore delegato è Ali Reza Arabnia, imprenditore di origini iraniane, che ha saputo risolvere l'azienda – acquisita nel 2005 – da un periodo di crisi, portandola ad essere oggi un nome di riferimento per Audi, Renault, Fiat-Iveco e General Motors

per la quale, ad esempio, ha realizzato un impianto in India. Lasciato l'Iran nel 1977, Ali Reza Arabnia studia tra l'Inghilterra e l'Italia, dove si laurea alla Università John Cabot di Roma. Successivamente consegue due master in Business Administration, il primo all'Università di San Diego e il secondo alla Bocconi di Milano, ai quali aggiunge più in là un dottorato in gestione industriale alla Colombia University di

New York. L'ingresso nel mondo del lavoro risale ai primi anni Ottanta proprio in Geico, società del gruppo Gecofin, per la quale accetta di trasferirsi in Nigeria per un incarico come direttore finanziario della filiale locale. Rientrato in Italia nell'87 assume la guida di un'altra impresa del gruppo, la Fast & Fluid management, dove rimarrà fino al 2005, anno dell'acquisizione di Geico.

Fra le tappe più significative della crescita dell'azienda è da segnalare, nel 2011, l'alleanza stretta con la società giapponese Taikisha, leader mondiale nella produzione di impianti per la verniciatura. Nel 2013 l'imprenditore ha inoltre inaugurato il Geico-Taikisha Global Technology Centre, ovvero un polo tecnologico specializzato nello

sviluppo di prototipi di impianti a basso consumo energetico e ridotto impatto ambientale ed attualmente considerato fra i più avanzati del settore automotive. Nel corso degli anni l'imprenditore si è distinto per etica e trasparenza applicate all'interno della propria azienda, che ha ricevuto numerosi riconoscimenti ed è stata spesso citata come gruppo industriale che ha saputo superare la crisi in modo brillante. ●





FRANCA AUDISIO RANGONI

1939, Torino
Industria farmaceutica e cosmetica – Torino
Piemonte

QUELLA DELLA DUAL SANITALY è la tipica storia di una piccola impresa italiana, nata come azienda a conduzione familiare e con pochi dipendenti alla fine degli anni Quaranta e oggi affermata realtà nel settore dei prodotti parafarmaceutici. A guidarla è Franca Audisio Rangoni, in qualità di presidente e amministratore delegato, che ha cominciato a lavorare nell'azienda paterna subito dopo aver completato gli studi superiori.

I primi incarichi in quella che allora si chiamava "Villafranca di Eugenio Audisio" sono di carattere generico e consentono alla giovane Franca di prendere confidenza con l'organizzazione complessiva dell'azienda. All'epoca l'attività principale consisteva nella produzione, commercializzazione e distribuzione esclusiva per l'Italia dei prodotti francesi a marchio "Dr Gibaud".

A partire dal 1960 l'imprenditrice assume la responsabilità della produzione. A questo incarico nel 1970 affianca quello di responsabile acquisti, occupandosi inoltre dell'ammmodernamento tecnologico con l'introduzione di sistemi informatici. Nel 1979 diventa amministratore delegato dell'azienda, carica tuttora detenuta,

e si impegna nella ricerca di nuovi mercati e nel lancio di nuovi prodotti. A metà degli anni Ottanta gli stabilimenti si trasferiscono nella sede attuale di Moncalieri, che si estende su una superficie di 11mila metri quadri.

Più recente, invece, è la strategia di diversificazione produttiva intrapresa da Audisio Rangoni, la quale nei primi anni Duemila investe sul settore omeopatico acquisendo il laboratorio farmaceutico Homeopharm, all'epoca con sede a Bordighera e oggi invece a Ventimiglia. Nel 2002 le due società si fondono dando vita alla Dual Sanitaly.

Oggi l'azienda offre una gamma completa di prodotti per il benessere della persona, distribuiti in oltre il 90% delle farmacie. Alla linea originaria "Dr Gibaud" si è aggiunta la

Gibaud Ortho, che comprende piccole apparecchiature ortopediche, la tedesca Gehwol, specializzata in prodotti per la cura del piede, nonché le più recenti linee fitoterapiche come Herbalab e omeopatiche come Homeopharm. Occupa 136 dipendenti. Impegnata anche a livello associativo, Franca Audisio Rangoni è presidente nazionale dell'Associazione imprenditrici e donne dirigenti di aziende. ●





GIUSEPPE BONO

1944, Pizzoni (Vv)

**Industria metalmeccanica – Roma
Lazio**

DAL 2002 è amministratore delegato di Fincantieri, quarto costruttore al mondo di navi da trasporto, da crociera e militari con 21 cantieri sparsi nei tre continenti, quasi 20mila dipendenti – dei quali 7.900 impegnati negli otto stabilimenti italiani – e ricavi superiori ai 4 miliardi di euro. Nemmeno ventenne Giuseppe Bono ha cominciato a lavorare presso la Omeca, una società calabrese partecipata da Fiat e Finmeccanica, occupandosi di contabilità e pianificazione. Nel 1971, un anno dopo la laurea in economia a commercio all'Università di Messina, assume il ruolo di responsabile bilancio consolidato e condirettore controllo programmi e gestione della Efim, che nel 1968 aveva acquisito la Omeca. Dopo dieci di esperienza, corroborata dalla partecipazione alla Commissione del Ministero delle Partecipazioni statali che era stata incaricata di stabilire i principi contabili delle controllate, è nominato direttore generale della Sopal, finanziaria alimentare dell'Efim (Ente partecipazione e finanziamento industrie manifatturiere, ndr) con il compito di avviare la ristrutturazione delle aziende. Nel 1987, con la nomina ad amministratore delegato di Aviofer, Bono passa al settore trasporti e interviene nel processo di ristrutturazione di Agusta gettando le basi per il rilancio dell'impresa elicotteristica nazionale. Dal '91 al '93 è richiamato in Efim, dove assume la carica di direttore generale e contribuisce all'ac-

cordo per la fusione dell'ente con Finmeccanica, occupandosi della salvaguardia delle aziende partecipate.

A lui è da attribuire lo sviluppo del maggiore gruppo industriale italiano nei settori, aerospaziale, della difesa e della sicurezza. Nominato direttore generale di Finmeccanica nel 1997, nonché responsabile ad interim delle aziende del Gruppo Alenia Difesa e Ansaldo, Bono avvia infatti una profonda riorganizzazione delle attività, dismettendo quelle non strategiche e stringendo alleanze con importanti partner internazionali. Al contempo lavora al risanamento del debito e a un aumento di capitale preparando il terreno per la successiva privatizzazione che avverrà nel 2000.

Lo stesso anno è nominato amministratore delegato di

Finmeccanica, carica che mantiene per due anni, fino al passaggio in Fincantieri. Sotto la sua guida l'azienda sviluppa la costruzione di navi da crociera di lusso, portando avanti con successo una strategia di diversificazione produttiva. A questo scopo rispondono, ad esempio, due acquisizioni: nel 2009 quella del Gruppo Marinette, azienda americana specializzata nella costruzione di navi sia mercantili che militari per la US Navy e per la Guardia costiera; nel 2013 quella della STX OSV (oggi Vard), leader nella costruzione di mezzi di supporto per le attività di estrazione e produzione di petrolio e gas naturale. Oltre che in Norvegia è presente con stabilimenti in Romania, Vietnam e Brasile ●





CREA
IDENTITY

La tua storia. Va in scena.



Ogni storia è come un film. Ci vuole passione per raccontarla, ma anche un buon soggetto, un'ottima sceneggiatura e una regia sapiente. Crea Identity è il partner che ti aiuta a «mettere in scena» il **tuo brand**, per valorizzare il tuo potenziale. Attraverso il potere del racconto.

Crea Identity Design your story



RENATO BREVINI

1943, Reggio Emilia
**Industria meccanica – Reggio Emilia
Emilia Romagna**

BREVINI GROUP è una delle prime aziende al mondo specializzate nel settore dei riduttori e delle trasmissioni meccaniche. Possiede cinque stabilimenti produttivi in Italia, uno in Germania e uno in Cina. L'85% della produzione è destinato ai mercati esteri, dove opera con 24 filiali, e sempre all'estero lavorano circa mille dei complessivi 2.200 dipendenti. Nel 2013 il fatturato consolidato ha raggiunto i 340 milioni di euro.

È questo, in estrema sintesi, il ritratto di uno dei gruppi più floridi della meccanica italiana, nato nel 1960 in una piccola officina di Reggio Emilia per iniziativa di Luciano e Renato Brevini. La prima buona occasione si presenta nel 1964, quando Renato intuisce le grandi potenzialità dei riduttori epicicloidali, all'epoca prodotti solo in Germania e negli Stati Uniti. Entrato in contatto con il gruppo tedesco Linde, comincia a vendere loro i propri riduttori modulari. L'azienda cresce e nel 1973 si rende necessaria una riorganizzazione societaria, che porta l'imprenditore ad assumere la responsabilità di tutta l'area tecnico-commerciale. Fra le prime decisioni, quella di creare una rete di vendita diretta attraverso delle filiali in Lombardia e Piemonte, dove si trovano i maggiori clienti. La stessa strategia viene seguita anche nel primo approccio con l'estero.

Siamo alla fine degli anni Settanta e nascono le filiali di Huntsville, in Alabama, di Youngstown, in Ohio, e di Parigi

e Wuppertal, in Germania. Con la prematura scomparsa del fratello Luciano, Renato assume la presidenza dell'azienda. Gli anni successivi saranno caratterizzati da un rafforzamento dell'internazionalizzazione, con aumento di export e fatturato. Particolarmente proficuo il decennio 1990-2000, che vede il numero dei dipendenti crescere da 330 a 520 e la produzione annua di riduttori epicicloidali passare dalle 40 alle 100mila unità. Cina, Corea, Singapore, Giappone, Australia, Nuova Zelanda e Brasile sono i paesi scelti per aprire nuove filiali commerciali, che nel 2006 raggiungono quota 24. Acquisita nel 2002 la tedesca PIV Antrieb Werner Reimers, storica azienda specializzata in riduttori e variatori, l'anno successivo Brevini raggruppa le attività

dell'oleodinamica sotto un'unica capogruppo fondando Brevini Fluid Power. La stessa riorganizzazione avviene nel 2007 per le attività meccaniche con la Brevini Power Transmission. Prosegue nel frattempo il processo di internazionalizzazione rafforzato dall'apertura di uno stabilimento produttivo a Yangcheng, in Cina, primo in assoluto all'estero. L'ultimo successo fa volare il nome di Brevini a Panama. I sistemi di movimentazione dei cancelli del nuovo Canale saranno dotati della tecnologia dell'azienda italiana, così come Brevini Power Transmission saranno targati i sistemi della cinese Honghai Crane, la gru portuale più grande al mondo attualmente in costruzione. ●





LEONARDO CALTAGIRONE

1947, Buenos Aires
Servizi immobiliari/Edilizia – Roma
Lazio

È **FONDATORE** e proprietario del Gruppo Leonardo Caltagirone, uno dei maggiori gruppi immobiliari del paese, a cui si deve lo sviluppo di progetti urbanistici di assoluto rilievo e il cui valore oggi è stimato intorno ai due miliardi di euro. Impiega circa 100 dipendenti e l'indotto è stimato in circa 4.000 persone. Laureato in economia e commercio all'Università La Sapienza di Roma, Caltagirone comincia a lavorare nel settore acquisendo nel 1971 la società Scar66, attraverso la quale sviluppa le aree acquistate nel quadrante sud della capitale.

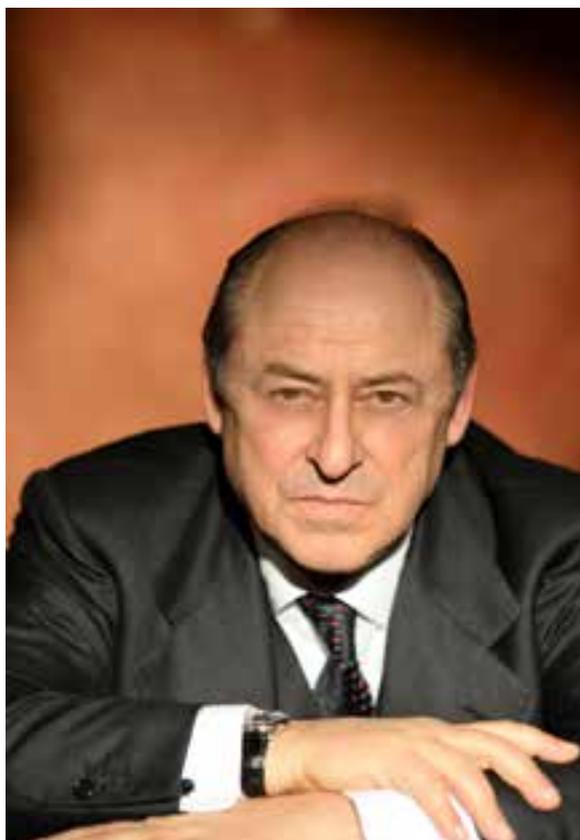
A metà degli anni Ottanta fonda e sviluppa una serie di società che costituiranno la base del futuro Gruppo Leonardo, in particolare la Ulmus e la Fonte, a cui si aggiunge nell'88 l'acquisizione della Co.Ge.Sy, con sede a Castelfranco Veneto e con la quale inizia a operare anche nel settore degli appalti pubblici. Tra il '90 e il 2000 prosegue il consolidamento del gruppo, accumulando un importante patrimonio immobiliare diversificato per territorio e destinazione d'uso, sia residenziale che commerciale. Il fiore all'occhiello è rappresentato certamente da Parco Leonardo, a Roma, il più importante complesso immobiliare integrato privato in Italia, che si estende su una superficie di 160 ettari lungo l'asse aeroportuale Roma - Fiumicino e comprende appartamenti, un centro commerciale con 250 punti vendita, strutture di servizi, nonché un cinema con 24 sale.

In ambito europeo il progetto ha ricevuto numerosi riconoscimenti, fra cui nel 2009 l'International Property Awards London per le categorie Best Retail Property e il Best Leisure Property.

Vince anche nella categoria Best Residential Property, ma per il complesso residenziale di Terre dei Consoli a Viterbo, al quale l'imprenditore ha cominciato a lavorare dal 2000. Sul modello delle "Golf Community", il progetto punta a congiungere all'interno del medesimo contesto ville private e strutture ricettive per il turismo al campo da golf. Quest'ultimo viene disegnato dal celebre architetto americano Robert Trent Jones, autore di alcuni dei campi più spettacolari al mondo negli Stati Uniti e in Europa.

Relatore in numerosi convegni, nel 2009 ha tenuto un ciclo di lezioni per il Master in Real Estate Finance presso l'Università Luiss di Roma.

Impegnato anche in ambito sociale, Leonardo Caltagirone promuove iniziative dirette alla raccolta di fondi a favore di fondazioni e associazioni impegnate nella ricerca medica, nella tutela ambientale e nella promozione della legalità. Ha collaborato in passato con Telethon e ha inoltre promosso una raccolta di denaro a favore della Protezione Civile per il post terremoto in Abruzzo. Appassionato di fotografia, di arte e di musica classica, jazz e rock, possiede anche una piccola azienda agricola in Umbria dove coltiva grano e tartufi e produce olio e vino. ●





VITTORIO COLAO

1961, Brescia
Telecomunicazioni - Londra
Gran Bretagna

È **AMMINISTRATORE DELEGATO** di Vodafone, seconda compagnia di telefonia mobile su scala mondiale, attiva in 30 paesi distribuiti fra Europa, Asia, Africa e Oceania, con 252 milioni di clienti e oltre 90.000 dipendenti. Sin dagli studi il suo percorso ha avuto una forte impronta internazionale. Durante l'università frequenta, infatti, un semestre all'École Supérieure Sciences économiques et commerciales a Cergy, vicino Parigi. Laureatosi con lode in economia aziendale nell'86 alla Bocconi di Milano, due anni dopo vince una delle borse di studio "Enrico Mattei" erogate dall'Eni, grazie alla quale accede al Master in Business Administration della Harvard Business School. Nel frattempo aveva già cominciato a lavorare come business analyst per la sede italiana di McKinsey&Co e nell'intervallo tra il primo e il secondo anno del master effettua uno stage alla Morgan Stanley International di Londra.

Conclusi gli studi è assistente per quasi un anno del direttore generale di Arnoldo Mondadori Editori. Rientra in McKinsey come consulente e lavora con Rai, Gruppo Smi, Rcs fino al lancio della startup Omnitel Pronto Italia (oggi Vodafone Italia), della quale diventa direttore generale nel 1996 e amministratore delegato nel 1999. La nomina è da parte di Mannesmann, società tedesca operativa nel campo delle partecipazioni finanziarie, che nel frattempo aveva acquisito

la maggioranza. Acquisita a sua volta da Vodafone Group, Colao mantiene l'incarico anche con la nuova proprietà e lancia la Fondazione Omnitel/Vodafone a sostegno di progetti di utilità sociale. Gli anni successivi sono caratterizzati da un susseguirsi di incarichi apicali all'interno del Gruppo. Nel 2001, infatti, Colao è nominato Ceo regionale per l'Europa meridionale, gestendo in particolare la transizione del marchio da Omnitel a Vodafone. L'anno dopo entra nel consiglio di amministrazione di Vodafone Group e nel 2004 assume la guida anche delle aree del Mediterraneo e dell'Africa, sviluppando il mercato dei prodotti prepagati per tutte le fasce di popolazione. Interrompe il percorso per guidare Rcs Mediagroup in qualità di amministratore delegato. Vi resta due

anni, durante i quali lavora al lancio di cinque nuove testate periodiche in Italia e in Spagna, cura diversi restyling introducendo il full color sul Corriere della Sera e, infine, potenzia il canale internet.

Il rientro in Vodafone Group avviene nel 2006 come Ceo per l'Europa e Deputy Group Ceo, responsabile delle funzioni commerciali e di gruppo, finché nel 2008 arriva la nomina attuale a Ceo del Gruppo. Da allora Colao ha proseguito con acquisizioni in Africa e alleanze commerciali in Estremo Oriente, confermando l'evoluzione del gruppo da servizi puramente mobili a servizi a banda larga integrati. ●





AUGUSTO COSULICH

1953, Genova
**Industria armatoriale – Genova
Liguria**

È ALLA GUIDA, come amministratore delegato, di Fratelli Cosulich, nome di spicco nel panorama armatoriale nazionale, che negli anni ha consolidato un'offerta a 360 gradi nell'ambito dello shipping con società specializzate nella movimentazione container, rifornimento carburante, brokeraggio assicurativo fino alla produzione e distribuzione di materiali per l'isolamento termoacustico. Occupa 450 dipendenti, dei quali 118 in Italia nelle sedi di Genova – la principale – Trieste, Napoli, Ravenna e Venezia. La presenza internazionale è assicurata dalle società operative di Hong Kong, Singapore, Svizzera, Cina, Turchia, Regno Unito, Irlanda, Brasile e Stati Uniti.

Le origini del Gruppo risalgono alla seconda metà dell'Ottocento, quando la famiglia operava a Lussino, in Croazia, e poi a Trieste con una flotta di navi a vapore. Lo spostamento a Genova del baricentro operativo avviene nel secondo dopoguerra, quando la società si specializza nel traffico passeggeri per conto di alcune società armatoriali americane. Il percorso professionale di Augusto Cosulich ha inizio nel 1976. Conseguita la laurea in giurisprudenza, si trasferisce a New York per lavorare presso alcune società quali Peralta

Shipping, Norton Lilly e Maritime Overseas Corporation, maturando una significativa esperienza in ambito gestionale e amministrativo. Rientra in Italia nell'80 e due anni dopo viene nominato amministratore delegato del gruppo, carica che manterrà senza interruzioni fino ai giorni nostri. A quel periodo risalgono numerosi viaggi in Cina, dove l'imprenditore riesce a stringere dapprima un contratto di agenzia, poi una vera e propria joint venture con la China Ocean Shipping Company (COSCO), colosso armatoriale leader nel trasporto container nonché compagnia di bandiera del paese asiatico. Sono gli anni in cui vengono aperti gli uffici di Hong Kong, Singapore e Haiphong.

Tra la fine degli anni Novanta e la prima metà degli anni

Due-mila sviluppa l'attività aprendo sedi operative in Brasile, Regno Unito e in Turchia. Con il Gruppo Arkas di Smirne, una delle maggiori società armatoriali e logistiche del paese, ha costituito nel 2012 una joint venture in Italia, che ha già dato buoni risultati con un significativo incremento in termini occupazionali. Nello stesso anno la Fratelli Cosulich è stata inserita nel Registro delle imprese storiche. Maratoneta appassionato, colleziona opere di arte contemporanea. ●





GIANCARLO DANI

1949, Arzignano (Vi)
**Industria conciaria – Vicenza
Veneto**

C'È UN TOCCO di made in Italy dietro l'ipertecnologico Ipad. Le pelli delle copertine utilizzate per il prodotto simbolo della Apple provengono, infatti, dal distretto conciario di Arzignano, dove hanno sede i cinque stabilimenti di Dani, azienda specializzata nella lavorazione delle pelli nata nel 1950 come piccola conceria a conduzione familiare. A guidarla, in qualità di presidente e amministratore delegato, è Giancarlo Dani, uno dei sei figli del fondatore nonché il principale artefice della trasformazione dell'impresa da fornitrice in conto terzi a primaria realtà nazionale del settore.

Due le divisioni in cui è articolata, Home Style & Fashion e Automotive: la prima realizza pelli finite destinate ai prodotti di fascia medio-alta per i settori calzaturiero, dell'arredamento e della pelletteria e vanta tra i suoi clienti nomi del calibro di Tod's, Hermès, Versace, Roche Bobois, Flexform e Walter Knoll; la seconda fornisce pelli finite e set tagliati a case automobilistiche europee quali Bmw e Volkswagen. Questa divisione nasce dall'acquisizione di un'azienda in difficoltà, la Leather Gbr, rilevata nel 2009 insieme a tutto il personale. Nel complesso oggi il gruppo Dani impiega 670 persone, inclusi una cinquantina di operai attivi presso una start up di taglio e cucito aperta di recente in Tunisia per supportare le forniture per i settori

automobilistico, ferroviario, aereo e navale. L'80% del fatturato, che nel 2013 si è attestato sui 208 milioni di euro, è realizzato grazie all'export con più di 50 paesi raggiunti in tutto il mondo. Oltre agli stabilimenti di Arzignano, l'imprenditore ha aperto due sedi commerciali all'estero, una negli Stati Uniti e l'altra in Cina.

Sensibile ai temi ambientali, lo scorso anno Dani ha aderito al progetto europeo Indeco, finalizzato a individuare tecnologie per il risparmio energetico. Ha pertanto avviato collaborazioni con diversi atenei italiani – Padova, Milano, Napoli e Venezia – promuovendo all'interno della propria azienda il programma "Eco.L.I.F.E". Grazie a questo progetto, ad oggi è l'unica conceria italiana ad avere ottenuto

l'etichetta ecologica tedesca "Der Blaue Engel" e la prima a rilevare la cosiddetta "Carbon Footprint", ovvero l'impatto climatico della lavorazione della pelle finita.

Inclusa fra le 100 aziende "più verdi" d'Italia nel Rapporto GreenItaly 2012, l'impresa si era inoltre aggiudicata l'anno precedente il "Premio dei Premi", consegnato dal presidente della Repubblica per la Giornata dell'Innovazione.

Nel biennio 2007-2009 l'imprenditore è stato presidente di Aicc, l'Associazione italiana chimici del cuoio. Attualmente è presidente di Utiac, che rappresenta gli industriali conciari del distretto. ●



ANDREA CAMILLERI SEGNALI DI FUMO

*Una incantevole conversazione
a distanza con l'amico
saggio, ironico, affettuoso
che tutti vorremmo avere*



E-BOOK
COMPRESO
NEL PREZZO

“Disponendoli in una sequenza narrativa che mescola le vicende politiche agli affetti personali, Camilleri si rivolge al lettore in uno stile intimo, da conversazione privata.”

La Repubblica

“Boccate di poesia, di infanzia, di storia e di ignoranza italiana tra un mozzicone e l'altro.”

Domenica-Il Sole 24 Ore

**“Un libro sull'oggi. A tratti impietoso, come giusto che sia.
Senza però perder mai la speranza.”**

pagina99



UtetLibri

**UTET**

#SEGNALIDIFUMO



CLAUDIO DEL VECCHIO

1957, Borgo Valsugana (Tn)
**Abbigliamento – New York
Stati Uniti**

È **PRESIDENTE** e amministratore delegato di Brooks Brothers Group, con il quale ha rilanciato lo storico marchio di camicie indossate dai Kennedy, da Andy Warhol e da attori come Cary Grant e Fred Astaire. La produzione è realizzata in tre stabilimenti dislocati negli stati del Massachusetts, New York e North Carolina, che impiegano nel complesso mille persone. Includendo i 500 punti vendita nel mondo, dei quali 400 gestiti direttamente, si arriva a un totale di 6.000 dipendenti.

Figlio di Leonardo Del Vecchio, il patron della celeberrima Luxottica, da ragazzo aiutava il padre nello stabilimento di Agordo, studiando le varie fasi del processo produttivo. A 24 anni si trasferisce in Germania per occuparsi del primo centro di distribuzione diretta di Luxottica all'estero. L'anno dopo arriva negli Stati Uniti con il compito di gettare le basi della rete globale di distribuzione diretta dell'azienda italiana e nel '90 sovrintende alla quotazione al New York Stock Exchange. Gli anni Novanta sono caratterizzati da una forte espansione commerciale: nel '95 infatti vengono acquisiti Lenscrafters, la più grande catena americana di negozi di occhiali, e il gruppo Casual Corner, catena di abbigliamento femminile.

Nel 2001 quest'ultimo cambia nome in Retail Brand Alliance e acquisisce Brooks Brothers.

Del Vecchio decide di focalizzarsi sul mercato del lusso e abbandona i marchi di abbigliamento non pertinenti. La strategia si rivela vincente e in poco più di dieci anni il Gruppo quintuplica il fatturato arrivando nel 2013 a quota un miliardo e 200 milioni di dollari. Dopo gli Stati Uniti è il Giappone il mercato più florido per il marchio, che per quanto riguarda l'Italia – dopo i due monomarca di Milano e Bologna – recentemente ha aperto il terzo nella capitale romana.

Oltre a vestire importanti esponenti politici e intellettuali, non soltanto del passato, Del Vecchio ha lavorato anche per il cinema realizzando i costumi maschili del film "Il grande Gatsby" diretto da Baz Luhrmann. Di rilievo l'impegno

dell'imprenditore nel sociale. Collabora infatti con numerose organizzazioni filantropiche, fra le quali l'American-Italian Cancer Foundation, la One Sight per la ricerca sul cancro al seno e la Hellen Keller Services per i non-vedenti. Nel 2007 ha istituito la Golden Fleece Foundation legata al Gruppo Brooks Brothers, con la quale ha raccolto fondi per conto di diverse organizzazioni nazionali. Componente del consiglio di amministrazione di Luxottica Group, nel 2012 ha ricevuto la laurea honoris causa in Business Administration dalla Bryant University di Rhode Island. ●





ARMANDO ENZO DE MATTEIS

1940, Casalbore (Av)
**Industria agroalimentare – Avellino
Campania**

CON UN MULINO in grado di macinare 450 tonnellate di grano al giorno e 11 linee di produzione direttamente collegate, De Matteis Agroalimentare è il primo pastificio campano per volumi prodotti – 130 tonnellate all’anno – nonché uno dei pochissimi a lavorare con un ciclo integrato di trasformazione grano/pasta. Il suo fatturato è passato dai 6 milioni dei primi anni Novanta agli oltre 120 attuali. L’export rappresenta il 65% del totale e con il marchio “Pasta Baronìa – Grano Armando”, anche attraverso la grande distribuzione, raggiunge circa 60 paesi dislocati fra Europa e Stati Uniti, cui si aggiungono anche il Giappone e l’Australia.

Dietro questo successo c’è Armando Enzo De Matteis, maturità scientifica e una spiccata vocazione imprenditoriale, messa a frutto inizialmente nel settore edile con la De Matteis Costruzioni e poi negli anni Ottanta prima con la Elcon, azienda specializzata nella produzione di connessioni elettriche, e poi con la Megarad, attiva nel settore dei termo restringenti. L’ingresso nel settore alimentare arriva nel ’93, quando l’imprenditore, proseguendo nella sua diversificazione, rileva un piccolo complesso industriale per la molitura dei cereali e la produzione di paste alimentari a Flumeri, nell’avel-

linese. Significativi investimenti in macchinari e tecnologie consentono all’impresa di conseguire negli anni importanti certificazioni quali, ad esempio, la UNI EN ISO 9001 e 14001, che garantiscono il Sistema Qualità e Ambiente, la EFSIS, che verifica l’applicazione dello Standard BRC e IFS, e infine la Bioagricert, per le produzioni da coltivazioni biologiche. Presso lo stabilimento, che si estende su una superficie di 88mila metri quadrati, lavorano 180 persone. Attento al territorio, nel 2009 De Matteis ha messo in piedi una filiera cerealicola nella propria regione coinvolgendo numerosi comuni, enti di ricerca e l’Università del Molise. L’anno dopo ha lanciato il patto di filiera Grano Armando aggregando più di 800 aziende agricole in sette regioni

per un totale di 10mila ettari coltivati con l’obiettivo di rivitalizzare la produzione del grano duro italiano di alta qualità. Impegnato anche nel sociale, sostiene le associazioni di ricerca mediche AIRC e AIL e, anche in ambito sportivo, ha sponsorizzato diverse squadre locali di basket.

È da lungo tempo sostenitore del Giffoni Film Festival, nonché sponsor della manifestazione internazionale “Musica in Irpinia”. Più recentemente ha ospitato concerti e mostre permanenti, valorizzando artisti locali. ●





NARDO FILIPPETTI

1950, Pesaro
**Turistico/Alberghiero – Pesaro
Marche**

LA STORIA di Nardo Filippetti è quella di un “self-made man” italiano, un imprenditore che ha cominciato a lavorare giovanissimo, a soli 15 anni, come aiuto concierge e portiere notturno presso alcune strutture ricettive di Riccione e San Marino e che oggi, cinquant’anni dopo, è a capo del Gruppo Eden Viaggi, una delle maggiori realtà nazionali del settore turistico. Interrotti gli studi all’istituto alberghiero, Filippetti emigra a 16 anni in Germania, a Monaco di Baviera, dove trova impiego come *commissionaire* presso il Regina Palast Hotel e nel frattempo impara il tedesco. Rientra in Italia dopo due anni e insieme alla madre prende in gestione un albergo con 36 camere sulla Riviera Adriatica. Prosegue l’attività con strutture più grandi, dapprima l’Hotel Excelsior e poi l’Hotel Palace, entrambi a Pesaro. Nel 1975 completa gli studi con il diploma alberghiero quinquennale. Nel 1983 fonda Eden Viaggi, tour operator con il quale mette a frutto l’esperienza consolidata negli anni precedenti dedicandosi all’organizzazione di viaggi per studenti. A questi aggiunge ben presto i primi pacchetti balneari destinati alle famiglie per ampliare poi l’offerta, nel corso degli anni Ottanta, con le mete europee e i viaggi invernali. Il debutto oltreoceano avviene nel decennio successivo, quando Filippetti propone la formula del villaggio tutto incluso gestendo in modo diretto

a Cuba, nella località di Varadero, il primo Eden Village. Il pubblico apprezza e l’imprenditore si espande oltre che nei Caraibi anche nel Mar Rosso, senza peraltro aver mai abbandonato l’attività di gestione alberghiera che, anzi, potenzia proprio in quel periodo creando il brand “Eden Hotels&Resorts”. Successivamente, per quanto riguarda l’attività di tour operator, alla originaria linea Eden Viaggi – pensata soprattutto per le famiglie – ne affianca altre due: Margò, con mete più avventurose e a budget contenuto; ed Eden Made, destinata al turista esigente e con elevata disponibilità economica. I buoni risultati ottenuti – basti pensare che il fatturato vola dai 70 milioni di euro del 2000 agli oltre 350 del 2012 – consentono a Filippetti di

investire risorse nella ristrutturazione dell’Hotel Excelsior, che nel 2010 viene inaugurato nella sua nuova versione a cinque stelle, completo di ristorante, bistrò, lido attrezzato e Spa. Oggi il Gruppo Eden Viaggi svolge attività di tour operator, proponendo 48 villaggi turistici nel mondo e distribuendo tre linee di cataloghi in 10.000 agenzie di viaggio, conta 8 strutture ricettive in Italia sotto la catena alberghiera Eden Hotels&Resorts e sviluppa attività di real estate a finalità turistica. Occupa poco più di 700 dipendenti e recentemente ha dato inizio allo sviluppo internazionale sbarcando in Spagna. ●





DANIELA GENNARO GUADALUPI

1947, Arquata Scrivia (Al)
**Industria metalmeccanica – Bergamo
Lombardia**

COSA LEGA la cittadina di Zanica a giganti del beverage come Coca Cola e Pepsi Cola? Semplice, è qui che vengono prodotti gli impianti di spillatura delle bevande. Nel comune bergamasco ha sede, infatti, la Vin Service, azienda metalmeccanica specializzata nella produzione di impianti di distribuzione di birra, vino, acqua e soft drink. A guidarla è Daniela Gennaro Guadalupi, presidente nonché fondatrice dell'azienda, creata nel 1976 insieme al marito Riccardo, enologo, con l'obiettivo di modernizzare la distribuzione del vino alla spina introducendo fusti d'acciaio compensati con gas inerti.

Dopo la laurea in farmacia e una breve esperienza nell'insegnamento, nel 1978 Daniela Gennaro rinuncia alla titolarità di una farmacia che si era aggiudicata tramite concorso, per dedicarsi all'attività imprenditoriale da poco iniziata. Nel 1980, su sua proposta, viene creata ad esempio la prima colonna di spillatura in ceramica ispirata alla forma dei vasi di farmacia, che riscuote il grande apprezzamento della clientela. Tutta l'area commerciale fa interamente capo a lei, che nell'84 riesce ad organizzare una prima esposizione internazionale a San Francisco. Precorrendo i tempi, esplora inoltre i mercati del Far East, aprendo nell'87 un ufficio commerciale ad Hong Kong e introducendo per prima la tecnologia della birra alla spina in Cina.

Sempre attenta all'innovazione, Gennaro introduce la resina, materiale particolarmente duttile e in grado di assecondare la fantasia dei designer. Nel '91 la Vin Service è accreditata tra i Key Supplier di Coca Cola e Pepsi Cola e il successo rende necessaria la costruzione dell'attuale stabilimento di Zanica, che sarà ampliato nel 2006 e ancora nel 2013. I miglioramenti tecnologici si affiancano alle innovazioni nelle modalità di consumo. Nel 2004 l'azienda lancia Roxy, un sistema per consentire al consumatore di spillare la birra in autonomia al proprio tavolo. La seconda metà degli anni Duemila vede proseguire ininterrotta l'attività di innovazione dell'azienda, che introduce l'anidride carbonica per refrigeratori e ottiene, prima azienda al

mondo, la certificazione Coca Cola. Nel 2009 brevetta Quix, un rubinetto in acciaio compatibile con tutte le bevande indipendentemente dal grado di acidità; l'anno successivo abbraccia la filosofia Lean e comincia ad applicarla in azienda, con ottimi risultati sui tempi e le modalità di produzione.

Oggi la Vin Service è leader del settore a livello mondiale. L'80% del suo fatturato proviene dall'estero, dove si avvale di una rete di circa 30 concessionari che le assicurano esportazioni in cinque continenti. La produzione avviene interamente in Italia con 98 dipendenti e un fatturato di circa 22 milioni di euro. ●





GIAN LUCA GESSI

1962, Borgosesia (Vc)
**Industria dell'arredamento – Vercelli
Piemonte**

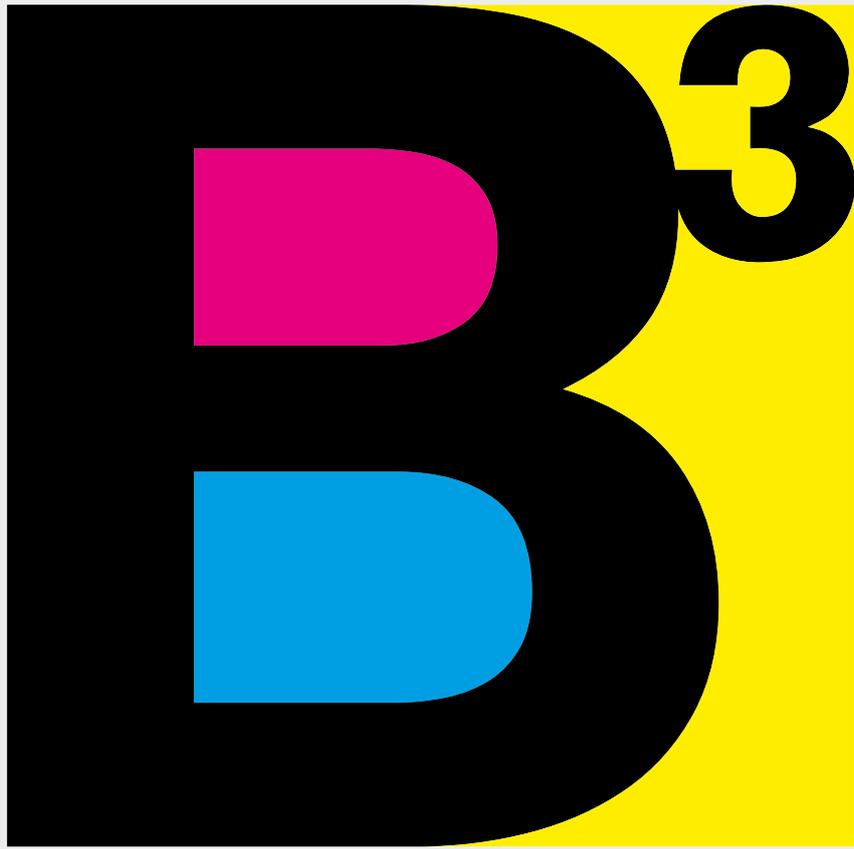
LA CULTURA del benessere applicata agli spazi più privati dell'abitare. È questa la filosofia alla quale si ispira Gessi, azienda specializzata nella progettazione e produzione di oggetti esclusivi per l'arredo bagno, la cucina e il wellness pubblico e privato. L'impresa, che ha sede a Serravalle Sesia in provincia di Vercelli e occupa 636 dipendenti, è il primo esportatore italiano del settore e realizza all'estero circa il 65% del proprio fatturato, che nel 2013 ha raggiunto i 130 milioni di euro. Forte di un rapporto privilegiato con il mondo del design, sta consolidando la propria presenza nell'hotellerie di lusso, partecipando come fornitore alle nuove aperture in Russia, Cina, India e Medio Oriente di importanti catene come The Four Seasons, Hyatt e The Ritz Carlton, solo per citarne alcune. Artefice di questo successo è Gian Luca Gessi, amministratore delegato e direttore generale, che ha fondato l'azienda nel 1992 insieme al padre Umberto cominciando l'attività in una piccola officina. La prima sfida è stata quella di rivoluzionare un prodotto base come il rubinetto, trasformandolo in un oggetto di design dalle forme più minimali. Si parte con il modello "Diverso" del '96, al quale seguono negli anni successivi prodotti-icona come Quadro, Rettangolo, il celeberrimo Goccia – ribattezzato "rubicetto da salotto" – fino al più recente iSpa del 2010.

L'imprenditore ha poi applicato questo approccio anche alle ceramiche, ai sanitari, alle vasche, arrivando così oggi a un portafoglio prodotti composto da oltre 6.000 articoli. Da sempre, inoltre, particolare attenzione viene riservata agli aspetti produttivi che, grazie alla costante innovazione tecnologica, garantiscono prodotti con un basso impatto ambientale in termini di consumo di acqua e di energia. La stessa filosofia ha ispirato la realizzazione degli stabilimenti, oggi raccolti nel cosiddetto "Parco Gessi", polo polifunzionale esteso su un'area di oltre 800mila metri quadrati caratterizzato da una forte impronta architettonica. A partire dal 2006 l'azienda ha allargato il proprio raggio d'azione aprendo filiali commerciali in Svizzera, Germania,

Spagna, Belgio, Nord America, Gran Bretagna, India e Cina. A livello nazionale nel 2013 ha aperto a Milano il primo "Spazio – Laboratorio creativo Gessi – Milano", un concept rivoluzionario di oltre 1.500 metri quadri nel Quadrilatero della moda, dove un team di architetti e di artigiani progetta insieme al cliente ambienti esclusivi.

Gessi si è aggiudicato importanti riconoscimenti internazionali del calibro del Red Dot Design Award e del Superbrand of Italy, entrambi assegnati nel 2008. Quest'anno, invece, è Campione per l'Italia in concorso agli European Business Awards 2014-15. ●





**il primo
operatore
italiano
di logistica
integrata**



FEDERICO GHIZZONI

1955, Piacenza
**Credito – Milano
Lombardia**

È **AMMINISTRATORE DELEGATO** e direttore generale di UniCredit, una delle principali banche commerciali attive in Europa. Nata dalla fusione di 9 banche italiane e dall'aggregazione con la tedesca HVB e l'italiana Capitalia, UniCredit è presente in Europa centrale e orientale con circa 3.600 filiali e vanta un network internazionale da oltre 9.000 sportelli, che assicurano una presenza capillare in ben 50 paesi. I dipendenti raggiungono complessivamente le 160mila unità.

Il percorso professionale di Federico Ghizzoni si è svolto per intero all'interno del Gruppo UniCredit. Dopo la laurea in giurisprudenza conseguita presso l'Università di Parma, ha cominciato a lavorare nel 1980 alla filiale di Piacenza dell'allora Credito Italiano come addetto ai rapporti con la clientela. Nominato nell'88 direttore di filiale a Trieste e un paio di anni dopo a Seriate, in provincia di Bergamo, Ghizzoni lascia l'Italia nel 1992 per assumere l'incarico di vice direttore della filiale di Londra, dove resta per circa 3 anni. Nel 1995 vola in Estremo Oriente, a Singapore, per ricoprire l'incarico di direttore generale dell'ufficio locale. L'esperienza

all'estero prosegue nei primi anni Duemila a Varsavia, dove opera come direttore esecutivo, responsabile del Corporate and International banking di Bank Pekao S.A, controllata da UniCredit. Nel 2003 avviene il trasferimento in Turchia in qualità di Executive board member di Koç Financial Services, joint venture paritetica tra Koç Holding e il Gruppo UniCredit, e di direttore generale in Yapi ve Kredi Bankasi. A partire dal 2007 assume, invece, la guida della Divisione Cee banking operations e diviene Deputy Ceo di Bank Austria AG. Nel 2010 si colloca il salto verso il ruolo apicale del gruppo: ad agosto, infatti, è nominato Deputy Ceo e Deputy general manager di Unicredit per assumere il mese successivo il ruolo di amministratore delegato. Fra

gli altri incarichi attualmente ricoperti, Ghizzoni è componente del board dell'Institute of International Finance e dell'International Monetary Conference, entrambi a Washington, nonché membro dell'Institut International d'Études Bancaires e della European Services Financial Round Table di Bruxelles. Appassionato di musica classica, è anche Presidente dell'Associazione Orchestra Filarmonica della Scala. ●





MARIO GRECO

1959, Napoli
Assicurazioni – Trieste
Friuli Venezia Giulia

DAL 2012 È ALLA GUIDA di Assicurazioni Generali, uno dei maggiori gruppi assicurativi e finanziari internazionali, fondato a Trieste alla fine dell'Ottocento e oggi presente in più di 60 paesi in Europa e in Asia. Impiega quasi 80mila dipendenti.

L'incarico di Group Ceo arriva dopo una lunga esperienza nel ramo assicurativo. Completati gli studi in economia a Roma nel 1983 – arricchiti da un Master in International Economics and Monetary Theory alla Rochester University di New York – Mario Greco comincia a lavorare nel 1986 presso la McKinsey & Company, diventandone partner nel 1992 con l'incarico di responsabile della Divisione assicurativa italiana.

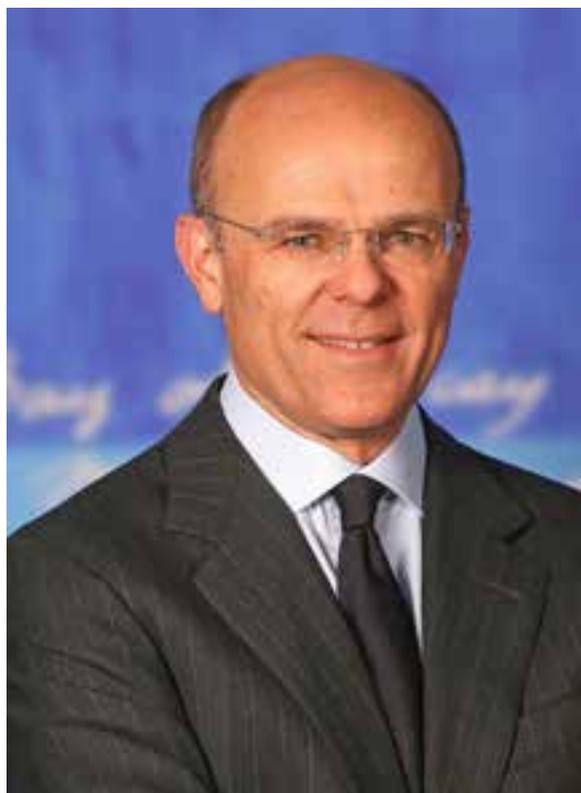
Dopo due anni entra in RAS – Riunione Adriatica di Sicurtà, in qualità di direttore centrale, responsabile della Direzione sinistri. Prosegue il proprio *cur-sus honorum* all'interno della compagnia con la nomina, nel 1996, a direttore generale, responsabile delle Attività assicurative danni e vita, e assumendo due anni dopo il ruolo di Group Ceo, carica mantenuta fino al 2005. Con l'ingresso di Allianz in Ras, Greco entra a

far parte dell'Executive Board del gruppo assicurativo tedesco e nel 2004 viene nominato responsabile per l'Europa meridionale.

Nel 2005 è chiamato alla guida di Eurizon Vita del Gruppo Sanpaolo IMI, assumendo al contempo la carica di Ceo anche per Eurizon Financial Group. Dopo due anni avviene il passaggio al Gruppo Zurich. Il primo incarico è come Deputy Ceo Global Life, secondo segmento per dimensioni del gruppo svizzero essenzialmente concentrato su tre aree geografiche principali, quali l'Europa, gli Stati Uniti e i mercati emergenti. Successivamente riveste la funzione di Ceo Global Life e dal 2010 al 2012 quella di Ceo General Insurance di Zurich Insurance Group, prima di assumere la

guida di Assicurazioni Generali.

Nel corso della sua carriera ha ricevuto alcuni riconoscimenti, fra i quali nel 2004 quello di "European Insurance Ceo of the year" e, più recentemente, nel 2012 quello di "Insurance Ceo of the year". Fino al 2012 è stato, inoltre, componente dei consigli di amministrazione del Gruppo l'Espresso, di Indesit e di Saras, mentre dal 2002 al 2010 ha fatto parte del Cda dell'Università Bocconi. ●





GIANLUCA GRIMALDI

1955, Napoli
Trasporti marittimi – Napoli
Campania

È A CAPO del Gruppo Grimaldi, importante operatore italiano del trasporto marittimo, che comprende sette compagnie di navigazione e possiede una flotta di circa 100 navi, 32 delle quali costruite negli ultimi 5 anni. Oltre 110 i porti attualmente raggiunti in 47 paesi distribuiti fra le aree del Mediterraneo, il Nord Europa, l’Africa occidentale, il Nord e il Sudamerica. Le acquisizioni più recenti riguardano la società Minoan Lines, operatore greco leader nel settore traghetti, e la Finnlines, operatore leader nel Mar Baltico e nel Mare del Nord.

Le origini del gruppo risalgono al secondo dopoguerra e i primi collegamenti, soprattutto trasporto passeggeri, riflettono i flussi migratori dall’Italia verso gli Stati Uniti di quegli anni. Nel ‘69 vengono aperte le rotte per il trasporto di autovetture verso l’Inghilterra, specializzazione che verrà potenziata nel tempo con navi car carrier e servizi di logistica. Laureatosi in economia e commercio alla Federico II di Napoli, Gianluca Grimaldi fa il suo ingresso nell’azienda di famiglia nel 1981, dove assume la responsabilità di cinque linee di collegamenti esteri fino al 1986, dopo il quale mantiene solo quelle Deep Sea (Europa – Africa – America). Sono anni di lunghi viaggi in giro per il mondo, trascorsi a fondare numerose agenzie tra Africa e Sudamerica. Nel ‘96 entra nel consiglio di amministrazione di Grimaldi Compagnia di Na-

vigazione, che ha sede a Palermo, e nello stesso anno il gruppo è il primo operatore italiano di navi roll on/roll off ad adottare il codice internazionale ISM sulla sicurezza e prevenzione dell’inquinamento da oli minerali. A questa certificazione Grimaldi aggiunge in forma volontaria anche quella relativa al sistema di gestione qualità secondo gli standard ISO 9000. Amministratore delegato nel 2003 e poi presidente della società a partire dal 2010, Grimaldi si occupa parallelamente con incarichi di responsabilità anche di altre due compagnie del gruppo, “Atlantica” e “Industria Armamento Meridionale” entrambe con sede nel capoluogo siciliano. Oggi il Gruppo Grimaldi fornisce ai principali produttori di auto servizi di logistica integrata

al trasporto marittimo in Europa e negli Usa, dove opera con 2.700 rimorchi. Occupa più di 10.000 dipendenti tra personale marittimo e di terra. Nel 2012 il fatturato complessivo, tra estero e Italia, ha raggiunto i 2 miliardi e 700 milioni di euro.

Numerosi i premi assegnati, tra i quali quello come fornitore dell’anno per General Motors (dal 2003 al 2011), per Land Rover (2003) e per Fiat Italia Brasile (2006). Nel 2011 il Gruppo Grimaldi è entrato nella Top 20 di “Reputation Pulse” realizzata da Reputation Institute in collaborazione con Doxa, la quale misura la reputazione aziendale delle imprese italiane. ●





MARCO JACOBINI

1946, Bari
Credito – Bari
Puglia

È **PRESIDENTE** della Banca Popolare di Bari, capofila dell'omonimo gruppo bancario. Con 192 sportelli in dieci regioni, 1.900 dipendenti, di cui 850 nella sola provincia del capoluogo pugliese, oggi rappresenta una delle realtà più rilevanti del sistema creditizio meridionale con una significativa presenza in Lombardia e in Veneto così come nel Centro Italia, dove nel 2008 ha acquisito 47 sportelli del Gruppo Intesa Sanpaolo e l'anno successivo la maggioranza della Cassa di Risparmio di Orvieto, storico istituto di credito attivo in Umbria e nel Lazio.

Il percorso professionale di Jacobini comincia nel 1964, lavorando come procuratore della società di assicurazioni Ras – Riunione Adriatica di Sicurtà e compiendo un'esperienza all'estero presso la Lloyd's Assicurazioni di Londra. Nel 1968 si laurea in economia e commercio e nel '71 diventa rappresentante procuratore Ras. L'ingresso nella Banca Popolare di Bari, nata nel 1960 per iniziativa del padre Luigi e di altri 76 soci allo scopo di sostenere lo sviluppo economico del Sud negli anni del boom, avviene nel 1978 con il ruolo di consigliere di amministrazione. Vice presidente nell'85 e presidente nell'89, sotto la sua guida la banca intraprende una politica di acquisizioni che la porterà a inglobare una ventina di istituti, in prevalenza meridionali, operando in que-

sto senso da contraltare a molti gruppi settentrionali che, specialmente nella seconda metà degli anni Novanta, avevano acquisito tutti i maggiori istituti meridionali. Convinto sostenitore del "localismo bancario", l'imprenditore persegue una politica del credito vicina alle piccole e medie imprese, considerate il tessuto produttivo più vitale del paese. A loro e alle famiglie oggi è destinato il 90% delle risorse raccolte. Negli anni questa filosofia è stata accompagnata anche da un robusto piano di investimenti, che ha permesso al Gruppo di ammodernarsi sotto il profilo tecnologico, infrastrutturale e logistico e di valorizzare al contempo l'organico, assumendo peraltro tra il 2007 e il 2009 ben 200 giovani laureati.

L'attenzione al territorio si esplica, nel caso di Jacobini, anche in altre attività. A Bari sostiene la Fondazione Lirico-Sinfonica Petruzzelli e ha contribuito al restauro del portale e dell'altare, nonché alla realizzazione di un organo, per la Pontificia Basilica di San Nicola.

Numerose le iniziative a favore dei minori, come ad esempio la creazione di spazi ludici negli ospedali di Bari, Potenza, Lecce e Foggia in collaborazione con la Fondazione Abio. Apparecchiature specialistiche di ultima generazione sono state donate all'Istituto Tumori Giovanni Paolo II e all'Ospedale San Paolo della città. ●





VALENTINO MERCATI

1939, Sansepolcro (Ar)
**Agricoltura/Cosmetica – Arezzo
Toscana**

LA PASSIONE per le piante e lo studio di rimedi naturali per la salute e il benessere psicofisico dell'uomo guidano da oltre 35 anni l'attività imprenditoriale di Valentino Mercati, presidente di Aboca, azienda agricola specializzata nella produzione di piante officinali, base per dispositivi medici, integratori alimentari e articoli di cosmetica. I laboratori e gli stabilimenti produttivi, presso cui lavorano 500 persone, hanno sede a Pistrino, in provincia di Perugia. Da qui escono ogni anno 2.300 tonnellate di prodotto essiccato, realizzato a partire dalle 70 specie coltivate, che crescono fra le colline toscane su una superficie complessiva di mille ettari. L'azienda detiene 16 brevetti internazionali, esporta in 15 paesi e nel 2013 ha raggiunto un fatturato di 87 milioni di euro.

L'acquisto dei terreni risale al 1978, anno in cui Mercati frequenta un corso di erboristeria presso l'Università di Perugia. Da lì esplode una passione che lo porterà a viaggiare e ad approfondire il mondo del "biologico", in quegli anni non ancora così noto.

Il nome scelto per il marchio, Aboca, richiama la parola "Abiga", antico nome dialettale toscano del Camepizio, una

pianta medicinale dalle proprietà depurative largamente usata nell'antichità. Proprio l'interesse per i metodi più antichi ha spinto inoltre l'imprenditore a dar vita, nel 2002, all'Aboca Museum, un vero e proprio museo delle erbe ubicato nel cuore del borgo di Sansepolcro e in grado di attrarre ogni anno centinaia di appassionati e studiosi da tutto il mondo. Al suo interno ospita la Biblioteca Antiqua, sede del Centro Studi Storici, che raccoglie mille volumi risalenti al periodo fra '500 e '900. Negli anni ha sviluppato il canale editoriale pubblicando riproduzioni di antichi erbari e florilegi e lavori sulla tradizione fitoterapica. L'azienda, infine, cura direttamente la formazione dei medici e dei professionisti che possono consigliare il prodotto Aboca.

Socio sostenitore della Fondazione Symbola, Fondazione per le Qualità italiane, è stato presidente di Assoerbe dal 2010 al 2013, mentre dal 2012 è accademico del Nobile Collegio chimico farmaceutico di Roma. Nello stesso anno ha vinto il Premio Scientifico Letterario Casentino per la medicina. Partecipa in qualità di relatore a numerosi convegni nazionali sulla salute, sul mercato delle erbe medicinali e sullo sviluppo sostenibile. ●





CASALGRANDE
PADANA
Pave your way

IL NOSTRO
GRES PORCELLANATO
È AUTOPULENTE
E PURIFICA L'ARIA

La ricerca di Casalgrande Padana ha creato Bios Self-Cleaning® Ceramics, le cui proprietà fotocatalitiche e superidrofile permettono di ridurre gli interventi di pulizia e manutenzione dei rivestimenti di facciata, decomponendo lo sporco e consentendo alla pioggia di rimuoverlo facilmente. Bios Self-Cleaning® Ceramics abbatte inoltre in modo significativo l'inquinamento presente nell'aria (150 mq di facciata con Bios Self-Cleaning® purificano l'aria tanto quanto un bosco grande come un campo da calcio).

bios.
ceramics
BIOACTIVE CERAMICS
www.casalgrandepadana.com
www.biosceramics.com



ROSITA MISSONI JELMINI

1931, Golasecca (Va)
Industria dell'abbigliamento – Varese
Lombardia

GLI ZIG-ZAG, il fiammato bianco&nero e quello arcobaleno, le greche, le reti e gli scozzesi. Sono solo alcuni dei motivi caratteristici dell'inconfondibile "stile Missoni", nato all'inizio degli anni Cinquanta in un piccolo laboratorio di Gallarate, in provincia di Varese, dall'invenzione di Rosita Missoni Jelmini, moglie di Ottavio Missoni. Insieme al marito prosegue l'attività da lui cominciata a Trieste, arricchendola con la personale esperienza maturata nell'impresa di famiglia, una fabbrica di tessuti ricamati, pigiami e vestaglie.

Le prime collezioni di maglieria con produzione rigorosamente artigianale approdano a Milano nel 1955, prima nella boutique Biki e poi alla Rinascente. Nel 1961 il laboratorio viene trasferito, sempre a Gallarate, in un locale più ampio, dove trovano posto le macchine "Rachel", che danno vita a abiti coloratissimi e super leggeri. A questo nel 1968 si aggiunge il nuovo stabilimento di Sumirago.

La prima sfilata è nel 1966 presso il Teatro Gerolamo di Milano, durante la quale viene presentata una collezione "di rottura" rispetto allo stile tradizionale della famiglia. È un successo, che si conferma anche quattro anni più tardi con la sfilata di Palazzo Pitti, a Firenze.

Già da qualche anno la stampa si è accorta della maison Missoni. "Los Angeles Times",

"New York Times", "International Herald Tribune" e l'edizione francese di "Marie Claire" dedicano ampi servizi, accostando il lavoro della casa di moda a quello dei grandi designer.

Nel 1978 l'imprenditrice celebra i 25 anni di attività realizzando a Milano una mostra retrospettiva, che il "Whitney Museum of American Art" di New York ospiterà lo stesso anno aprendo le porte per la prima volta alla sezione moda. Negli anni Ottanta Missoni amplia la sua produzione al settore dei tessuti per arredamento e ai costumi teatrali, lavorando all'allestimento di diverse opere liriche.

Celebrata nel '90 con il "Premio Internazionale del Design", assegnato dal Fashion Group International, nel '97

Rosita Missoni Jelmini riceve a Londra il titolo di "Honorary Royal Designer for Industry" e due anni dopo la laurea ad honorem dal celebre Central Saint Martin College of Art and Design.

Nei primi anni Duemila avviene il passaggio del testimone ai figli Vittorio, Luca e Angela, mentre l'imprenditrice continua a dedicarsi con successo alle collezioni per la casa con il progetto "Missoni Home". Oggi l'azienda occupa 250 dipendenti ed è presente in Francia, Germania e Stati Uniti.

Dal gennaio di quest'anno Rosita Missoni Jelmini è presidente onorario di Missoni Spa, che nel 2013 ha festeggiato i sessant'anni di attività. ●





VITTORIA MONTONE

1931, Cotronei (Kr)
**Servizi sanitari – Napoli
Campania**

È **PRESIDENTE** e amministratore delegato della Casa di Cura “Santa Maria del Pozzo”, fondata nel 1980 insieme al marito Salvatore Terracciano, all’epoca primario di neurochirurgia presso l’Ospedale “Loreto Mare” di Napoli. La clinica è oggi accreditata dal Servizio Sanitario Nazionale e dalla Regione Campania come “Alta struttura di eccellenza”.

L’impegno e la passione profusi negli anni permettono oggi alla struttura di offrire ai pazienti – 170 i posti disponibili, di cui 68 per lungodegenti – le più moderne attrezzature ospedaliere nel campo della neuro riabilitazione, nonché servizi poli-specialistici di ortopedia, geriatria, cardiologia e pneumologia, sia in regime continuo che diurno. A queste si accompagna un complesso di servizi di diagnostica per immagini e un laboratorio di analisi cliniche, il tutto raccolto in una struttura di quattro piani per 10mila metri quadrati coperti complessivi, abbellita a sua volta da un’area esterna attrezzata a verde estesa circa 20mila metri quadrati. Presso la casa di cura lavorano 326 dipendenti tra personale medico e non, oltre a 36 collaboratori libero professionisti.

Montone è anche presidente

della Casa di Cura “Villa Camaldoli”, dotata di 212 posti letto, dei quali 21 in regime di Day hospital e 33 accreditati per lungodegenza. Nella struttura, che è convenzionata con la Regione Campania dal 1978, sono impiegati 169 dipendenti. Le prestazioni sanitarie erogate riguardano patologie di natura neurologica e psichiatrica.

Molto impegnata nel sociale l’imprenditrice ha istituito la fondazione “Villa Camaldoli” in memoria del marito, scomparso nel 2002, che è attiva nell’ambito della ricerca scientifica. È anche presidente dell’associazione “Loro di Napoli”, con la quale organizza ogni anno spettacoli teatrali con ex attori, pazienti ed ex pazienti della Casa di Cura “Villa Camaldoli”, devolvendo interamente il ricavo

in favore di alcune popolazioni del nord dell’India e di una comunità di bambini in Camerun. Nel 2010 ha inoltre contribuito al restauro di sei affreschi risalenti al ‘300 presenti nella chiesa di Santa Maria del Pozzo, a Somma Vesuviana. Prima di dedicarsi all’attività imprenditoriale, Montone, laureatasi in lettere classiche nel 1953 all’Università Federico II di Napoli, ha insegnato latino e greco presso vari licei della città e della provincia. ●





PATRIZIA MOROSO

1955, Tricesimo (Ud)
Industria dell'arredamento - Udine
Friuli Venezia Giulia

C'È UN NOME che lega celebri designer del calibro di Patricia Urquiola, Ron Arad e Tobias Rehberger ed è quello di Patrizia Moroso, consigliere e art director di Moroso Spa, la quale sin dal suo ingresso nell'azienda di famiglia a metà degli anni Ottanta ha intessuto un dialogo privilegiato con il mondo dell'arte contemporanea sviluppando proficue collaborazioni nella sfera del design.

Fondata dai genitori nel 1952 a Tavagnacco, in provincia di Udine, come attività artigianale di tappezzeria, grazie al contributo della giovane imprenditrice l'azienda si specializza gradualmente nella progettazione e realizzazione di poltrone, divani e complementi d'arredo dal gusto sempre più internazionale. La prima collaborazione di spicco è con Ron Arad nel 1988, che per Moroso firma la sua prima collezione di imbottiti e più avanti realizza la sedia "Little Albert", della quale in dieci anni saranno venduti ben 35mila pezzi. Seguono Urquiola, Tord Boontje, Tokujin Yoshioka e molti altri, spesso agli esordi della propria attività ma consacrati dalla critica nel giro di pochissimi anni.

Ai designer Moroso chiede di sperimentare sui materiali, riscoprendo arti antiche come quelle del ricamo, dell'intreccio e delle decorazioni, in un con-

nubio vincente di tecnologia e artigianalità. Molti dei suoi prodotti sono stati esposti nei musei più prestigiosi del mondo, a cominciare dal Moma di New York, dal Palais di Tokyo e dal Grand Palais di Parigi; così come diversi sono stati i premi di design, l'ultimo dei quali è il "Premio dei Premi per l'Innovazione", assegnato nel 2010 dal Ministero dell'Innovazione su indicazione dell'Adi (Associazione per il Disegno Industriale, ndr) per la poltroncina in legno "Nanook" disegnata da Philippe Besteneider. Con filiali a Londra, New York, Milano e Singapore, nonché showroom a Colonia ed Amsterdam, l'azienda realizza il 70% del proprio fatturato all'estero e il 10% grazie alle forniture di sedute per le navi da crociera di lusso. Alla cura per lo sviluppo

creativo delle collezioni, Moroso ha sempre unito una profonda attenzione ai processi produttivi e l'azienda a metà degli anni Novanta è stata fra le prime in Italia del settore a ottenere la certificazione per il Sistema di Gestione Qualità, cui sono seguite nel '99 quella per il Sistema di Gestione Ambiente e più recentemente, nel 2013, due importanti certificazioni legate alla provenienza delle materie prime in legno. Occupa 133 dipendenti, ai quali ogni anno è rivolto un programma di formazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro. ●





VALERIO MORRA

1946, Bra (Cn)

**Industria meccanica – Reggio Emilia
Emilia Romagna**

UN'ECCELLENZA nel settore della meccanica italiana, frutto di oltre quarantacinque anni di impegno, dedizione al lavoro e indubitabile lungimiranza. È questo, in sintesi, il ritratto del Gruppo Argo, leader nella produzione di macchinari per l'agricoltura con 24mila trattori realizzati ogni anno nei quattro stabilimenti italiani di San Martino in Rio, Fabbrico e Luzzara, tutti nella provincia reggiana. A guidarlo è Valerio Morra, presidente e amministratore delegato, che ha saputo trasformare l'azienda di famiglia in un gruppo affermato a livello internazionale con un export pari all'83% del fatturato – nel 2013 circa 500 milioni di euro – e presente in 98 paesi. Questa capillarità viene assicurata da una rete distributiva che oggi, oltre ai 170 concessionari in Italia, conta 8 filiali commerciali dirette nei paesi più importanti (Germania, Francia, Spagna, Stati Uniti, Canada, Messico, Brasile e Sudafrica), 130 importatori e complessivi 2.500 dealer in tutto il mondo.

Interrotti gli studi universitari, Morra ha cominciato a lavorare giovanissimo in seguito alla prematura scomparsa del padre nel 1966 e con il fratello Pierangelo ha assunto la guida dell'impresa, la "Morra Macchine Agricole". Consolidata l'azienda, a partire dagli anni

Ottanta con la società MBS di Reggio Emilia, specializzata in ingranaggi e organi di trasmissione, avvia una politica di acquisizioni che perseguirà nel corso dell'intera vita lavorativa. Nell'87 rileva la Pegoraro di Vicenza e l'anno dopo la FORT di Luzzara. Nel '94 è la volta della Landini di Fabbrico, nome storico per i trattori a ruote e cingoli, e nel '95 della Valpadana di San Martino in Rio, specializzata in macchine a potenza medio-bassa. Nel 2001 ai marchi Landini e Valpadana aggiunge quello di McCormick grazie all'acquisizione dello stabilimento di Doncaster, in Inghilterra. Segue quella dello stabilimento francese di Saint Dizier, specializzato in componentistica. Nel 2007 Morra fa una scelta in controtendenza, trasferendo tutte

le attività di progettazione, produzione e commercializzazione di tutti i prodotti finiti e componenti a marchio McCormick nei quattro stabilimenti italiani. L'incremento occupazionale è notevole e oggi lavorano nel Gruppo circa 1.650 persone. L'innovazione tecnologica, infine, è assicurata da un investimento annuale del 5% del fatturato in ricerca e sviluppo. Componente della Giunta di Unindustria Reggio Emilia, nel 2012 Morra ha ricevuto per la sua azienda il riconoscimento di Impresa storica italiana. ●





SIMONETTA STRONATI

1941, Jesi (An)
**Industria dell'abbigliamento – Ancona
Marche**

DAL CUORE delle Marche arriva una storia imprenditoriale di successo. È quella di Simonetta Stronati, amministratore delegato di Simonetta Spa, azienda specializzata nell'abbigliamento per bambini con sede a Jesi, ma fortemente proiettata sui mercati esteri dove realizza l'80% del fatturato.

La carriera professionale di Stronati comincia nel 1962 quando, conclusi gli studi superiori, decide di affiancare la madre nella conduzione della piccola sartoria di famiglia creata negli anni Cinquanta. Tessuti pregiati e cura dei dettagli caratterizzano le collezioni, inizialmente di soli abiti da cerimonia, che si fanno apprezzare da una clientela sempre più ampia. Nel 1975 i tempi sono maturi per uno scatto in avanti e l'imprenditrice, forte di uno stile elegante e raffinato ormai raggiunto lavorando anche come direttore creativo, trasforma la sartoria in una vera e propria azienda e lancia il marchio Simonetta. La scelta si rivela vincente e, dopo un primo consolidamento a livello nazionale, all'inizio degli anni

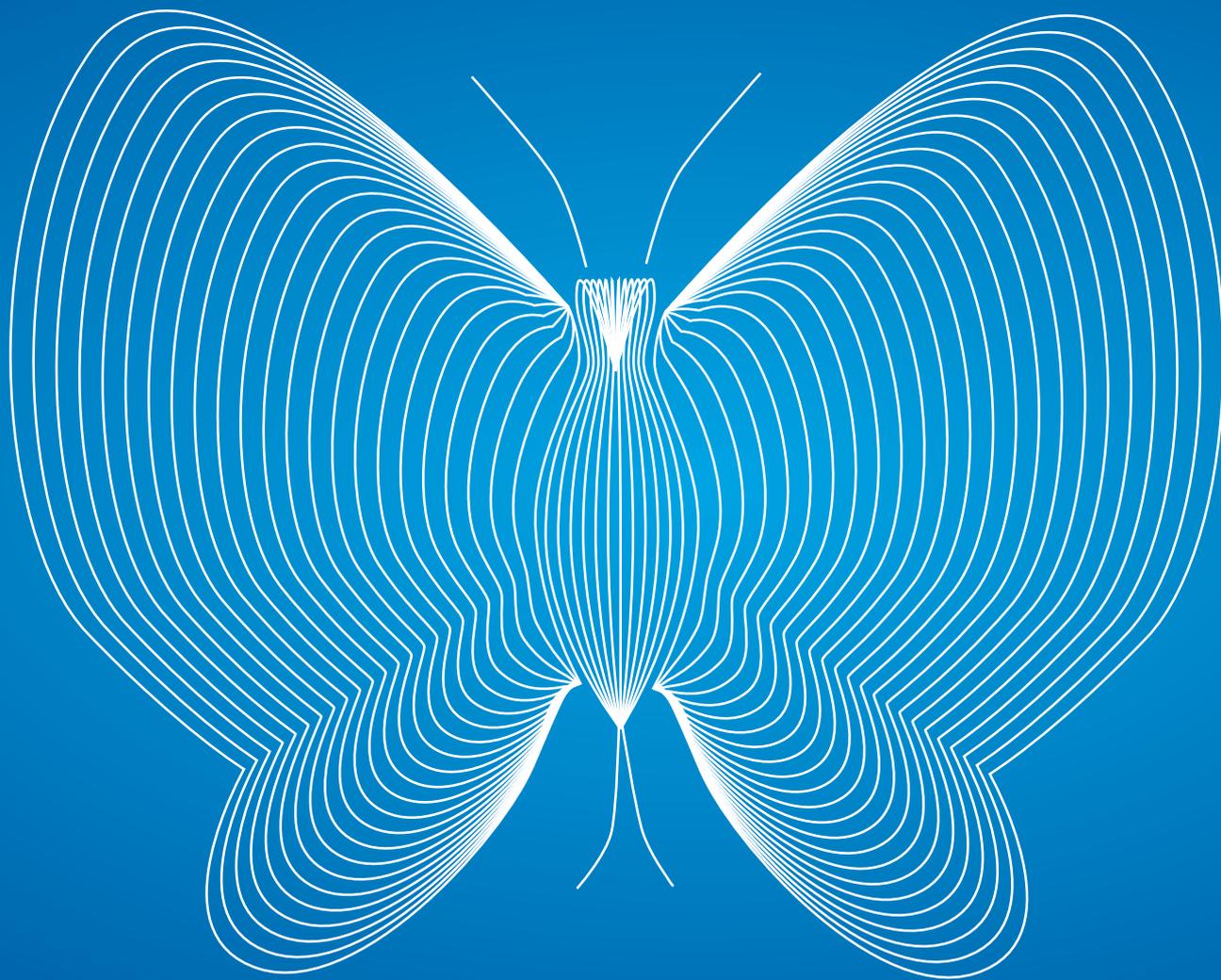
Ottanta l'azienda comincia a esplorare anche il mercato estero. Una strategia perseguita con successo sino ai tempi più recenti, che vedono il marchio Simonetta presente in Cina, Corea, Giappone, Russia ed Emirati Arabi. Molto vivace, in particolare, la piazza di Dubai, dove l'azienda opera attraverso un forte distributore e sta portando avanti un piano di espansione su tutto il golfo arabico.

A partire dagli anni Duemila, inoltre, alle linee di proprietà l'azienda ha affiancato la gestione di marchi in licenza cominciando dalle linee bambino firmate Roberto Cavalli. Cinque anni più tardi è la volta dell'accordo con il Gruppo Tod's per la produzione e distribuzione delle collezioni per bambino a marchio Fay Junior. Nel 2010, infine,

avvia la partnership con LVMH focalizzata sullo sviluppo delle collezioni kids e baby firmate Fendi. Oggi la produzione annuale di Simonetta supera gli 800mila capi d'abbigliamento e raggiunge le 50mila paia di scarpe. In azienda lavorano 140 dipendenti, di cui l'80% donne. ●



LAVORIAMO PER UNA RETE PIÙ LEGGERA PER L'AMBIENTE



INTERNO OTTO ROMA

LAVORARE PER UNO SVILUPPO SOSTENIBILE
VUOL DIRE ANCHE TRASMETTERE ENERGIA RESPONSABILMENTE.
QUESTO È L'IMPEGNO DI TERNA.

Proprietario della rete di trasmissione di energia elettrica ad alta tensione in Italia, Terna ha un ruolo unico e insostituibile per la sicurezza e la continuità del sistema elettrico italiano che svolge con un approccio sostenibile all'ambiente e al territorio. Il rispetto di Terna per l'ambiente ha portato alla firma di accordi di partnership strategica con WWF Italia per la definizione di linee guida per un maggiore livello di integrazione dei criteri ambientali nella pianificazione della rete e per la realizzazione di interventi di ripristino, mitigazione e compensazione ambientale nelle Oasi WWF toscane di Stagni di Focognano e Padule-Orti Bottagone e in quella siciliana di Torre Salsa. Con LIPU-Lega Italiana per la Protezione degli Uccelli, Terna ha invece realizzato un'innovativa ricerca scientifica sull'interazione tra linee elettriche ed avifauna. Con l'associazione Ornis italica installa cassette nido sui tralicci per favorire la riproduzione di alcune specie protette di uccelli e per consentire l'acquisizione di dati scientifici sul comportamento animale. Terna è inclusa nei principali indici borsistici internazionali di sostenibilità tra i quali il Dow Jones Sustainability Index World e Europe.

 **Terna**



ELENA ZAMBON

1964, Vicenza
**Industria chimica/farmaceutica – Milano
Lombardia**

VENTUNO FILIALI sparse in 15 paesi nel mondo, oltre 2.600 collaboratori – dei quali circa 910 solo in Italia – e un fatturato che nel 2012 ha raggiunto i 550 milioni di euro, l’ottanta per cento grazie all’export. Sono questi i numeri del Gruppo Zambon, multinazionale del settore chimico-farmaceutico con base a Bresso, in provincia di Milano, ma nata in quel di Vicenza ben 108 anni fa quando Gaetano Zambon avviò una piccola produzione artigianale di composti galenici.

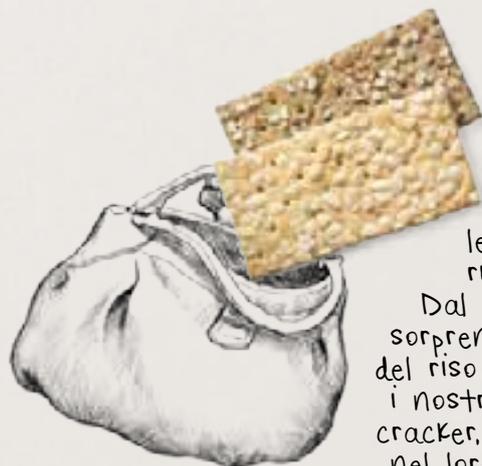
A guidare l’area farmaceutica, che oggi rappresenta circa l’84% del fatturato, è Elena Zambon, nipote del fondatore e presidente e consigliere di amministrazione di Zambon Spa. Laureata in economia aziendale all’Università Bocconi, l’imprenditrice comincia a lavorare nel 1989 presso la banca d’affari Citibank N.A., dove segue le attività degli investitori esteri sul mercato italiano e successivamente cura le valutazioni di rischio per la clientela istituzionale. Nel 1993 fa il suo ingresso nell’azienda di famiglia, che già a partire dagli anni Sessanta aveva intrapreso un lungimirante processo di internazionalizzazione, aprendo

uno stabilimento in Svizzera, oggi in grado di produrre fino a 98 milioni di pack all’anno. Zambon sviluppa questa strategia e nel 1998 inaugura un secondo stabilimento a San Paolo, al quale due anni dopo se ne aggiunge un terzo ad Haikou, in Cina, destinato alla produzione per il mercato locale.

In parallelo prosegue l’attività di ricerca per assicurare sempre la massima innovazione nel campo delle materie prime farmaceutiche. A tal fine collabora con le altre società del gruppo, quali la ZaCh – Zambon Chemicals di cui è vice presidente e la ZCube, specializzata nell’identificazione e validazione di tecnologie ad alto potenziale negli ambiti della somministrazione dei farmaci e dei dispositivi medici.

Inoltre, attraverso OpenZone offre spazi, servizi e laboratori per promuovere la nascita di start up nel settore della ricerca. Fra le iniziative più recenti e apprezzate, a partire dal 2007 ha introdotto in azienda un programma di welfare per i collaboratori. Fa parte del Cda del Fondo Strategico italiano e da giugno scorso, infine, è presidente di AidAF, Associazione italiana delle aziende familiari. ●





Finalmente puoi sentirti leggero senza rinunce. Dal gusto sorprendente del riso nascono i nostri nuovi cracker, unici nel loro sapore, anche integrali.

E per i più golosi, ci sono i frollini frutta e cereali, buoni e leggeri. Oppure al cioccolato e scorza d'arancia, sfiziosi e delicati. Goditi la bontà con un ridotto contenuto di grassi.*



Più c'è Riso, più ti senti leggero.

Prova i cracker RisoSuRiso petali croccanti, sfiziosi e ideali in ogni occasione.

CRACKER CON RISO SOFFIATO.



BISCOTTO CON RISO, FRUTTA E CEREALI.

CRACKER INTEGRALI CON RISO SOFFIATO.

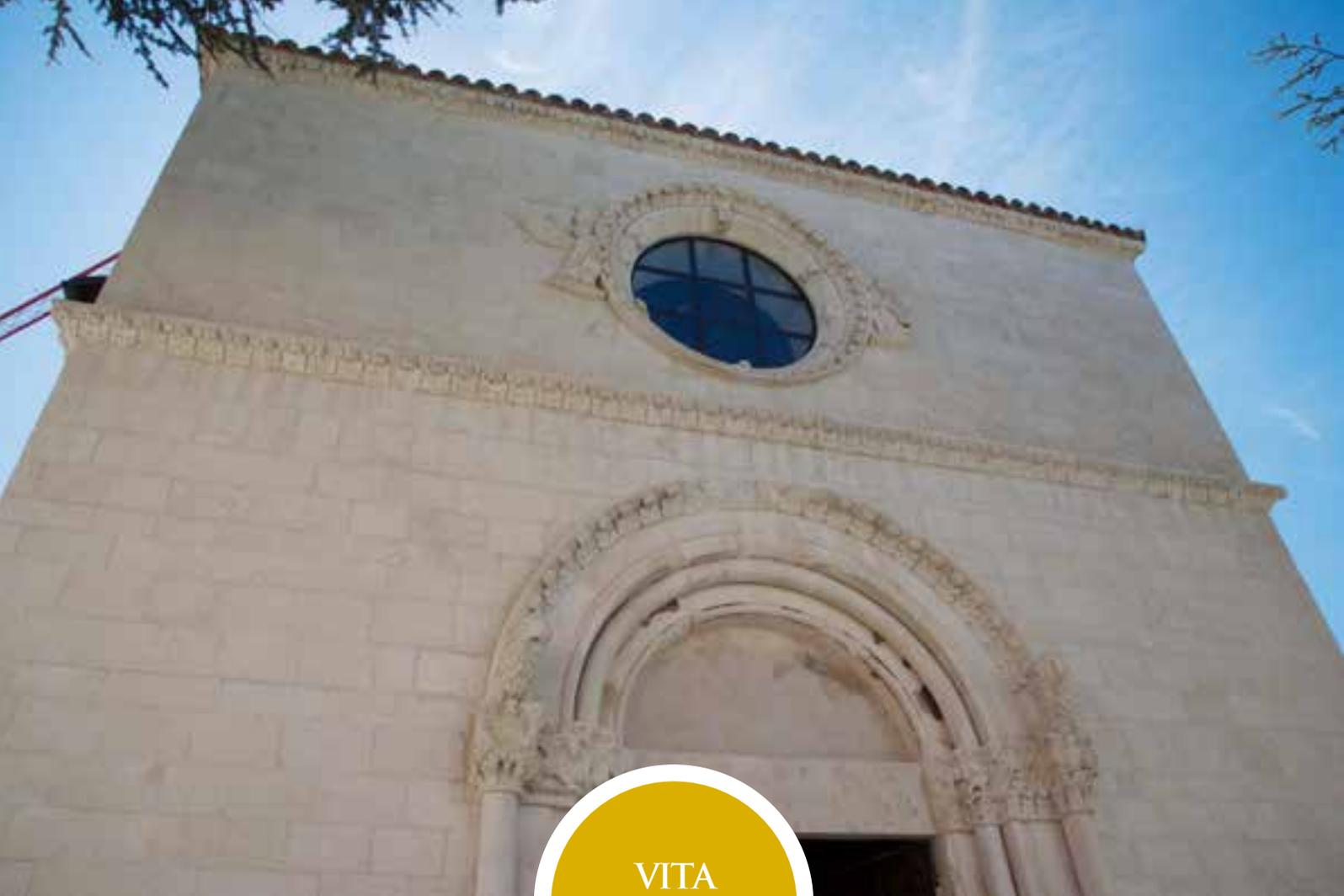


BISCOTTO CON RISO, CIOCCOLATO E SCORZA D'ARANCIA.



LA SALUTE BUONA DA MANGIARE.

* Frollino cereali e frutta: -30% di grassi rispetto alla media dei frollini tradizionali più venduti. Frollino cioccolato e scorza d'arancia: -35% di grassi rispetto alla media dei frollini al cioccolato più venduti. RisoSuRiso cracker: -30% di grassi rispetto alla media dei cracker tradizionali più venduti. (fonte Nielsen - vedi www.galbusera.it)



VITA
ASSOCIATIVA

L'AQUILA, UN CONTRIBUTO ALLA RINASCITA

GRAZIE ALL'IMPEGNO DELLA FEDERAZIONE DEI CAVALIERI DEL LAVORO,
È STATA RIAPERTA NEL CENTRO STORICO LA CHIESA DI SANTA MARIA
DI FARFA, UN GIOIELLO DELL'ARCHITETTURA DUECENTESCA CHE AVEVA
SUBITO IMPORTANTI DANNI IN SEGUITO AL SISMA DELL'APRILE 2009

RESTITUITO AI CITTADINI UN LUOGO SPECIALE

È STATO UN RESTAURO in chiave filologica quello voluto dai Cavalieri del Lavoro e che ha restituito al centro storico de L'Aquila la Chiesa di Santa Maria di Farfa, un monumento duecentesco di rilievo storico ed architettonico danneggiato dal sisma del 6 aprile 2009. Alla cerimonia di riapertura al culto, che si è svolta a L'Aquila il 10 maggio con grande partecipazione di cittadini, sono intervenute autorità ecclesiastiche, istituzioni locali e Cavalieri del Lavoro.

Dopo i saluti di Monsignore Giuseppe Molinari, Arcivescovo emerito della Città de L'Aquila e in passato parroco di Santa Maria di Farfa, sono intervenuti Benito Benedini, past president della Federazione, Vittorio Di Paola che ha ricordato come il restauro sia stato tra i primi ad essere realizzato nel centro storico della città, Massimo Cialente, Sindaco de L'Aquila, Antonio Del Corvo, Presidente della Provincia de L'Aquila, Fabrizio Magani, Direttore Regionale Beni Culturali e Paesaggistici dell'Abruzzo e Gianni Letta. La cerimonia si è conclusa con il rito di benedizione del Cardinale Angelo Sodano, Decano del Sacro Collegio Cardinalizio che – ricordando quel circolo virtuoso che ha

permesso, grazie alla solidarietà dei Cavalieri del Lavoro, di restituire la Chiesa di Santa Maria di Farfa alla sua fisionomia originaria – ha sottolineato come la rinascita de L'Aquila sia possibile attraverso la cooperazione di tutti. Il progetto di restauro, individuato dalla Federazione tra una rosa di progetti relativi a monumenti di rilievo storico ed architettonico danneggiati dal sisma, ha avuto inizio nel giugno 2012 dopo la sottoscrizione di una convenzione con la Direzione Regionale per i Beni Culturali e Paesaggistici dell'Abruzzo che ha curato la realizzazione dell'intervento edilizio. I lavori di restauro sono stati realizzati dalla Di Vincenzo Dino & C. S.p.A. sulla base di un progetto realizzato dall'architetto Gianlorenzo Conti redatto nel rispetto degli elementi storico-artistici ed architettonici e della normativa antisismica. I Cavalieri del Lavoro – con questo progetto – hanno concretamente partecipato alla rinascita della città de L'Aquila con un impegno finanziario che ha coperto la totalità dei costi del restauro, a cui si aggiungono le donazioni di singoli Cavalieri del Lavoro a favore di iniziative altrettanto meritorie promosse da altre istituzioni e associazioni. ●

LA CHIESA DI SANTA MARIA DI FARFA

L'edificio, situato nel centro storico della città, ha visto la luce nel XIV secolo e costituisce un piccolo gioiello, espressione della tecnica architettonica dell'epoca. Dalle caratteristiche tipiche delle costruzioni della regione abruzzese, la facciata del monumento presenta un coronamento orizzontale in cui campeggiano una finestra a ruota ed il portale.

Questo è raffinatamente ornato da capitelli decorati con gli emblemi dei quattro Evangelisti. Una cornice orizzontale intermedia lo separa da un oculo adornato da una mostra priva di raggiera e sorretta ai lati da due angeli in bassorilievo.

Dal colore delle nuove stilature in malta a quelli del-

le facciate laterali e delle stilature del basamento che corre lungo il perimetro esterno della Chiesa, dalle microiniezioni di consolidante in soluzione per le aree soggette ad esfoliazione all'applicazione di perni in corrispondenza del cornicione e del rosone e di un biocida per impedire la formazione di muschi e licheni, e fino alla riparazione della porta in legno, gli interventi della generosa opera di restauro promossa dalla Federazione Nazionale Cavalieri del Lavoro hanno prodotto l'apprezzabile e nobile risultato desiderato: riportare la Chiesa alla sua bellezza originaria e restituirle piena funzionalità in risposta ai bisogni della sua comunità religiosa. ●

L'intervento di Benito Benedini, past president della Federazione dei Cavalieri del Lavoro

ORGOGLIOSI DI ESSERCI

SIAMO FELICI e orgogliosi come Cavalieri del Lavoro e come persone che hanno ben in mente cosa è successo a L'Aquila cinque anni fa di aver dato il nostro contributo a restituire alla vostra comunità un gioiello che torna a far parte della vita della città, della vita di questo quartiere, della speranza dei cittadini aquilani.

Siamo felici e orgogliosi di farlo nel ricordo vivido della disperazione di fronte alle forze della natura che distruggono in pochi attimi vita e opere dell'uomo e anche nel ricordo della rabbia di fronte alle negligenze degli uomini che, talvolta, amplificano gli effetti dei disastri naturali. E niente più di questa antica e bellissima chiesa può simboleggiare, e non solo per chi crede, la necessità della speranza, della fiducia, della serenità con cui guardare al futuro dopo la immensa tragedia di cinque anni fa.

Venendo qui stamattina ho fatto un rapido giro e mi sono reso conto oggi più di allora delle dimensioni della catastrofe che colpì in pochi secondi la vostra meravigliosa città. Privo della reazione emotiva immediata al terremoto e alle sue vittime, ho visto quello che era uno dei centri storici più strutturati e meglio conservati d'Italia come un organismo ferito profondamente che cerca con tutte le sue forze di rialzarsi per ritrovare se stesso, la sua vita, le sue tradizioni e la sua bellezza.

Quel che conta di più oggi a L'Aquila per i suoi abitanti, che hanno sofferto della perdita dei propri cari, è di riaffermare con la ricostruzione l'anima che la città, più di tante altre nel nostro Paese, grazie alla sua storia secolare di punto di incontro, avuto nel corso dei secoli, al confine tra il Regno di Napoli, lo Stato Pontificio, la dorsale appenninica sino a Bologna e la costiera adriatica.

Sono certo che questa chiesa dalle origine antichissime, Santa Maria di Farfa, così bella e rinnovata, possa tornare ad essere il punto di riferimento popolare che era sempre stata, fortemente legata ad un quartiere dalle radici anch'esse antiche a ridosso del centro storico.

Quando l'abbiamo scelta per indirizzarvi il nostro contributo volevamo che, attraverso un simbolo amato anche da chi non è praticante ma sa riconoscere i valori costitutivi di una comunità, la vita tornasse a scorrere, con il ricordo che non si cancella, ma con la serenità e la forza di chi deve guardare avanti.



Da sinistra i Cavalieri del Lavoro Antonini, Benedini, Di Paola e Lombardi con il Cardinale Angelo Sodano

Ringrazio i Colleghi Cavalieri del Lavoro per averlo reso disponibile e in particolare ringrazio il Cavaliere del Lavoro Vittorio Di Paola che mi ha sostenuto ed aiutato moltissimo nella realizzazione di questo progetto.

Ponemmo a noi stessi, un anno fa, una sola condizione: che i lavori dovessero concludersi entro un periodo e una data certa. Periodo che indicammo appunto in un anno. Un periodo magari lungo per chi avrebbe voluto riavere subito la disponibilità di questo luogo sacro, ma noi sappiamo che per far bene le cose quel tempo serviva. Lo abbiamo rispettato nella convinzione che se ciascuno nell'ambito delle cose che dipendono dalle proprie possibilità fa tutto il suo dovere, l'efficacia dell'azione complessiva della società migliora.

Ovviamente, responsabilità infinitamente maggiori delle nostre nella ricostruzione della città hanno le istituzioni e gli organismi di governo locali e nazionali.

Mi auguro che anch'esse siano consapevoli del proprio ruolo di fronte non solo ai cittadini de L'Aquila ma anche rispetto all'opinione pubblica nazionale e internazionale che si mobilitò per la tragedia del terremoto e che, come noi, vorrebbe che questa meravigliosa città potesse ritrovare tutta la sua anima e tutta la sua forza vitale nel rispetto profondo di chi non c'è più e di una ferita non rimarginabile per chi l'ha vissuta. ●

Parla Massimo Cialente, sindaco de L'Aquila

UN CANTIERE A CIELO APERTO

La prima domanda è d'obbligo: a che punto siamo con la ricostruzione?

Il Comune dell'Aquila, passata l'emergenza, ha ricevuto 2 miliardi di euro per la ricostruzione privata sotto forma di finanziamento agevolato. Grazie a questi fondi in un anno e mezzo abbiamo ricostruito, partendo dalla periferia, tutte le abitazioni classificate B e C, il che ci ha permesso di far tornare a casa 25.000 persone. Posso aggiungere che si è trattato di una ricostruzione virtuosa, abbiamo risparmiato il 22% rispetto a quanto chiedevano i cittadini. A dicembre 2012 abbiamo ricevuto dal Governo altri fondi e abbiamo fatto ripartire la ricostruzione, abbiamo speso 110 milioni di euro al mese, ci sono migliaia di cantieri in tutto il comune, ma a giugno finiranno i soldi e i cantieri non potranno concludersi. Ci sono ancora 15.000 persone che non possono tornare nelle proprie case, soprattutto nel centro storico.

E per la ricostruzione pubblica?

Già dal 2009 ho affidato la gestione degli appalti per la ricostruzione pubblica al Provveditorato interregionale per le opere pubbliche e alla Direzione regionale per i Beni culturali e paesaggistici dell'Abruzzo. Gli scandali di gennaio di quest'anno, che hanno reso necessario l'intervento e la vigilanza della Procura della Repubblica in merito alla gestione della ricostruzione, sono una conseguenza della mancanza di regole certe e stringenti. Io avevo più volte denunciato fenomeni di degenerazione come subappalti non dichiarati, speculazione o infiltrazioni della Camorra, anche nelle trasmissioni televisive o scrivendo al Presidente della Repubblica Giorgio Napolitano. L'interesse di questo Governo, con cui c'è un confronto continuo, su questo tema mi conforta. Dal 2009 auspico che vengano definite regole stringenti anche per la ristrutturazione pubblica, indicate linee guida e concepita una libertà di mercato regolata.

Il centro storico si è ripopolato?

Il centro storico è tutto un cantiere. A settembre, grazie alla collaborazione con la Sovrintendenza per i Beni Architettonici e Paesaggistici con la quale abbiamo restaurato Palazzo Rivera, il Sindaco, il Vice Sindaco e la Giunta



Comunale, torneranno al centro della città, con evidente risparmio del canone d'affitto che stiamo pagando come quasi tutti gli uffici pubblici le cui sedi sono inagibili. Sta anche riaprendo qualche negozio, a tal proposito ho chiesto al Governo una norma per riportare i canoni di affitto dei locali commerciali del centro storico ai livelli del 2009. Stiamo facendo in modo di alzare le tasse per tutti gli appartamenti liberi ed agibili che si trovano in centro, perché sia un incentivo a rimmetterli in uso. Stanno partendo anche i lavori per i sottoservizi, per far diventare L'Aquila una città smart. Passeranno nel sottosuolo il sistema idrico integrato, le tubature per il gas metano, l'elettricità, le linee telefoniche e quelle per la banda larga, che raggiungeranno tutti gli edifici favorendo la competitività del territorio.

Cosa si sta facendo per rilanciare il turismo?

In realtà più che "rilanciare" posso dire che il Comune dell'Aquila lo sta "lanciando", perché sta mettendo in atto delle politiche di valorizzazione turistica che la Regione non ha mai realizzato. Il prossimo anno ospiteremo la grande adunata degli Alpini, nella nostra città arriveranno 500.000 persone: sarà una grande opportunità e una

bella vetrina. Un'altra iniziativa riguarda l'utilizzo del nostro campo di atletica, che è stato per lungo tempo adibito a centro sfollati e ora è stato riabilitato alla sua funzione originaria diventando una struttura all'avanguardia. Quest'anno abbiamo ospitato i campionati italiani dei Giochi studenteschi e ci candidiamo a farlo anche per i prossimi anni, un'occasione per cercare di contrastare anche la sfiducia che dilaga tra i giovani aquilani.

Stiamo ricostruendo anche un grande teatro che ospiterà un moderno centro congressi, la posizione centrale dell'Aquila la rende un punto di incontro privilegiato per l'attività congressuale, consentendo di risparmiare la metà del tempo e dei costi a tutti gli italiani.

Quale importanza hanno avuto le donazioni venute dal privato, come quella della Federazione Italiana dei Cavalieri del Lavoro?

Sono state fondamentali, perché sono soldi che sono arrivati subito e che ci hanno permesso di restituire in fretta i primi presidi. Abbiamo cercato di indirizzare le donazioni verso edifici simbolici per la città. Quella che noi chiamiamo la "chiesetta" di Farfa, ad esempio, è stata una operazione importante perché è il punto di riferimento di un quartiere che è stato il primo ad essere restaurato dentro le mura. Ha costituito un aspetto identitario per gli aquilani.

Qualche tempo fa c'è chi ha paragonato le attività di ricostruzione di L'Aquila con quelle dell'Emilia.

Facciamo parlare i numeri: l'Emilia ha ricevuto 12 miliardi di euro per la ricostruzione, ma ha, fortunatamente, avuto danni entità di gran lunga inferiore. Inoltre in Emilia c'è stato un Presidente della Regione che si è dato molto da fare, qui a L'Aquila la Regione è stata assente.

Inoltre, per l'Emilia sono state applicate leggi diverse da quelle che erano state fatte per L'Aquila, che a loro volta erano diverse da quelle utilizzate in occasione del terremoto di Umbria e Marche o della Basilicata. L'Italia è un paese folle da questo punto di vista. Non ci sono regole certe e questo è un grave danno anche per gli imprenditori. Io per trovare i soldi devo inventarmi ogni volta qualcosa, faccio lo sciopero della fame, tolgo la bandiera dal Comune, restituisco la fascia a Napolitano, invece di potermi appellare a leggi certe e uguali per tutti.

È necessario che il nostro paese cominci seriamente a pensare ad una assicurazione contro i grandi rischi. I centri storici devono essere portati in sicurezza sismica. Ci sono molte zone in Italia a grande rischio sismico e nessuno fa niente. C'è una grande pigrizia intellettuale e deontologica della classe politica e dei vertici dei ministeri rispetto a queste questioni. ● (c.s.)



Palazzo Ardinghelli

Elettronica: l'eccellenza è il dna aziendale

Ogni giorno il mondo si rinnova, spinto da nuove idee che si fondono con la tradizione, per diventare il combustibile culturale, tecnologico e umano dell'evoluzione.

La lungimiranza ci consente di anticipare e prevedere il mondo di domani, guidando le azioni che ci permetteranno di vincere, attraverso l'innovazione, le sfide che verranno.

Dal 1951, anno della sua nascita, Elettronica ha costruito il proprio successo sulla ricerca, tecnologica e realizzativa, l'innovazione, sulla formazione e crescita dei propri tecnici e ingegneri. Grazie alla costanza di questo approccio, l'azienda ha conseguito, in oltre sei decenni di attività, rilevanti successi, un vanto distintivo in un settore, quello dell'Aerospazio e Difesa, sempre più competitivo e globale e in continua evoluzione. Sono state affrontate le sfide derivate dai continui cambiamenti che caratterizzano il nostro segmento di interesse, divenendo uno dei competitor dei maggiori gruppi europei e raggiungendo una effettiva e riconosciuta supremazia, su scala internazionale, nella progettazione, sviluppo e produzione dei sistemi di difesa elettronica.

Il Management, gli ingegneri, i tecnici, tutto il personale contribuiscono ogni giorno, con competenza e passione, a mantenere l'eccellenza di questa azienda, che, nella filiera d'offerta del sistema industriale nazionale del settore rappresenta un importante tassello per continuare a giocare un ruolo primario in Europa e nel mondo. Non è un caso che in una nicchia di mercato in cui la prima regola è mantenere lo status di leader, in cui il completo controllo tecnologico e realizzativo consente la piena indipendenza operativa del cliente finale, le aziende siano ritenute strategiche per il proprio Sistema Paese. Su questo assunto, Elettronica ha sempre ritenuto fondamentale destinare rilevanti fondi alla ricerca, per sviluppare i propri asset, incrementare il proprio know-how, rendere maggiormente produttivo e interattivo il rapporto diretto con i propri clienti.

Per questo sono attive collaborazioni con università, centri di ricerca e istituzioni per i quali la realizzazione di nuove idee è parte fondamentale del lavoro. Interazioni come queste, che coinvolgono e danno spazio a giovani menti brillanti, garantiscono, nel tempo, lo sviluppo di nuovi prodotti e sistemi e aiutano a capire, ad approfondire nuove

opportunità in settori limitrofi. In sostanza, grazie a questa necessaria spinta verso l'eccellenza, insita nel proprio DNA aziendale, Elettronica ha acquisito la piena padronanza e il completo controllo delle tecnologie sviluppate e implementate nei propri prodotti, ai quali si associa il vantaggio esclusivo di una società front-line, sia da un punto di vista tecnologico che operativo, un'azienda che continua a credere nel proprio core business e si proietta nel futuro con la consapevolezza e l'esperienza del suo passato.



Locali ELT-Produzione LRU Test



A colloquio con Fabrizio Magani, Direttore Regionale per i Beni culturali e paesaggistici

RESTAURARE I SIMBOLI PER RIDAR VITA ALLA CITTÀ

Qual è il valore dell'iniziativa sostenuta dalla Federazione Nazionale dei Cavalieri del Lavoro nell'opera di restauro promossa dalla Direzione Regionale per i Beni culturali e paesaggistici dell'Abruzzo?

L'iniziativa è di notevole pregio innanzitutto per la qualità e l'importanza dell'associazione che ha finanziato il restauro della chiesa. È un riguardo speciale che questa direzione regionale del Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo dedica ai donatori che promuovono la conservazione e la valorizzazione del patrimonio colpito dal sisma del 2009. In particolare, la Chiesa di Santa Maria di Farfa adottata dai Cavalieri del Lavoro, nobilissima per storia e fondazione, rappresenta un tassello eccezionale per il suo valore identitario nel contesto cittadino.

Qual è il danno del terremoto sui beni culturali dell'Aquila?

I danni sono stati cospicui. Al di là di un bilancio numerico, il patrimonio culturale è l'ambito più vistosamente colpito, e colpito in modo diffuso e uniforme. La nostra programmazione prevede interventi su nove anni di attività, a partire dal 2012, che aumenteranno se si considera la relativa esecuzione dei lavori. Chiaramente il tutto è condizionato dalla presenza di un flusso continuo di finanziamenti.

A cinque anni di distanza dal sisma, a che punto è l'opera di restauro?

Dal 2012, terminata la gestione emergenziale, è in atto un'importante programmazione di interventi. Al momen-

to un centinaio di cantieri, differenti per intensità, misura ed impegno economico, insistono non solo nella città, ma in tutta la vasta area circostante colpita dal sisma, nel cosiddetto cratere sismico. Li lega un unico filo conduttore definibile "bisogni e cultura". Ognuno di essi deve cioè avere un valore simbolico ed identitario per la comunità e rispondere ai suoi bisogni, combinando lavoro materiale con uno più sottilmente culturale e spingendo sui pedali della valorizzazione, comunicazione e corretta informa-

zione. Un impulso importante in tal senso ci è dato da Dario Franceschini, in visita all'Aquila all'indomani del suo insediamento. Nel motto "L'Aquila viva" il Ministro ha compendiato il nostro scopo: calare l'opera della nostra Amministrazione, dedita alla tutela e alla conservazione del patrimonio culturale, in una sofisticata promozione di valori culturali.

Quali sono i fondi utilizzati fino ad ora? A quali si mira?

Sono tre le principali fonti di finanziamento. Innanzitutto il decreto n. 24 del 2010, che, assegnando 118 milioni di euro, ci ha consentito di la-

vorare fin da subito. Poi la delibera CIPE n. 135 del 2012, che ha finanziato la prima delle nove annualità del programma. Infine, le donazioni dei privati, costituenti il 25-30% delle risorse complessive. Per fare qualche esempio: la chiesa di Santa Maria di Farfa, appunto, e la donazione della Camera dei Deputati per il restauro del Palazzetto dei Nobili. Ma non bisogna dimenticare la miriade di altri piccoli donatori meno noti ma non per questo meno significativi. »





San Pietro Apostolo

Qual è l'aiuto arrivato dall'estero e in particolare dall'Europa?

Abbiamo ricevuto sostegno da più parti. Il governo Francese, in cooperazione con l'Italia, finanzia il cantiere delle Anime Sante. La Germania sostiene il restauro della chiesa di San Pietro Apostolo di Onna. La Russia provvede al risanamento di Palazzo Ardinghelli e della chiesa di San Gregorio nell'omonima località. Anche il Kazakistan fece una donazione in favore della chiesa di San Giuseppe di Minimi, inaugurata un anno fa. Con risorse europee stiamo invece conducendo un lavoro sul perimetro delle mura storiche della città.

Se dovesse lasciare un messaggio per attirare possibili futuri sostenitori o per rendere partecipi i cittadini italiani o stranieri e sentire il loro calore, cosa direbbe?

Per citare il Ministro Franceschini, L'Aquila deve restare viva. Anche se in realtà la città non prende il nome dal volatile, ma dalle acque, il suo stemma è un'aquila.

L'Aquila ha un nido, vola, ha degli occhi per guardare. Dobbiamo tenere alta questa esperienza, che, tra tante difficoltà, mi sento di dire di esito positivo e con una ricaduta reale sulla percezione autentica del valore del patrimonio culturale. Qui davvero si percepisce che il patrimonio culturale è parte viva della città, come se fosse il sangue che scorre nelle vene di questo territorio. ●

Anna Maria Chiariello

PIXELL



SOLO LA SOLIDITÀ PUÒ SFIDARE IL TEMPO

**Le cinque colonne portanti
di Sorgente Group nel mondo**

ITALIA	USA	REGNO UNITO	LUSSEMBURGO	BRASILE
1 HOLDING	1 HOLDING	2 HOLDING	1 SOCIETÀ DI GESTIONE DEL RISPARMIO	1 SOCIETÀ DI GESTIONE DEL RISPARMIO
1 SOCIETÀ DI GESTIONE DEL RISPARMIO	1 SOCIETÀ DI GESTIONE DEL RISPARMIO	1 SOCIETÀ DI GESTIONE DEL RISPARMIO	6 FONDI IMMOBILIARI	1 SOCIETÀ DI REAL ESTATE MANAGEMENT
1 SOCIETÀ DI REAL ESTATE MANAGEMENT	1 SOCIETÀ DI REAL ESTATE MANAGEMENT	1 SOCIETÀ PER DISTRIBUZIONE PRODOTTI		1 FONDO IMMOBILIARE
19 SOCIETÀ IMMOBILIARI	11 SOCIETÀ IMMOBILIARI	8 SOCIETÀ IMMOBILIARI		
2 SOCIETÀ DI SERVIZI	1 FONDAZIONE	2 SOCIETÀ DI PRIVATE EQUITY		
1 FONDAZIONE		2 SOCIETÀ DI GESTIONE ALBERGHIERA		
27 FONDI IMMOBILIARI				
1 SOCIETÀ DI AGENCY				

In foto: la Galleria Alberto Sordi, già Galleria Colonna, è di proprietà di uno dei fondi immobiliari di Sorgente Group.



PLANET INSPIRED
SOLUTIONS



La sostenibilità che cambia.

MONITORAGGIO
AMBIENTALE
E CAMBIAMENTI
CLIMATICI

GESTIONE
RISORSE NATURALI

ENERGIA E
SMART GRID

MOBILITÀ E
LOGISTICA
SOSTENIBILI

ASSISTENZA
SANITARIA E
ISTRUZIONE

SICUREZZA E GESTIONE
GRANDI EVENTI



Con Planet Inspired Solutions Finmeccanica propone progetti e sistemi integrati, soluzioni interoperabili, prodotti e tecnologie all'avanguardia capaci di rispondere alle esigenze di sostenibilità di un mondo che cambia, seguendo il filo rosso dell'innovazione.

planetinspired.info



 **FINMECCANICA**