



**GOLFARELLI EDITORE**  
INTERNATIONAL GROUP

**GRUPPO 24 ORE**

NEWSLETTER REALIZZATA DA 24 ORE PROFESSIONALE IN COLLABORAZIONE CON GOLFARELLI EDITORE





### Donne e impresa

Marina Berlusconi, Emma Marcegaglia e Marina Salomon: tre modelli virtuosi per le giovani donne che vogliono affermare un loro percorso nel mondo dell'impresa

pagine 18 - 22



### Donne e politica

Ritratti di personalità femminili che con caparbia, tenacia e intelligenza hanno raggiunto posizioni di responsabilità politico-istituzionale: Ursula Von der Leyen e Giorgia Meloni

pagine 4 - 5

# VALORE DONNA

## Visioni, successi e leadership al femminile

### RIFLETTORI PUNTATI SUL TALENTO



Lella Golfo, presidente della Fondazione Marisa Bellisario

**N**uovo attestato per Lella Golfo, alla quale è stata conferita a dicembre la Laurea magistrale honoris causa in scienze dell'Economia dell'Università eCampus. Deputata, giornalista, imprenditrice, fondatrice e presidente della Fondazione Marisa Bellisario, Lella Golfo ha ricevuto il prestigioso titolo per "il costante impegno rivolto all'integrazione della parità di genere e dei diritti umani nella moderna economia di mercato". «Dalle imprese più grandi alle piccole realtà commerciali, l'impegno della signora Lella Golfo si è esteso anche in ambito internazionale dove la creazione di nuove realtà economico-

>>> segue a pagina 3

### Professioni

Presidente di Borsa Italiana, Claudia Parzani parla del suo modello di leadership

### Nautica made in Italy

Barbara Amerio, ceo di Permare, descrive i nuovi trend dello yachting di lusso



## FONDAZIONE BELLISARIO ECCELLENZA FEMMINILE

Donne che lottano e non si arrendono per sostenere le loro idee e i loro progetti, è questo il tratto distintivo delle iniziative della Fondazione e in particolare del "premio Marisa Bellisario", che quest'anno celebra la sua 35esima edizione, con l'assegnazione delle tradizionali e ambite Mele d'oro

## RAPPRESENTANZA PARITARIA, BASE DELLA DEMOCRAZIA

Aidda promuove la maggiore rappresentanza femminile nelle istituzioni e nell'imprenditoria. Solo un contributo paritario di valori può garantire un sistema armonioso e sostenibile. L'analisi della presidente Antonella Giachetti

**S**econdo una recente indagine condotta da Cisl e BiblioLavoro in Lombardia su oltre 6 mila intervistate iscritte al sindacato, il 20 per cento ha dichiarato di rinunciare a fare figli per potersi dedicare alla carriera. «Serve rafforzare il sistema di welfare, aumentando il numero di asili nido e l'assistenza per gli anziani. Dobbiamo permettere alle donne di



Antonella Giachetti, presidente Aidda

uscire da quella dimensione di cura familiare in cui oggi troppo spesso si ritrovano racchiuse, dovendo poi fare rinunce di carriera», commenta Antonella Giachetti, presidente di Aidda, l'Associazione imprenditrici e donne dirigenti d'azienda. Favorire la conciliazione di vita e lavoro è un punto chiave. «Così come fornire strumenti e agevolazioni- ampi, stabili e di facile ac-

cesso- per la nascita di nuove aziende guidate da donne come volano di progresso per la nostra stessa economia nazionale. I fondi per le aziende femminili sono spesso ancora legati a sistemi di click day: dobbiamo andare oltre e guardare al valore delle persone, delle competenze e delle idee, sviluppando bandi

>>> segue a pagina 6



# Riflettori puntati sul talento

Un serbatoio femminile di energie e idee da valorizzare per una crescita sostenibile. Sono quasi 500 le donne ad aver ricevuto il Premio Maria Bellisario, il più autorevole riconoscimento italiano all'eccellenza femminile

**N**uovo attestato per Lella Golfo, alla quale è stata conferita a dicembre la Laurea magistrale honoris causa in scienze dell'Economia dell'Università eCampus. Deputata, giornalista, imprenditrice, fondatrice e presidente della Fondazione Marisa Bellisario, Lella Golfo ha ricevuto il prestigioso titolo per "il costante impegno rivolto all'integrazione della parità di genere e dei diritti umani nella moderna economia di mercato". «Dalle imprese più grandi alle piccole realtà commerciali, l'impegno della signora Lella Golfo si è esteso anche in ambito internazionale dove la creazione di nuove realtà economico-commerciali fondate sulla valorizzazione dei prodotti locali e sulla formazione manageriale delle donne del luogo è divenuta strumento di lotta alla discriminazione e alle pari opportunità», si legge nella motivazione ufficiale accademica. Classe 1941, Lella Golfo è nata a Reggio Calabria e vive a Roma. Commendatore e cavaliere della Repubblica, ha saputo saldare le sue due grandi passioni: la politica e la questione femminile. Colpita dalla figura di Marisa Bellisario, allora amministratore delegato dell'Italtel e prima manager di successo italiana, nell'89, a un anno dalla sua scomparsa, decide di dar vita a un Premio in sua memoria. Nasce così il Premio Marisa Bellisario e due anni dopo l'omonima Fondazione. Da 34 edizioni, il riconoscimento viene assegnato alle donne che si distinguono nella professione, nel management, nella scienza, nell'economia, nel sociale, nella cultura e nell'informazione, nello spettacolo e nello sport, sia a livello nazionale che internazionale.

## ECCELLENZE ALLA RIBALTA

«Donne che fanno la differenza» è stato il titolo e tema dominante dell'edizione 2022 del Premio Marisa Bellisario, che ha assegnato lo scorso giugno le Mele d'Oro a: Iryna Glebova, vice direttrice e responsabile scientifico Museo dell'arte occidentale e orientale di Odessa, cui si deve la salvaguardia del patrimonio artistico ucraino durante il conflitto tuttora in corso; Mareya Bashir, già procuratrice generale Herat da sempre attiva per la tutela dei diritti delle donne afgane. Per il giornalismo sugli scudi sono state Stefania Battistini (Rai) e Gabriella Simoni (Mediaset), entrambe inviate di guerra. Per l'Imprenditoria, Veronica Squinzi, amministratore delegato e direttore sviluppo globale Mapei. Per il Management, Paola Angeletti, chief operating officer Intesa Sanpaolo; per le Istituzioni, Gabriella Palmieri Sandulli, prima donna avvocato ge-



Lella Golfo, presidente della Fondazione Marisa Bellisario

nerale dello Stato. Tra le innovazioni più rilevanti delle ultime edizioni ci sono i premi riservati alle aziende. Il primo, dedicato alle piccole e medie imprese, è il Premio Women Value Company Intesa Sanpaolo, giunto alla sua sesta edizione, con oltre 800 aziende autocandidatesi. Vincitrice per la Media Impresa è la pugliese Masseria San Domenico di Marisa Melpignano, mentre per la piccola a svettare è Multi-Consult, società di consulenza, marketing, export e comunicazione guidata da Giovanna Ricuperati con sede a Bergamo. Il secondo riconoscimento, riservato alle grandi aziende e giunto alla quinta

edizione, è il Premio Azienda Work Life Balance Friendly realizzato in collaborazione con Confindustria, che ha visto imporsi l'Azienda Trasporti Milanese (Atm). Ad aggiudicarsi la Mela d'Oro 2022 sono state anche tre giovani promettenti neolaureate con il massimo dei voti. Dopo un'attenta valutazione in più di 40 Atenei dei migliori corsi di studi in Ingegneria delle Telecomunicazioni, Ingegneria Informatica ed elettrica e con il fattivo supporto alla Commissione esaminatrice nella fase di selezione da parte delle aziende Leonardo, Terna e Intesa Sanpaolo, si è arrivati alla scelta di Sara Cavallero, Giorgia Nadizar e Luisa Tolosano. «Un doveroso focus sulla guerra in Ucraina ma anche sulla drammatica situazione delle donne in Afghanistan ha avuto modo di commentare Lella Golfo – e poi i riflettori puntati sulle più brillanti menti femminili del Paese sono gli ingredienti di un'edizione speciale, che oggi più che mai mette al centro l'ottimismo della volontà, il "gusto del futuro". L'Italia è piena di ragazze promettenti, di manager e imprenditrici lungimiranti, di talenti affermati o ancora da scoprire che la Fondazione Marisa Bellisario s'impegna da 34 anni a valorizzare e portare alla ribalta. La ripresa che tutti auspichiamo e la costruzione di uno sviluppo sostenibile e duraturo dipenderanno dalla volontà di investire con decisione su queste eccellenze e dalla capacità di liberarne tutte le energie».

• **Leonardo Testi**

## “Women on Boards”, la direttiva Ue per l'equilibrio di genere nelle aziende

«Dopo 10 anni dalla proposta della Commissione europea, ora avremo una legge europea sulla parità di genere nei consigli di amministrazione delle società. Il soffitto di vetro che impediva alle donne di accedere alle posizioni di vertice delle aziende è stato infranto. È un momento davvero storico e commovente». Lo ha scritto su Twitter la presidente Ursula von der Leyen dopo il via libera definitivo lo scorso 22 novembre dal Parlamento Ue alla direttiva sulle donne nei consigli di amministrazione. Entro la fine di giugno 2026, tutte le grandi società quotate nell'Ue dovranno adottare misure per incrementare la presenza femminile nelle posizioni apicali: il 40 per cento dei posti di amministratore senza incarichi esecutivi e il 33 per cento di tutti i posti di amministratore. Ricordiamo che Lella Golfo è con Alessia Mosca la firmataria della legge n. 120/2011 sulle quote di genere nei consigli di amministrazione, che ha permesso all'Italia di compiere significativi miglioramenti nella direzione dell'uguaglianza di genere, facendo appunto scuola anche in Europa. «La mia legge ha fatto da apripista in Europa, ne sono veramente orgogliosa! Con la parità di genere avremo un'Europa più giusta e al contempo un impulso fondamentale per una leadership femminile. Mi auguro che sia solo il primo di una lunga serie di passi in questa direzione», ha commentato Lella Golfo su Facebook.

Newsletter realizzata da  
**24 ORE Professionale**  
in collaborazione con  
**Golfarelli Editore**

Proprietario ed Editore:  
Il Sole 24 Ore S.p.A.

Sede legale  
e amministrazione:  
Viale Sarca, 223 -  
20126 Milano  
Redazione:  
24 Ore Professionale

© 2022 Il Sole 24 ORE S.p.a.  
Tutti i diritti riservati.  
È vietata la riproduzione  
anche parziale e con qualsiasi  
strumento.

I testi e l'elaborazione dei testi,  
anche se curati con scrupolosa  
attenzione, non possono compor-  
tare specifiche responsabilità per  
involontari errori e inesattezze.

Chiusa in redazione:  
XX Gennaio 2023

Il successo di Giorgia Meloni è prima di tutto il successo della sua politica identitaria. «Io sono Giorgia: sono una donna, sono una madre, sono cristiana»: sono le parole pronunciate dall'attuale presidente del Consiglio in occasione della manifestazione del centrodestra a Roma nel 2019. Parole, che riprese e remixate da due dj milanesi, diventano virali e aiutano la leader di Fratelli d'Italia ad acquisire popolarità. La frase "Io sono Giorgia" è stata infatti usata dalla stessa Meloni come titolo per la sua autobiografia, pubblicata nel 2021. Grazie alle sue abilità comunicative, la leader romana riesce a posizionarsi al centro della scena politica italiana e non solo. Da settembre 2020 guida il Partito dei Conservatori e dei Riformisti europei. Il merito di Meloni, sostiene la semiologa Giovanna Cosenza a Sky Tg24, è stato quello di reinventarsi sul piano comunicativo, senza rinnegare la propria identità. «Meloni è passata dal sovranismo esasperato dei toni di Vox all'essere una leader pronta a integrarsi nelle linee europee e della Nato. Ha cercato di ricostruire una sua credibilità sia sul piano internazionale che su quello nazionale». La comunicazione efficace, prima di tutto sui social, la coerenza ideologica- portata avanti negli ultimi anni dai banchi dell'opposizione- sono alcuni dei fattori che hanno consegnato alla storia della Repubblica italiana la prima donna presidente del Consiglio.

#### RIVENDICARE LE PROPRIE ORIGINI

«Provengo da un'area culturale che è stata spesso confinata ai margini della Repubblica, e non sono certo arrivata fin qui fin qui fra le braccia di un contesto familiare e di amicizie influenti», afferma Giorgia Meloni nel suo discorso di insediamento alla Camera, durante la quale si autodefinisce «l'underdog, lo sfavorito, che per affermarsi deve stravolgere tutti i pronostici». Nata il 15 gennaio 1977 a Roma, cresce alla Garbatella con la madre Anna e la sorella Arianna, senza il padre che ha deciso di cambiare vita e trasferirsi alle Canarie. Diplomata con maturità linguistica all'istituto professionale Amerigo Vespucci, Giorgia Meloni si interessa alla politica già a 15 anni. Motivata dall'attentato a Paolo Borsellino nel 1992, bussava alle porte del Fronte della Gioventù, organizzazione giovanile del Movimento Sociale Italiano, dove incontra la sua "seconda famiglia", formata dai militanti che oggi sono i dirigenti di Fratelli d'Italia. Da quel momento inizia la sua ascesa politica, segnata dai primati. A 21 anni è consigliere provinciale per Alleanza Nazionale, a 29 anni è vice presidente della Camera dei Deputati, a 31 anni è alla guida- ancora una volta la più giovane- del ministero della Gioventù nel quarto governo Berlusconi. Non condividendo il sostegno dato dal Popolo della Libertà al governo Monti, l'attuale premier fonda, insieme a Ignazio La Russa e Guido Crosetto, il partito Fratelli d'Italia, di cui è presidente dall'8 marzo 2014. Promotrice di un sovranismo conservatore a difesa della famiglia tradizionale, dei confini, della patria e dell'identità nazionale contro

# Giorgia Meloni, profilo di un presidente

La rivista Forbes l'ha definita la settima donna più potente del mondo. Le radici a destra, il percorso politico intrapreso sin da giovanissima, le idee e i progetti. Il ritratto del presidente del Consiglio Giorgia Meloni



Giorgia Meloni, presidente del Consiglio

biamo». C'è poi il dossier più caro al premier, quello del presidenzialismo. «Confermo che è una delle mie priorità ed è un obiettivo a cui tengo particolarmente. Credo che possa fare bene all'Italia una riforma che consenta di avere stabilità e governi frutto dell'indicazione popolare», ha affermato Giorgia Meloni nella conferenza stampa di fine anno. Il semipresidenzialismo alla francese «non è il mio sistema preferito, ma quello sul quale c'è maggiore convergenza. Sono disposta a parlare di tutto, ma la riforma la voglio fare». Il ministro per le Riforme Maria Elisabetta Alberti Casellati, già proiettata al dialogo con le forze politiche, ha dichiarato ad Affaritaliani.it che la proposta del governo sul tema potrebbe essere presentata prima dell'estate. «L'unica cosa che spero è che con i primi provvedimenti di questo governo siamo riusciti a trasferire un po' di ottimismo, di fiducia nelle istituzioni, in una politica, in un governo che non hanno padroni, che non guardano in faccia a nessuno. Che fanno semplicemente quello che è giusto fare, quello che va fatto», le parole con cui il presidente del Consiglio ha fatto gli auguri agli italiani su Facebook nella rubrica "Appunti di Giorgia".

• Francesca Druidi

## Gli impegni presi

**Chiuso il capitolo della legge di Bilancio, il governo è intervenuto con il decreto Rave e l'approvazione delle norme sulle Ong, focalizzandosi sulla questione sicurezza**

la globalizzazione e i processi migratori, Giorgia Meloni traghetta il suo partito dal 2 al 26 per cento in dieci anni, stravinendo le elezioni del 25 settembre.

#### 2023, L'ANNO DELLE RIFORME

Chiuso il capitolo della legge di Bilancio, il governo è intervenuto con il decreto Rave e l'approvazione delle norme sulle Ong, focalizzandosi sulla questione sicurezza. Orgogliosa di una «manovra politica che contiene delle scelte, con le quali cominciamo a mantenere gli impegni presi con gli italiani», è la stessa Giorgia Meloni a dirsi ottimista verso il futuro. Il presidente del Consiglio- che si fida, pur nella diversità di alcune vedute, dei suoi alleati- punta ad arrivare a fine legislatura e detta l'agenda per le riforme del Paese nel 2023: dal fisco- il famoso taglio del cuneo fiscale di cinque punti- alla giustizia e alla burocrazia. «Siamo già al lavoro su tutte queste materie, perché non perderemo un giorno del tempo che ab-



# La più potente al mondo

Miglior locuzione non c'è per definire lo status raggiunto da Ursula von der Leyen in termini di leadership e influenza politica nello scacchiere globale. Fedelissima della Merkel per 14 anni, oggi è il primo baluardo dell'Occidente

**D**a funzionario della Comunità europea del carbone e dell'acciaio (Ceca) prima e capo di un ufficio della neonata Commissione europea poi, Ernst Albrecht qualche speranza di trasmettere ai figli un pizzico di "vocazione istituzionale" la nutrive di sicuro. Ma da lì a pensare che un giorno la sua Ursula sarebbe diventata la donna più potente al mondo, ne passa. Eppure la diciannovesima classifica annuale di Forbes lassù la colloca, davanti a tutte per leadership, peso mediatico, sfere di influenza e per la sua capacità di impattare politicamente sulla vita di circa 450 milioni di persone. Tedesca, moglie e mamma di sette figli, Ursula von der Leyen è prima di tutto una signora delle istituzioni cresciuta alla scuola europea ed europeista, favorevole all'integrazione tra Paesi membri e con il sogno degli "Stati Uniti d'Europa" confessato in un'intervista datata 2011.

## IL PRIMO SALUTO ALL'UE NELLE SUE TRE LINGUE DEL CUORE

Al tempo la von der Leyen era titolare del Dicastero del lavoro e degli affari sociali nel secondo esecutivo guidato dalla cancelliera Angela Merkel, di cui è stata considerata a lungo il "delfino" al timone del Cdu e che le ha sempre riservato un posto da ministro in tutte le sue squadre di governo. La prima volta nel 2005 fino al 2009 con deleghe alla famiglia e alla gioventù, della seconda si è già detto e la terza, dal 2013 al 2019, come ministro della Difesa. Supervisionando in questa veste il ritiro delle truppe tedesche dalla missione in Afghanistan e promuovendo una strategia basata su un doppio binario: fedeltà ai principi guida dell'Alleanza atlantica da un lato, ricerca di una politica estera più assertiva per la Germania dall'altro. Al netto di alcune voci critiche raccolte tra i confini nazionali nei 14 anni di servizio a fianco della Merkel, l'operato ministeriale della von der Leyen convince complessivamente osservatori, analisti e leader europei. Incluso il premier francese Emmanuel Macron, che in quello storico 2 luglio 2019 appoggia il suo nome come soluzione di compromesso per designare il successore di Jean-Claude Juncker a Bruxelles. Storico perché quel giorno von der Leyen diventa la prima donna presidente della Commissione europea, in un quadro di riassetto delle istituzioni chiave del Vecchio Continente che tra l'altro vede un'altra donna, Christine Lagarde, assumere la presidenza della Bce. «Hallo Europa! Hello Europe! Salut l'Europe!» le prime parole pubblicate da Ursula sui social il giorno dopo, a ricalcare la volontà di presentarsi come una candidata trasversale ed "ecumenica" nelle tre lingue che ne hanno

segnato la storia personale: l'inglese di Londra, dove ha studiato e vissuto per un periodo anche sotto pseudonimo per sfuggire al terrorismo rosso; il tedesco, della terra in cui è cresciuta e si è sposata; il francese, lingua ufficiale della regione di Bruxelles dove è nata e dove il destino ha deciso di riportarla.

## GREEN DEAL, COVID E GUERRA LA PROIETTANO NELLA STORIA

«La nostra forza sta nell'unire le forze» il messaggio di fondo racchiuso nel suo primo discorso sullo stato dell'Unione, tenuto davanti al Parlamento europeo circa un anno dopo aver presentato la squadra di commissari e i punti salienti del programma. Incentrato su sfide sistemiche come il Green deal e la rivoluzione tecnologica, sull'introduzione di una governance europea nel campo dell'immigrazione partendo dalla riforma del Regolamento di Dublino, sugli imperativi imposti dal dualismo geopolitico Usa-Cina, oltre che sulla ricerca di un compattamento politico dell'Unione dopo le lacerazioni degli ultimi anni. Fino ai due avvenimenti che dal 2020 in avanti hanno messo a soqquadro agende e scenari globali, chiamando la von der Leyen a guidare la Commissione Ue nella fase più delicata della sua storia: la pandemia da Covid-

*Ursula von der Leyen, presidente della Commissione europea*



## Davanti a tutte

***Ursula von der Leyen è in cima alla diciannovesima classifica annuale di Forbes per peso mediatico, sfere di influenza e per la sua capacità di impattare politicamente sulla vita di circa 450 milioni di persone***

19 e la guerra in Ucraina. Di fronte all'emergenza sanitaria, a un'iniziale sensazione di smarrimento sono seguite due decisioni senza precedenti: il congelamento del Patto di stabilità e delle restrizioni agli aiuti di Stato per il biennio 2021-2022; lo sblocco del fondo anti-disoccupazione Sure, trasversalmente apprezzato, con contestuale apertura alla creazione di un maxi pacchetto da 750 miliardi di euro denominato Next Generation Eu contenente, per la prima volta in assoluto, una forma di debito comune europeo. Per non parlare della cruciale partita dei vaccini, gestita non senza impacci da von der Leyen che oggi si trova persino nel mirino della Procura europea per presunte trattative segrete con Pfizer. Nessuna esitazione e sostegno immediato a Zelensky invece nella vicenda Ucraina, che ha mostrato una famiglia comunitaria finalmente reattiva e compatta a fianco del popolo aggredito. «Abbiamo fatto riemergere la forza interiore dell'Europa- ha affermato la leader di Bruxelles all'ultimo discorso sullo stato dell'Unione- che ci servirà tutta anche nei prossimi mesi. È uno scontro tra l'autocrazia e la democrazia, ma sono convinta che grazie al coraggio e alla solidarietà l'Europa avrà la meglio e Putin perderà».

• **Giacomo Govoni**

**S**econdo una recente indagine condotta da Cisl e BiblioLavoro in Lombardia su oltre 6 mila intervistate iscritte al sindacato, il 20 per cento ha dichiarato di rinunciare a fare figli per potersi dedicare alla carriera. «Serve rafforzare il sistema di welfare, aumentando il numero di asili nido e l'assistenza per gli anziani. Dobbiamo permettere alle donne di uscire da quella dimensione di cura familiare in cui oggi troppo spesso si ritrovano racchiuse, dovendo poi fare rinunce di carriera», commenta Antonella Giachetti, presidente di Aidda, l'Associazione imprenditrici e donne dirigenti d'azienda. Favorire la conciliazione di vita e lavoro è un punto chiave. «Così come fornire strumenti e agevolazioni-ampi, stabili e di facile accesso- per la nascita di nuove aziende guidate da donne come volano di progresso per la nostra stessa economia nazionale. I fondi per le aziende femminili sono spesso ancora legati a sistemi di click day: dobbiamo andare oltre e guardare al valore delle persone, delle competenze e delle idee, sviluppando bandi appropriati».

**È diventata presidente di Aidda nel 2020 in piena pandemia. Dopo l'emergenza sanitaria, come stanno reagendo le imprenditrici italiane di fronte alle sfide attuali?**  
«In Italia esiste un tessuto di imprese femminili spesso contraddistinte da resilienza e capacità di adattamento, con una maggiore attenzione ai temi ambientali e della sostenibilità. Un insieme di valori non sempre percepiti, ma che sono invece straordinari. Purtroppo le imprese femminili presentano anche fragilità, come la maggiore difficoltà di accesso al credito e a volte problematiche nell'approvvigionamento delle materie prime. In questo contesto il caro energia, l'inflazione, la contemporanea difficoltà in alcuni campi al reperimento di beni e servizi essenziali nelle loro attività e l'innalzamento dei tassi di interesse sono state un peso enorme. Il rischio di chiudere, soprattutto per le piccole aziende che non hanno la forza, l'organizzazione e a volte la cultura di adeguarsi repentinamente all'incalzare dei cambiamenti, è ancora reale per molte di queste realtà. La politica non può ignorare questa minaccia: occorrono interventi di strategia economico-politica che proteggano le attività più piccole e legate ai territori, affinché non si perda una dei punti di forza e di resilienza dell'Italia, che è la sua tradizione di micro imprenditorialità ad alta valenza creativa e qualitativa diffusa nei territori e a organizzazione prevalentemente familiare».

**Aidda lo scorso anno ha lanciato la campagna "Una donna al Quirinale". Ora l'Italia ha una donna a capo dell'Esecutivo, che tipo di segnale rappresenta? È stato definitivamente rotto il "soffitto di cristallo"?**

«Si tratta sicuramente di un momento storico, con profonda valenza simbolica a livello sia nazionale che internazionale. Un passo che il nostro Paese ha dovuto attendere fin troppo tempo. Dobbiamo essere consapevoli però che non si tratta di un traguardo,

# Rappresentanza paritaria, base della democrazia

Aidda promuove la maggiore rappresentanza femminile nelle istituzioni e nell'imprenditoria. Solo un contributo paritario di valori può garantire un sistema armonioso e sostenibile. L'analisi della presidente Antonella Giachetti



**Per garantire armonia e prosperità nella società Occorrono partecipazione e rappresentanza equilibrate fra uomini e donne nell'attività politica e imprenditoriale, con posizioni di pari importanza decisionale e di portafoglio**

ma di un inizio da cui si deve costruire un percorso di parità di genere su più livelli e di lungo termine. Tra i ministri non abbiamo visto, ad esempio, lo stesso numero di uomini e donne. In numerose posizioni di potere e dirigenziale persiste ancora una chiara minore presenza femminile. Serve lavorare a livello culturale fin dalle scuole, abbattendo stereotipi e incentivando la partecipazione a una organizzazione della società che abbia al centro la dimensione della "cura": è importante non lasciare solo sulle spalle delle donne questo impegno, permettendo loro di non fare una scelta fra il lavoro e l'avanzamento della carriera, da una parte, e la famiglia dall'altra».

**Perché le valorialità femminili sono fondamentali per affrontare le grandi trasformazioni in atto in Italia e nel mondo?**  
«Partecipazione e rappresentanza equili-

Antonella Giachetti, presidente Aidda



brate fra uomini e donne nell'attività politica e imprenditoriale, con posizioni di pari importanza decisionale e di portafoglio, rappresentano l'unico modo per garantire armonia e prosperità nella società e conseguentemente anche in democrazia. Fino a che non si avrà consapevolezza che solo una paritaria partecipazione al processo di decisione e di governo attraverso il contributo di valori sia femminili che maschili può garantire un sistema armonioso e prospero, non potremo assicurare e garantire uno sviluppo sostenibile della società in ogni suo campo, dalla sanità fino all'istruzione. Ancora oggi la maggior parte dei partiti politici europei è guidato da uomini e finora non esiste uno Stato membro che abbia raggiunto la piena parità, che è però uno dei 17 obiettivi di Sviluppo Sostenibile nell'Agenda 2030. Un orizzonte ribadito anche nel Pnrr. Dobbiamo impegnarci con più rapidità e concretezza verso questa direzione o continueremo ad avere lacune democratiche e di sviluppo, perché verrà sempre a mancare la componente femminile in termini di idee, progettazione, analisi. Una perdita per tutti».

**Quali saranno le parole d'ordine e i principali progetti di Aidda per il 2023?**

«Il ruolo di Aidda è essere un canale di espressione del pensiero e delle istanze delle donne che hanno responsabilità apicali sia in campo imprenditoriale che professionale. Al tempo stesso Aidda vuole essere veicolo di informazione e formazione per le proprie associate. Il 2023 sarà un anno ancora di difficile transizione, segnato dalle questioni energetiche e dal caro prezzi. Occorrerà, quindi, la capacità di essere resistenti agli urti che arriveranno. La situazione attuale e il verosimile pericolo, non solo italiano ma direi europeo, di imminente "deindustrializzazione", possono diventare letali per le micro e piccole imprese. Consapevoli del fatto che queste problematiche possono trovare soluzione solo attraverso risposte a livello internazionale, vorremmo attivare progetti di informazione e formazione per aiutare queste piccole realtà. L'obiettivo è realizzare sistemi organizzativi e decisionali interni anche attraverso la creazione di reti, capaci di affrontare le incessanti e repentine sfide che il sistema presenta. Le parole d'ordine: la valorialità della leadership al femminile potrà salvare il mondo».

• **Francesca Druidi**

# Il valore dell'inclusione

Gentilezza, ascolto e valorizzazione delle proprie e altrui fragilità diventano elementi in grado oggi di offrire l'autentica chiave per il successo individuale e collettivo. La visione di Claudia Parzani

**U**na carriera a dir poco straordinaria, capace di sfatare cliché e superare stereotipi, quella della prima donna nominata presidente di Borsa Italiana. Bresciana, nello specifico franciacortina, Claudia Parzani si laurea in Giurisprudenza nel 1995 all'Università degli Studi di Milano. La sua passione per il diritto unito all'economia e la sua indole propensa all'innovazione la conducono ai vertici della finanza italiana: dopo alcune esperienze (White & Case, Clifford Chance), entra nel 2007 in uno degli studi legali più importanti del mondo, Linklaters, di cui è senior partner. Confessa a Bresciaoggi: «ho avuto il coraggio di fare le cose che mi piacevano. Oggi la mia professionalità è arricchita dalle esperienze che ho fatto e che all'apparenza non sono minimamente attinenti al lavoro da avvocato». Da sempre attenta ai temi sociali e di diversity, Claudia Parzani siede nell'advisory board di Unhcr Italy, l'agenzia dell'Onu per i rifugiati, e nel comitato scientifico di Parks-Liberi e Uguali. «Cosa c'entra il sostegno ai rifugiati con la professione forense? Le mie scelte non sono state strategiche, hanno comportato un impegno maggiore senza agevolare in alcun modo la carriera, ma mi hanno resa la persona che sono e mi fanno essere completamente rotonda».

## VALORIZZARE IL TALENTO FEMMINILE

Past president di Allianz Italia, Claudia Parzani si afferma negli anni come appassionata promotrice della parità di genere, dell'inclusione e dell'empowerment femminile nel mondo del lavoro. Nel 2022, non a caso, è inserita per il sesto anno consecutivo nella classifica HERoes Women Role Model, grazie anche ai programmi di mentorship e sponsorship portati avanti all'interno di Linklaters e Valore D, l'associazione di imprese che promuove l'equilibrio di genere e una cultura inclusiva per la crescita



delle aziende, che l'avvocata ha presieduto per tre anni. Da aprile 2022 Parzani è anche vice presidente del Gruppo Sole 24 Ore e ne guida il comitato Esg e Innovazione tecnologica. Tra i primi obiettivi c'è l'ottenimento della certificazione sulla parità di genere rilasciata da Bureau Veritas Italia, che il Gruppo ha conquistato proprio alla fine di dicembre, prima realtà del panorama editoriale italiano a raggiungere il traguardo. I dati del Global Gender Gap Index 2022 del World Economic Forum parlano chiaro: l'Italia è al 63esimo posto su 146 Paesi. Molto resta da fare sulla partecipazione economica, che comprende tasso di partecipazione al mondo del lavoro, divario retributivo di genere, reddito da lavoro stimato, presenza delle donne tra funzionari, legislatori, alti dirigenti e professioni ad alta specializzazione. «Diventa fondamentale lavorare fin da subito su una formazione adeguata che vada incontro alle nuove esigenze del mercato del lavoro con programmi di upskilling e reskilling rivolti alle donne. Abbiamo poche laureate nelle materie Stem dove maggiori sono le opportunità di occupazione e di avanzamenti di carriera. Per progredire su questi aspetti dobbiamo lavorare per superare gli stereotipi di genere, incoraggiando un cambiamento culturale attraverso la promozione di nuovi modelli di riferimento maschili e femminili, cambiando la percezione del ruolo della donna nell'economia e nella società», ha dichiarato Claudia Parzani in un'intervista a Giustizia. «Promuovere l'occupazione femminile vuol dire avere una visione di sistema, richiede politiche che liberino il tempo delle donne, investimenti nelle infrastrutture sociali che trasformino l'organizzazione sociale», ha aggiunto l'avvocata a legalcommunity.

## UN NUOVO MODELLO DI LEADERSHIP

Parte dell'esperienza umana e professionale di Claudia Parzani è confluita in una conversazione-libro con Sandro Catani, che vanta una lunga esperienza come consulente d'azienda nei progetti di cambiamento organizzativo ed è stato amministratore delle più importanti società di human consulting. Si vince solo insieme. Undici parole per scoprire il valore della diversità e immaginare il futuro del lavoro, edito da Garzanti, è un "manuale" che partendo da undici parole fondamentali consegna strumenti e valori per far fronte alle incertezze e alle sfide che la nostra società deve oggi affrontare, adoperandosi per un'economia più etica e solidale. La pandemia ha spostato definitivamente l'attenzione su temi come la salvaguardia della



salute e del benessere fisico e mentale di dipendenti e collaboratori, la tutela dei diritti umani, la valorizzazione delle competenze, il bisogno di essere inclusivi e di dare spazio a tutte le diversità, il valore dell'ascolto e del dialogo e la necessità di

Claudia Parzani, avvocat  
e presidente Borsa Italiana



nuovi modelli di leadership. Occorre cambiare il paradigma, come invocano le nuove generazioni che hanno un'idea del lavoro e dell'impresa diversa dalle precedenti. «Se non lavoriamo sulla convivenza e su una cooperazione gentile e rispettosa e con il desiderio che siano quelli più bravi a guidare, ci perderemo grandi occasioni di crescita e sviluppo», afferma Claudia Parzani a Io Donna. L'avvocata ha rivelato pubblicamente di non aver ottenuto il ruolo di senior partner di Linklaters Worldwide per cui si era candidata. Il suo è un invito a non temere di raccontare errori, cadute, sconfitte. «Sbagliare può essere prezioso, è qualcosa da cui passiamo tutti. Riflettiamo su cosa mettiamo in un curriculum: secondo me dovremmo scrivere anche delle gare che abbiamo perso. Se ho perso, posso dire cosa poi ho guadagnato». Infine c'è la felicità, la parola al centro dell'ultimo capitolo del libro. «Forse l'ultima poteva essere la prima: è la felicità che passa attraverso il rispetto delle generazioni, la dignità del lavoro, l'accettazione delle proprie fragilità. Felicità: una parola che include tutte le altre».

• Francesca Druidi

## Tra le priorità

**Diventa fondamentale lavorare fin da subito su una formazione adeguata che vada incontro alle nuove esigenze del mercato del lavoro con programmi di upskilling e reskilling rivolti alle donne**

# Total quality management

Ambrosiano Group è al fianco di molte realtà nella gestione quotidiana della logistica. Dalla Gdo al fashion sino ad arrivare all'agroalimentare. Il focus, oggi come ieri, è la sostenibilità, declinata nei diversi ambiti, economico, sociale e ambientale. Ne parla l'operation manager Giulia Barani

**A**mbrosiano Group è al servizio dei più importanti gruppi industriali in Italia per supportare i loro processi logistici e migliorare le performance attraverso l'orientamento ai principi del total quality management e la professionalità di uno staff altamente specializzato. L'azienda, come racconta l'operation manager Giulia Barani, si pone come interlocutore contrattuale unico per i servizi in outsourcing con un'organizzazione plurisetoriale e un know-how trasversale per offrire in ogni fase della commessa una vasta gamma di soluzioni integrate.

**Come si declina la ricerca innovativa nella vostra azienda?**

«La propensione del gruppo verso l'innovazione e l'automazione dei processi sia in termini organizzativi sia operativi si evince sicuramente dalla collaborazione con il Politecnico di Milano e l'Osservatorio Contract Logistics, che prosegue da alcuni anni, e con l'ultima joint venture con la



start-up Spartan Tech per lo sviluppo di applicazioni in block chain. La sostenibilità economica passa inevitabilmente per l'innovazione di processi e di sistemi. Al nostro interno è presente un dipartimento tecnico specializzato nello sviluppo di innovazioni tecnologiche personalizzate, e al tempo stesso sostenibili per una migliore tracciabilità di filiera e un costante miglioramento delle performance».

**Quanto è importante per Ambrosiano Group il benessere dei lavoratori?**

«Siamo molto attenti a garantire a tutti coloro che collaborano con noi diritti e sere-

nità. La sostenibilità sociale delle risorse umane è un approccio integrato di processi volti a rendere sostenibile l'ambiente lavorativo: la salute dei lavoratori, la sicurezza e la formazione. Questo contribuisce a ottenere i risultati sociali, economici e ambientali cui un'azienda sostenibile mira. Grazie anche ai nostri partner che ci supportano nella sicurezza sul lavoro, ci focalizziamo particolarmente nella formazione dei nostri dipendenti e nel monitoraggio della loro salute degli ambienti lavorativi. La sostenibilità riguarda anche la possibilità, per le persone che fanno parte del nostro gruppo, di lavorare in un ambiente sano, che ha a cuore i diritti, la loro crescita personale e professionale. Per noi l'azienda ha una responsabilità sociale e per questo è fondamentale avere una particolare attenzione delle necessità formative e personali di ogni singolo membro del team.

Inoltre, rappresento con orgoglio un gruppo che annovera una presenza femminile importante, decisamente maggioritaria nelle figure apicali».

**Con quali azioni la vostra azienda si impegna per tutelare il Pianeta?**

«In Ambrosiano Group la sostenibilità ambientale è una priorità, ed è pensata per coinvolgere i processi lungo tutta la catena

*Giulia Barani, operation manager dell'Ambrosiano Group di Assago (Mi)*  
[www.ambrosianogroup.com](http://www.ambrosianogroup.com)



## Gli obiettivi

**Ci impegniamo ogni giorno per rimanere al passo con i tempi, soddisfare le aspettative dei clienti e salvaguardare l'ambiente**



di approvvigionamento. Ci impegniamo ogni giorno per rimanere al passo con i tempi, soddisfare le aspettative dei clienti e salvaguardare l'ambiente. È proprio per questo motivo, che abbiamo avviato "Semia. Impatto Zero", un progetto volto alla riduzione dell'impronta di carbonio diretta attraverso la gestione di un oliveto di circa due ettari e mezzo. La preziosa collaborazione con Semia è nata qualche mese fa, partendo da una diagnosi preliminare dell'impronta diretta, ossia dell'emissione di CO2 generata da dalla nostra azienda nei processi interni». • **Ilaria di Giuseppe**

## Olivi in Toscana: Semia. Impatto Zero

Ambrosiano Group ha iniziato un percorso di miglioramento ambientale di una coltivazione di 2.5 ettari di olivi in Toscana. È stato scelto l'olivo perché lo stoccaggio di carbonio è più duraturo e abbondante nelle piante più longeve e con elevata massa legnosa. Inoltre, pratiche colturali a basso impatto ambientale che spesso caratterizzano la gestione degli oliveti, potenziano l'accumulo di carbonio nel terreno e riducono le emissioni di CO2. «Questo progetto non è una generica azione di benevolenza ambientale, ma un'azione imprenditoriale mirata con un ampio effetto socio-economico e sul territorio. Va sottolineato che una catena di approvvigionamento sostenibile ha successo quando tutti i fornitori della rete sono coinvolti. Teniamo molto a sensibilizzare i nostri fornitori e i nostri clienti sul tema, così da contribuire al coinvolgimento dell'intera catena produttiva».

# Ai vertici del settore immobiliare

Oltre un secolo sulla cresta dell'onda è un traguardo che solo poche realtà riescono a raggiungere. Lo Studio Maggi, con la sua vasta proposta di immobili privati, commerciali, case vacanza con piani di comunicazione promozionale personalizzati, è una di queste, oggi capitanata da Lionella Maggi

**P**er le donne, si sa, all'alba del 2023 purtroppo la strada del successo è ancora impervia e fortemente ostacolata, ma per fortuna non in tutte aziende e non in tutti i settori. In quello immobiliare lo Studio Maggi, fondato nel 1922, rappresenta un'attività imprenditoriale di successo con una lunga tradizione familiare e si contraddistingue anche per l'aver dato largo spazio di affermazione alle donne, elemento portante dell'azienda. L'esempio lampante di come una donna abbia raggiunto alti vertici in questo settore è rappresentato proprio dalla ceo Lionella Maggi, che dall'età di diciannove anni svolge il suo lavoro nell'intermediazione di immobili e aziende con dedizione e passione, tanto da essere diventata amministratore unico dell'impresa familiare. Molto attenta alla professionalità e correttezza lavorativa, dedica numerosi anni all'associazione di categoria. È stata la prima presidente donna nella storia di Fimaa Milano e tutt'oggi ricopre cariche di spicco quali vice presidente Terziario Donna Milano, past president Fimaa Milano e membro di giunta di Concommercio Milano. «Il nostro studio offre una consulenza completa a 360 gradi - spiega Lionella Maggi - e si avvale della collaborazione di un team di professionisti, regolarmente iscritti alla Camera di Commercio, e di un sistema telematico avanzato per offrire ai propri clienti i più elevati livelli di qualità, competenza e trasparenza. L'uso di tali strumenti tecnici ci garantisce una visione del mercato globale e lungimirante e, attraverso i numerosi servizi di assistenza tecnico legale altamente professionale, siamo in grado di supportare il cliente in tutte le fasi di compravendita e locazione».

L'avventura dello Studio Maggi inizia nel set-

**Consulenza completa**  
**Lo studio si avvale della collaborazione di un team di professionisti e di un sistema telematico avanzato per offrire ai propri clienti i più elevati livelli di qualità, competenza e trasparenza**



Lionella Maggi, ceo dello Studio Maggi di Milano - [www.immobiliaremaggimilano.it](http://www.immobiliaremaggimilano.it)

tembre del 1922 con Pietro, padre di Giuseppe e nonno di Lionella, che tornato a Milano dopo aver partecipato alla prima guerra mondiale, avviò un'attività di commercio di liquori. Grazie agli studi di ragioneria, riscosse un notevole prestigio tra i clienti che si rivolgevano a lui per ottenere pareri sulla compravendita degli esercizi. In pochi anni, quella che era un'attività episodica maturò in una concreta prospettiva professionale e Pietro si iscrisse alla Camera di Commercio di Milano come sensale nel campo della mediazione.

«Si trattava - racconta Lionella Maggi - di un mercato dimensionalmente non esteso e fondato su rapporti interpersonali per lo più di conoscenza e sulla fiducia. Milano non era la metropoli che è oggi e tra gli operatori economici la conoscenza reciproca era una condizione necessaria per poter concludere affari». Tra gli sparuti mediatori attivi in città in questo ramo, la famiglia Maggi raggiunse velocemente una posizione di netta preminenza grazie anche all'entrata in azienda di Giuseppe, giovane e con idee innovative e lungimiranti. «Era consuetudine incontrarsi nell'Ottagono della Galleria, il vero salotto cittadino nel quale si entrava in punta di piedi, pienamente consapevoli dell'importanza del luogo. Con gli anni Sessanta poi sopraggiunse la trasformazione di Milano sotto l'effetto del boom economico e dei flussi migratori. Una gran parte degli immigrati non era rivolta al lavoro dipendente ma cercava nel commercio e nei servizi una prospettiva

di lavoro. Toscani, pugliesi, sardi approdano nella nostra agenzia e contribuirono alla sua espansione. La caratteristica che ci ha sempre contraddistinti è l'offerta di un supporto a tutto campo per le persone che chiedevano di concentrarsi sul lavoro senza essere distolti dalle estenuanti peregrinazioni negli uffici amministrativi. I servizi offerti spaziavano dalla stesura del contratto, ad un efficace servizio di fattorini, che garantiva agli esercenti la possibilità di essere seguiti a domicilio e nello stesso tempo consentiva di costruire con i clienti un filo diretto».

La presenza continua e la disponibilità nei confronti dei clienti costituisce ancora oggi uno dei punti di forza dell'agenzia. «Comportamenti professionali che oggi sono etichettati come fidelizzazione del cliente e nascono dall'esigenza di contrastare sul mercato gli effetti negativi della spersonalizzazione nel rapporto tra attori economici, per noi erano una regola intuitiva, radicata nel nostro dna». Purtroppo nel 1992 l'incremento delle potenzialità umane dell'impresa si scontrò con la

recessione economica che segnò un momento di blocco dell'economia, che nel campo dei pubblici esercizi assunse aspetti particolarmente pesanti con la liberalizzazione della Legge Bersani. Il fallimento di grandi imprese e la contrazione delle attività primarie si ripercossero con intensità amplificata sulle attività commerciali e determinarono una stasi dalla quale si è usciti solo dopo il 1998. Oggi lo Studio Maggi opera con esperienza, professionalità e dinamicità nel campo dell'intermediazione di immobili residenziali e commerciali, fornendo servizi mirati e consulenze innovative e personalizzate. «A differenza del passato - conclude Lionella -, l'ampio spettro di opportunità che la nostra società offre ai giovani, fa sì che l'inserimento nell'impresa non rappresenti più una via obbligata, ma richieda la maturazione di un solido convincimento, elemento imprescindibile perché possa essere affrontato con entusiasmo e responsabilità il complesso mestiere di imprenditore».

• **Beatrice Guarnieri**

1922 | 2022  
**100**  
LO STUDIO dal 1922  
**immaggi**

**Studio Maggi**

Via Baracchini, 11 - Milano

Tel. 02.86.19.41 - Fax 02.80.56.816 - [info@maggimilano.it](mailto:info@maggimilano.it)

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

# Macchine per il confezionamento a vocazione internazionale

Packaging tailor made e un servizio di assistenza continua sono il grande valore aggiunto di Aetna Group, da quarant'anni leader nel settore. L'esperienza di Valentina Aureli, alla guida dell'azienda insieme al fratello

**L**a Packaging Valley italiana possiede tutte le competenze e capacità tecnologiche per essere uno dei fiori all'occhiello del settore metalmeccanico: è infatti la più forte concentrazione europea di industrie che producono macchinari per il confezionamento. Tra le aziende che ne fanno parte, Aetna Group è una delle eccellenze. Alla sua guida, insieme al fratello Enrico, c'è la ceo Valentina Aureli: «Sono nata 1972 a Rimini, in una famiglia imprenditoriale romagnola, a cui devo tantissimo anche per i valori che mi ha trasmesso: trasparenza, lealtà, responsabilità, passione, lungimiranza, gioco di squadra e, soprattutto, quell'emancipazione di pensiero che mi ha consentito, insieme al percorso di studi e di esperienze in ambito finanziario, di raggiungere importanti risultati professionali».

**Quel è stato il suo percorso professionale?**

«Ho frequentato il liceo classico, poi la Bocconi e mi sono formata a Milano nella banca d'affari Rothschild. Lungo il mio percorso non ho fatto altro che tradurre in esperienza i preziosi insegnamenti di mio padre Alfredo, che mi ha sempre suggerito che dentro di noi ci sono gli strumenti per superare le difficoltà e trasformarle in opportunità.

Stiamo guidando Aetna Group verso una crescita costante a livello globale, realizzando numerose acquisizioni strategiche in Italia e all'estero, ed oggi il Gruppo è ai vertici della Packaging Valley. La nostra famiglia è anche coinvolta da 70 anni nella guida della SCM Group di Rimini, colosso del settore macchine per la lavorazione di legno, plastica, vetro, pietra e metalli, fondata da mio nonno Lanfranco Aureli. Oggi posso dire che non è facile raggiungere un perfetto equilibrio tra vita professionale e familiare, ma è possibile, potendo dare il giusto peso sia all'uno che all'altro aspetto con talento, tanto impegno e for-



Valentina Aureli, ceo di Aetna Group Holding di Rimini - [www.aetnagroup.com](http://www.aetnagroup.com)



**La produzione**  
**Un'ampia gamma di macchine e linee capaci di rispondere a vaste esigenze produttive, offrendo soluzioni di confezionamento tailor made e un servizio di assistenza 24/7**

tuna di collaborare con le persone giuste. Il miglior risultato sono stati i miei due figli gemelli, che oggi hanno 13 anni e che spero possano essere felici di avere e confrontarsi con una mamma internazionale».

**Che ruolo hanno le donne oggi nell'imprenditoria?**

«Ritengo molto importante valorizzare le inclinazioni di ogni individuo e in particolare incentivare la presenza delle donne nell'industria delle macchine per il packaging. La donna porta un grande valore aggiunto nei momenti di cambiamento per la custodia, la cura, l'attenzione ai costi, al fattore organizzativo e trovo che la donna oggi sia molto adatta ad occupare ruoli di leadership proprio perché siamo abituate a lavorare su piani diversi nello stesso momento, sappiamo relazionarci con integrità e coerenza e positività su più livelli, è nel nostro Dna. Ogni individuo è imprenditore della propria vita professionale e familiare, spetta a tutti impegnarsi per esprimere al meglio le proprie capacità e la presenza delle donne nel settore del packaging è un ingrediente fondamentale che denota la loro tenacia e la perseveranza nel raggiungere gli obiettivi desiderati».

**Di che cosa si occupa la vostra azienda?**

«Aetna Group è leader mondiale nel settore del

packaging specializzato in soluzioni di fine linea. Il quartier generale è a Castel San Pietro (Bo) proprio nel cuore della Packaging Valley italiana, ma abbiamo svariati stabilimenti produttivi dislocati in Emilia Romagna (Rimini, Bologna e Parma) e quattro internazionali in Usa, Brasile, Cina e Germania. Il Gruppo è presente in modo capillare nelle più importanti città del mondo con 12 filiali che forniscono la qualità tecnologica del Made in Italy, garantendo una personalizzazione delle proposte sulle esigenze del mercato e del cliente specifico. In particolare, la produzione del Gruppo spazia dalle macchine avvolgitrici semiautomatiche con tecnologia intelligente alle soluzioni automatiche innovative, dalle fardelatrici alle confezionatrici e incartonatrici industriali, dai palettizzatori alle navette Agv & Lgv fino alle soluzioni di imballaggio su misura. Produciamo un'ampia gamma di macchine e linee capaci di rispondere a vaste esigenze produttive, offrendo soluzioni di confezionamento tailor made e un servizio di assistenza 24/7».

**Quali sono i vostri punti di forza?**

«Una sinergia di tecnologia, innovazione e sostenibilità consente di essere sui mercati internazionali con una rete capillare, proponendo soluzioni performanti e innovative, ma realizzate su misura in base alle esigenze del mercato e del cliente, ponendo sempre una particolare attenzione alla sostenibilità ambientale e all'economia circolare. Abbiamo competenze specifiche che ci permettono di rispondere efficacemente alle esigenze del mercato globalizzato. Cerchiamo di sorprendere i nostri clienti anticipando le loro necessità, li affianchiamo nello sviluppo del loro business e forniamo loro le migliori tecnologie. Siamo una realtà imprenditoriale caratterizzata da una forte internazionalizzazione ma che guarda anche al territorio come risorsa da cui attingere per un business in continua crescita. Ci avvaliamo di un sistema di laboratorio di ricerca avanzato ed esclusivo nel mondo: il TechLab, dedicato allo sviluppo continuo di prodotto e di processo, con l'obiettivo di contenere consumi energetici e di materiali, garantendo anche la massima sicurezza dell'imballaggio e un risparmio del materiale fino al 60 per cento. Guardiamo sempre di più al mondo dell'Industria 4.0 e alle tecnologie correlate all'uso efficiente dei big data, dal cloud/edge industriale all'intelligenza artificiale applicata a diagnostica predittiva e machine learning. Crediamo molto nelle fiere, tra cui spicca nel 2023 Interpack, che rappresentano un momento molto importante per il dialogo e confronto che si riescono a stabilire con trasparenza con i clienti».

• Bianca Raimondi

## One Global Company

Una visione globale ma orientata al cliente consente di poter progettare e realizzare soluzioni customizzate e calibrate al mercato di sbocco, con concetti di qualità e innovazione ridefiniti in una logica local for local, che prevede un'assistenza sicura e qualificata. I brand di riferimento sono Robopac e Ocme, che riassumono le principali linee di prodotto e soluzioni del Gruppo. Ogni filiale di Aetna Group - in totale 12 - si presenta come una realtà strutturata con una sua identità e una sua impostazione imprenditoriale a cui si aggiunge il supporto di oltre 300 distributori per offrire ovunque nel mondo lo stesso standard qualitativo di prodotti e servizi di massimo livello. La realizzazione di una One Global Company è merito anche di una politica che ha fatto delle acquisizioni un elemento di integrazione e condivisione di know how, network e conoscenza del territorio. «A questo progetto strategico impostato sul glocal service, quindi, si è aggiunta la decisione di essere un one global player e diventare produttore in tutti i mercati a vocazione manifatturiera (Cina, Brasile, Usa e Germania), acquisendo anche nuovi marchi come Top Tier e Meypack. Ciò ci permette di giocare un ruolo di leadership local for local e incrementare la possibilità di acquisire altre quote di mercato tramite l'ulteriore vendita di prodotti e soluzioni di più alto livello tecnologico realizzati in Italia».

# Stile senza tempo

Dalle donne per le donne. Così si potrebbe sintetizzare l'impegno che da oltre cinquant'anni anima la Bottega di Brunella, marchio storico della moda mare, nato nel cuore della Costiera amalfitana. Annamaria Casola racconta come nascono le creazioni in filati preziosi

Una storia che nasce dalla passione per le fibre naturali e per l'artigianato italiano. Fondata nel 1965, la Bottega di Brunella tuttora continua a realizzare modelli per donna, uomo e bambino con lo stesso amore e la stessa originalità di un tempo. Dalla garza al cotone, quello della Bottega di Brunella è uno stile neoromantico che spazia dal jeans delavé, con ricami fatti a mano al tessuto bemberg per un effetto anni Trenta sino al contrasto bianco/nero dell'optical. L'azienda, a quasi cinquant'anni dalla sua fondazione, continua a sondare e interpretare i temi della moda: lo stile day after che lascia il posto al colore e all'allegria dei tropici, il Futurismo con la lycra e via di questo passo fino all'attuale lino, tessuto del 2000 e gli accessori. Nel corso dei decenni, impegnandosi con costanza a tramandare i propri valori e il senso della dedizione ai figli e in seguito ai nipoti, Vito e Brunella hanno consolidato il marchio. Tutto ha inizio infatti negli anni Sessanta da una famiglia che vanta nel proprio Dna la vocazione artigiana: «L'idea creativa nasce da mio padre e da mia madre che ha poi dato il nome all'azienda. Ma anche mia nonna era sarta, quindi si tratta di una tradizione familiare» spiega Annamaria Casola, che oggi gestisce la commercializzazione del marchio e ogni aspetto amministrativo della società. «Tuttavia, dalla sartoria tradizionale si è passati a un concept differente, tipico delle aziende maggiormente strutturate e più legate



Il team della Bottega di Brunella di Positano (Sa) [www.brunellapositano.it](http://www.brunellapositano.it)

alla moda mare Positano». Il rinomato comune della costiera Amalfitana diviene all'epoca approdo di vip e centro importante di incontri. Ed è proprio in quegli anni che il marchio inizia a trovare affermazione tra le celebrità che scelgono di indossare i capi della Bottega di Brunella. «Si tratta di indumenti certamente nati da un estro creativo particolare - ricorda Annamaria -, che ancora oggi si distinguono per uno stile inconfondibile». Tutti i capi sono interamente realizzati nei laboratori a Positano,

sulla Costiera amalfitana, oggi la casa di moda è affermata e riconosciuta a livello internazionale. «L'originale amore per la naturalità delle fibre - continua Annamaria - si è evoluto nella consapevolezza di pratiche etiche di sostenibilità, nel meticoloso controllo della qualità, nell'uso di materiali completamente biodegradabili e nel rispetto di tutti coloro che operano quotidianamente in azienda». L'apparente semplicità e l'essenzialità che contraddistinguono i capi di Brunella è frutto di tecniche tutt'altro che semplici e di segreti artigianali gelosamente custoditi dalla famiglia. «Si tratta di uno stile davvero senza tempo, ed è qualcosa che si lega alla memoria di tutti noi. A Brunella ci si affeziona. Indossandone i capi, se ne avverte la storia, l'impegno, l'entusiasmo e ci si sente parte di una stessa grande famiglia. Siamo e restiamo una bottega legata alle tradizioni e ai suoi valori ma anche parte integrante di un territorio, Positano, che è per noi segno distintivo del marchio stesso. Questi valori li abbiamo tramandati di generazione in generazione e adesso si è giunti alla seconda generazione». Vito e Brunella sono riusciti a trasmettere il loro entusiasmo ai figli Cristina, Annamaria,

Baldo, Antonio e Francesco. Il carattere e il calore tipici della gestione familiare hanno affascinato Ursula Andress, Zeffirelli ed ora affasciano Zuccherò, Eleonora Brigliadori ed Enrica Bonaccorti. Non solo tradizione però, La Bottega di Brunella è anche qualità: «Siamo riusciti ad ottenere la certificazione etica che attesta come l'intero processo lavorativo sia esclusivamente made in Italy - continua Annamaria -. Tutto è realizzato internamente: dal filato al prodotto finito». Questa è La Bottega di Brunella, dove la qualità nasce da una lunga e consolidata tradizione artigianale. L'azienda si fonda su questi principi irrinunciabili che riguardano anche una produzione interamente artigianale: «Realizziamo una collezione all'anno, estiva perché il lino si presta al tipo di vestibilità che è tipica del nostro marchio. Si tratta tradizionalmente di vestiti molto ampi e lunghi creati per una clientela femminile. Realizziamo anche capi per uomo ma il nostro tar-



get privilegiato resta la donna. Le creazioni moda mare Positano si caratterizzano per i colori naturali e vivaci, utilizzando la garza, il cotone e lino: materiali freschi e leggeri, che riportano la mente alla calda e passionale bellezza del mare della Costiera amalfitana».

• **Cristiana Golfarelli**



## Etica aziendale

**L'originale amore per la naturalità delle fibre si è evoluto nella consapevolezza di pratiche di sostenibilità, nel meticoloso controllo della qualità, nell'uso di materiali completamente biodegradabili**

## Alta qualità made in Italy

La struttura snella ed efficiente de La Bottega di Brunella garantisce un minuzioso controllo della qualità dei prodotti, realizzati dalle mani esperte di disegnatori, tecnici e modellisti, capaci di sviluppare idee ed emozioni che rimandano alla tradizione della dolce vita degli anni Sessanta ma sempre riproposte rispettando i trend del momento. Fibre tessili si trasformano in filati preziosi, grazie all'ausilio di professionisti e di macchinari all'avanguardia che garantiscono robustezza, elasticità e leggerezza delle materie e quindi un prodotto finito dalla qualità eccellente.

# Professionisti dello smaltimento

Una storia lunga 40 anni quella scritta dalla Vello, impegnata sul fronte della raccolta dei materiali da riciclo e principalmente della carta da macero. Oggi è dotata di moderne attrezzature per andare incontro alle esigenze di ogni suo cliente

Il recupero e lo smaltimento dei rifiuti sono attività divenute prioritarie nonché al centro di un'agenda mondiale sempre più orientata al benessere ambientale. Avendo assunto oggi più che mai un ruolo determinante per l'economia del Paese, dunque, tutte le aziende sono chiamate a investire su questo fronte, non solo per assolvere a doveri di natura normativa, ma anche etica.

«La nostra società si è costituita nel 1978 e ha come principale oggetto sociale la raccolta dei materiali da riciclo e principalmente della carta da macero. Da decenni operiamo nel settore del recupero e avvio al riutilizzo di rifiuti quali carta e cartone, plastica e legno, metalli ferrosi, mediante selezione, cernita, imballaggio e/o triturazione, e siamo col tempo diventati un punto di riferimento solido, affidabile e performante sul territorio» spiega l'amministratore delegato Valentina Vello. La Vello Srl è dotata di modernissime tecnologie per la raccolta, quali containers, press-containers, ceste metalliche e im-



pianti pressanti, posizionati presso gli stessi fornitori produttori allo scopo di agevolarli nel recupero stesso di materiali riciclabili e di un vasto parco automezzi. «Affinché ci sia una rivoluzione culturale definitiva sul trattamento dei rifiuti – sottolinea Vello - tutto deve partire da una corretta informazione e da un'educazione ambientale anche condivisa tra i vari attori. Non è un fatto scontato, infatti, che la clientela che si rivolge ad aziende come la nostra sia adeguatamente già in possesso degli strumenti che li aiutino a gestire con efficacia processi di smaltimento all'interno dei loro stessi stabilimenti in maniera virtuosa. Questa è la nostra forza, ovvero educare, attraverso il nostro servizio di consulenza ambientale, a questi temi. Dalle normative vigenti alla ricerca di materiali che siano già all'origine recuperati, accompagniamo i nostri partner lungo un percorso che li porti a recepire tutte le agevolazioni di natura economica, oltre che ad attuare ogni possibile concreta attenzione ecosostenibile. Questo li aiuta ulteriormente a mettere in atto alcuni comportamenti che agevolano non poco i processi».

press-container, presse stazionarie o verticali, ceste metalliche. I container scaricabili di Vello sono attrezzature indispensabili per il recupero di grandi quantità di materiale di scarto e sono stati studiati appositamente per soddisfare le esigenze di imprese di raccolta differenziata, industrie, grossi plessi scolastici e comunità. Le dimensioni e le capacità disponibili vanno dai 18 ai 40 metri cubi. I container chiusi con coperchio idraulico, invece, sono attrezzature indispensabili per il recupero e lo stoccaggio di grandi quantità di materiale di scarto. La robusta intelaiatura saldata in acciaio e la lamiera coprono il container proteggendo il contenuto da intemperie e agenti esterni indesiderati. Sono adatti alle esigenze di imprese di raccolta differenziata, attività industriali, commerciali e artigianali. Anche questi sono di dimensioni e capa-

cià disponibili dai 18 ai 40 metri cubi. Da alcuni anni si è anche aggiunta l'attività di intermediazione e di trasporto conto terzi di rifiuti pericolosi e non pericolosi. Si ritiene che l'impegno e la partecipazione di tutti i soggetti attivi all'interno dell'azienda, sia elemento essenziale per il perseguimento degli obiettivi di sviluppo e miglioramento continui sul sistema di gestione integrato qualità, ambiente e sicurezza rispondente ai requisiti delle norme Iso 9001:2015, 14001:2015, 45001:2018 e del Dm 188/2020. «In coerenza con la politica aziendale indirizzata a garantire l'osservanza degli obblighi di conformità applicabili, la soddisfazione dei clienti, la tutela dell'ambiente e la prevenzione dell'inquinamento, l'eliminazione dei pericoli e la riduzione dei rischi per la salute e sicurezza sul lavoro durante lo svolgimento delle attività, attraverso la gestione dei propri impatti ambientali il miglioramento continuo dei processi connessi alla prestazione del servizio, alle prestazioni ambientali e con un'attenzione particolare alla salute e sicurezza sul lavoro, definisce per il proprio impianto di recupero di Vedelago un documento di dettaglio, che evidenzia gli impegni dell'azienda nella gestione dei propri impatti, dei propri rischi per i lavoratori e nell'assumere un ruolo attivo di tutela dell'ambiente e della salute e sicurezza dei lavoratori».

E tra le attività maggiormente vengono richiesti spicca quello di "triturazione", ovvero la riduzione volumetrica e la distruzione, tramite un processo simile alla macinazione, di qualsiasi tipo di carta. «Questa procedura – aggiunge la manager - è un'attività particolarmente richiesta da chi ha l'esigenza di rendere iriconoscibile il materiale sensibile, come documenti riservati, provenienti da archivi e che devono essere tutelati in termini di privacy». • **Lea Di Scipio**

## La cultura dei rifiuti La nostra forza è educare, attraverso il nostro servizio di consulenza ambientale, a questi temi



Valentina Vello, amministratore delegato della Vello di Vedelago (Tv) - [www.vellosrl.com](http://www.vellosrl.com)

## Amici dell'ambiente

«Vello è un punto di riferimento per lo smaltimento e la gestione dei rifiuti grazie alla variegata qualità di tutti i servizi offerti. Questo ci permette di essere più efficienti rispetto alla media dei competitor - spiega l'amministratore delegato Valentina Vello -. La nostra realtà opera da quarant'anni e la sostenibilità ambientale è il principio che anima da sempre le nostre scelte strategiche. La nostra azienda è in continua crescita e ciò che ci contraddistingue sono la celerità e la cura nel servizio al cliente con la fornitura di attrezzatura di nuova generazione tipo 4.0 meno impattante a livello ecologico. Ogni fase è concepita per migliorare l'impatto ambientale».

# Il monitoraggio intelligente della rete idrica

Controllare, risparmiare e proteggere l'oro blu, attraverso sistemi di telelettura e monitoraggio.

L'amministratore delegato e co-fondatore di MiDo, Miriam Surro, racconta quali prospettive si aprono con la digitalizzazione

Il Piano nazionale di ripresa e resilienza si basa su rivoluzione verde, transizione ecologica e digitalizzazione. Gran parte dei fondi sono stati stanziati per interventi che dovranno mirare ad alcuni obiettivi, tra cui garantire all'utenza la determinazione certa dei consumi di acqua, salvaguardare la risorsa, ridurre gli sprechi, supportare l'attività di individuazione dell'impatto ambientale prodotto e incrementare la responsabilizzazione di gestori e utenti.

«MiDo sviluppa prodotti adatti a raggiungere l'obiettivo con una gamma innovativa di dispositivi a costo contenuto con lunga autonomia, che consentono di ottenere un notevole recupero di risorse idriche ed economiche» spiega l'amministratore delegato Miriam Surro, che ha fondato l'azienda insieme a Domenico Lamboglia.

#### Quando è nata la vostra azienda?

«MiDo è la sigla che indica il mio nome e quello del mio socio Domenico Lamboglia. Ci siamo conosciuti all'Università e abbiamo contratto un "matrimonio virtuale" in cui si sono uniti i nostri progetti e i nostri sogni. Siamo ingegneri informatici specializzati nello sviluppo di prodotti per il monitoraggio, Internet of Things. La nostra avventura è iniziata una decina di anni fa quando il padre di Domenico ci segnalò che molti suoi concittadini lamentavano casi di bollette pazze dell'acqua. Da qui è nata l'idea di inventare un metodo innovativo per la lettura dei consumi. Abbiamo realizzato un primo brevetto e poi nel corso del tempo siamo cresciuti fino ad oggi.



L'ingegnere Miriam Surro, socia della MiDo di Ferrara - [www.midomet.com](http://www.midomet.com)



## “Sarti tecnologici”

**Quello che mancava sul nostro mercato era avere aziende italiane in grado di sviluppare soluzioni personalizzate per i clienti**

MiDo quindi è nata nel 2015 con l'obiettivo di sviluppare sistemi Internet of Things, attraverso la realizzazione di prodotti di smart metering: dispositivi elettronici e servizi in cloud computing per l'energy management e il monitoraggio delle risorse idriche. La principale applicazione di questi sistemi avviene attraverso la realizzazione di sistemi per il telecontrollo e la telelettura per un consumo intelligente dell'acqua».

#### Quali sono le maggiori criticità nel monitoraggio dei consumi idrici?

«Il monitoraggio intelligente della rete idrica è una sfida non da poco se si considera la percentuale di perdite di acqua in Italia, circa il 50 per cento, un aspetto che finora non era mai stato considerato. Ma quest'estate il problema è esploso a causa dell'allarme siccità: basti pensare alle immagini drammatiche del Po in secca. L'emergenza idrica deve essere affrontata e risolta. Un modo per riuscire a recuperare

sposte chiare a chi fisicamente deve intervenire nella rete».

#### Qual è la vostra mission?

«La mission aziendale è proprio la salvaguardia del cosiddetto Oro Blu. Diamo una risposta alle richieste di migliorare la governance del sistema idrico, obiettivo tra i principali richiesti negli interventi finanziati attraverso Pnrr. Ci definiamo i “sarti dell'elettronica”: quello che mancava sul mercato nazionale era avere delle aziende italiane (noi siamo proudly made in Italy) in grado di cucire addosso ai clienti una soluzione ogni volta diversa, capendo quale tipo di prodotto costruire e realizzandolo in modo che fosse robusto e durevole. Ogni ambiente di installazione ha necessità diverse, soprattutto se si considera che i nostri prodotti sono installati all'esterno, spesso all'interno di tombini e sono soggetti a volte a immersione in acqua. I nostri dispositivi durano 10 anni in autoalimentazione senza nessun altro tipo di supporto. Sono molto facili da utilizzare e da installare. Li si collega semplicemente alla condotta con un sensore e funzionano in autonomia».

#### Qual è il vostro prodotto di punta?

«Abbiamo due linee principali di prodotti MiDoMet LoRa e MiDoMet NB-IoT. Con entrambe le tipologie realizziamo il monitoraggio intelligente. I nostri prodotti sono rivolti sia agli enti gestori, allo scopo di offrire uno strumento in grado di fornire risposte in merito alla risorsa, sia che ai condomini ai fini della ripartizione dei consumi e della fatturazione».

• Bianca Raimondi



l'acqua è metterci dell'intelligenza, riuscire a verificare i parametri della rete, le perdite e via dicendo con sistemi che effettivamente monitorizzano i dati, li inviano in remoto a un ulteriore sistema in grado di elaborarli in maniera intelligente, dando ri-

## I target: business e consumer

MiDo propone varie linee di prodotti denominati con l'acronimo MiDoMet. I sistemi MiDoMet consentono di ottenere in modo semplice la digitalizzazione, permettendo di contenere le perdite, di contabilizzare i consumi, e di gestire in modo efficace le reti. «Forniamo dispositivi Internet of Things e servizi in cloud-computing per il monitoraggio della distribuzione di energia (acqua, ma anche gas, energia termica ecc.) con lo scopo di ridurre i costi e contribuire alla realizzazione delle smart cities. Sviluppiamo soluzioni innovative ed efficaci che sfruttino le nuove tecnologie per il monitoraggio qualitativo e quantitativo dell'energia, sia per un mercato business (acquedotti ed enti gestori), sia consumer (condomini)». I prodotti MiDo sono semplici da utilizzare, autoalimentati con lunga autonomia, e completi di tutti i servizi necessari alla comunicazione in remoto e alla gestione dei dati.

Tutto inizia nel 1950, quando Vincenzo Murdolo si dedica alla produzione e vendita dei "Mustaccioli", un dolce di farina e miele preparato in occasione delle feste patronali. In quegli anni, Vincenzo apprende le basi dell'arte pasticceria fino al 1969, quando apre un'attività in proprio, il bar, pasticceria, gelateria e Torroni Murdolo. Personalizza e migliora le conoscenze acquisite e le esprime al meglio nella produzione di torroni artigianali, con nuovi ingredienti e nuovi metodi da lui elaborati che li rendono unici ed eccellenti. Oggi, sono le sue tre figlie a portare avanti questa sapienza, come ci racconta Teresa.

**Come si è rinnovata la vostra azienda da quando ne siete a capo?**

«L'azienda per come è ora è nata nel 2017, sulla scia del lavoro di nostro padre e soprattutto nel suo ricordo e in suo onore. Mio padre ha iniziato a lavorare a circa undici anni, vendendo i tipici "Mustaccioli" su una bancarella alle feste patronali. I "Mustaccioli" li faceva lui, già da ragazzino era appassionato di pasticceria, il che gli ha permesso di andare "a bottega" a sedici anni e a perfezionare nel tempo tutto ciò che aveva imparato, creando così dei prodotti unici. La Vincenzo Murdolo, oggi, è un'azienda modernamente organizzata che persegue una strategia tutta orientata alla qualità totale dell'intero processo di lavorazione, dalla selezione delle materie prime alla produzione, dal confezionamento alla vendita anche online. Sono la passione e la maestria artigianale a rendere inimitabili le nostre delizie, con una produzione tipica d'eccellenza che porta dentro di sé i segreti di una lavorazione laboriosa, che si tramanda di padre in figlie. Oltre a me, a guidare l'azienda ci sono le mie sorelle Emma e Titina. Siamo tre mamme di tre figli ciascuna, un architetto, un avvocato e una commercialista, siamo sempre state tutte anche un po' pasticciere e questo ci ha permesso di prendere in mano il lavoro alla scomparsa di nostro padre. Tutte e tre siamo cresciute nel laboratorio di Vincenzo. Da piccole gli facevamo compagnia e, iniziando per gioco, abbiamo cominciato a fare anche noi piccoli lavoretti. In questo modo, abbiamo immagazzinato un sapere e un'esperienza preziosissimi».

# Tre sorelle nella tradizione di famiglia

Teresa, Emma e Titina Murdolo, figlie di Vincenzo, nel 2017 danno vita alla Vincenzo Murdolo con l'intento di tramandare l'arte pasticceria del padre, conosciuto da tutti come "U Mastru", il Maestro



Da sinistra: Titina, Teresa ed Emma Murdolo della Vincenzo Murdolo di Taurianova (RC) [www.vincenzomurdolo.it](http://www.vincenzomurdolo.it)

**In cosa si esprime oggi l'eredità di vostro padre?**

«Nostro padre Vincenzo, "U MastruCecè", ci ha educate alla dolcezza, che ha una forza incommensurabile, e che lui esprimeva ogni giorno con le sue creazioni di torroni unici. Ci ha insegnato che per dare vita a un prodotto di alta pasticceria non bastano materie prime eccellenti. Ciò che davvero conta è l'esperienza, la bravura, la perfetta conoscenza dei tempi e dei processi di lavorazione. Infatti, nonostante il grande impegno che comporta gestire e lavorare all'interno dell'azienda, noi sorelle portiamo avanti e custodiamo un bagaglio di esperienza,

la passione per il lavoro e una grande abilità nel realizzarlo. La nostra è una lavorazione artigianale, il che significa che è il prodotto a stabilire i tempi, sono le materie prime, quindi gli ingredienti richiesti da noi sono amore, passione e soprattutto pazienza. Naturalmente, le materie prime utilizzate, dalla frutta secca al miele, sono, anzi, devono essere eccellenti, perché è ciò che rende unici i nostri prodotti più amati, i Torroni. Proprio i Torroni sono il prodotto che nostro pa-

dre ha perfezionato di più nel corso della sua vita. Il loro gusto è indescrivibile, bisogna assaggiarli per capire».

**E in cosa si esprime, invece, il vostro tocco innovativo?**

«Siamo tutte donne, il che per noi è un valore aggiunto, ma dobbiamo fare ancora un po' di strada per cambiare la mentalità di chi ci sta attorno. Sappiamo benissimo che non sempre un'azienda gestita da sole donne ha la fiducia che merita, ma noi tramandiamo un grande sapere, una maestria che abbiamo imparato in anni di esperienza e una qualità senza pari. Siamo molto motivate, sia dal passato che conosciamo bene che dal futuro, che ci riserva sicuramente grandi cambiamenti, pur nel rispetto della tradizione. Vogliamo sicuramente espanderci a livello locale e incrementare parallelamente il nostro e-commerce, già molto florido grazie agli acquisti dall'estero. Abbiamo infatti una vasta rete di affezionati clienti, non soltanto nostri conterranei che vivono fuori, ma anche clienti stranieri che ci hanno conosciuti grazie alla bontà dei nostri dolci. Oltre che online, vendiamo nel nostro punto vendita anche telefonicamente, su prenotazione. Spediamo in tutto il mondo i prodotti dolciari, come i Torroni, mentre nel punto vendita facciamo anche pasticceria e gelateria fresca, per deliziare i palati tutto l'anno!». • **Elena Bonaccorso**

**Educate alla dolcezza**

**Nostro padre ci ha insegnato che per dare vita a un prodotto di alta pasticceria non bastano materie prime eccellenti. Contano l'esperienza, la bravura, la perfetta conoscenza dei tempi e dei processi di lavorazione**

## Torroni, il simbolo dell'azienda

«Il nostro prodotto simbolo – continua Teresa – è il Torrone. Abbiamo diversi collaboratori, che ci aiutano in varie mansioni, ma solo noi della famiglia conosciamo tutti i procedimenti da impiegare e le esatte dosi degli ingredienti necessari per la produzione del Torrone. È una ricetta che gestiamo direttamente io e le mie sorelle. L'ultima creazione di nostro padre è un torrone unico difficilmente imitabile: il Torrone "Mandorloso", dedicato a Mastro Cecè. Il "Mandorloso" nasce da un'idea sviluppata insieme, che lui ha perfezionato fino alla fine grazie alle sue doti di mastro pasticciere. Io insieme agli altri della famiglia, produciamo questo suo ultimo prodotto, che è diventato subito uno dei più amati e venduti. È composto da due tipi di mandorla, la scura e la bianca sbucciata, con aromi che ricordano la tradizione. Per noi non è solo un ottimo prodotto, ma un ricordo importante, e lo è anche per molti clienti».



# Un nuovo modello di sviluppo sostenibile e inclusivo

**È** sfidante trovare il giusto equilibrio tra obiettivi di sostenibilità e di fatturato: fissare degli obiettivi strategici raggiungibili e misurabili ci permette di farlo in armonia con i nostri valori, investendo in tecnologie e risorse. A differenza del mercato italiano, quello estero riconosce particolarmente il valore del percorso Benefit. Nella visione europea la Società Benefit è quella in grado di garantire un futuro al mondo. Poche sono le aziende in Italia che percorrono questa strada, Tecnosystemi è una di queste. «Il sogno di sviluppare un'azienda sempre all'avanguardia con i suoi prodotti, che ponga gli stakeholder al centro e con una sensibilità spiccata verso le tematiche ambientali, sociali e del territorio, ci ha portati a percorrere la strada verso la sostenibilità - racconta l'amministratore delegato Anna Munari -. Siamo diventati Società Benefit nel 2021, con lo scopo di generare un impatto positivo sull'ambiente e nella comunità». L'azienda, fondata nel 1992 e da allora cresciuta in maniera esponenziale, produce una gamma di oltre 6mila articoli per il condizionamento e la ventilazione.

**Che cosa significa per voi essere una Società Benefit?**

«Da giugno 2021 abbiamo riscritto il nostro oggetto sociale e dichiarato la seria intenzione di generare un impatto positivo sull'ambiente e sulla comunità. I nostri impegni sono molteplici e concreti, spaziano da una spiccata sensibilità in merito al tema delle energie rinnovabili, alla scelta di bioplastiche, all'economia circolare basata sul processo del riciclo, fino alla tutela della salute dei dipendenti e a progetti concreti di inclusione sociale. In questo momento di forte attenzione al tema dell'energia, sono fiera di comunicare che ancora nel 2017 siamo stati visionari e abbiamo coperto il nostro

Con oltre trent'anni di esperienza e dal 2021 Società Benefit, Tecnosystemi è un importante riferimento a livello nazionale e internazionale, nel mercato del condizionamento, del ricambio dell'aria e della ventilazione. Ne parliamo con l'amministratore delegato Anna Munari



## Il capitale umano

***Da sempre puntiamo alla valorizzazione delle persone e dei talenti, in quanto ognuno ha una propria spiccata attitudine e il vero compito di un imprenditore è comprenderla***

tetto di un ampio parco fotovoltaico con una potenza pari a 1.172,36 kWh. Creare e sviluppare business in modo sostenibile è possibile ed è importante essere di esempio per moltissime realtà del territorio».

**Che cosa riguarda la vostra recente "Carta degli impegni"?**

«Questo documento esprime il nostro

impegno concreto verso la sostenibilità, realizzato attraverso azioni tangibili e misurabili che riguardano quattro aree: persone e comunità, valorizzazione dell'ambiente, innovazione e sicurezza, governance e organizzazione.

Ritengo che il vero capitale di un'azienda sia proprio quello umano. La mia mission è da sempre la valorizzazione delle persone e dei talenti, in quanto ognuno ha una propria spiccata attitudine e il vero compito di un imprenditore è comprenderla e attuare un percorso di crescita per le sue risorse. «Le persone al centro» è il mio motto e si concretizza in un vero e proprio progetto di inclusione. Non ci sono uomini e donne, esistono competenze, valori e attitudini. Sono fiera di affermare che la nostra è un'azienda composta da un 50 per cento di personale femminile. Questa è per me la mia casa e mi stanno a cuore tutte le persone, così come mi sta a cuore la loro salute e il loro benessere. A tal fine ho voluto creare un programma concreto e continuativo per tutelare la salute, che è il valore più prezioso della vita».

**In che cosa consiste?**

«Abbiamo organizzato iniziative per la prevenzione, con visite mediche specialistiche oltre che attività formative e di sensibilizzazione. Un esempio fra tutti: abbiamo fortemente sostenuto la prevenzione del tumore al seno, allestendo una vera e propria clinica mobile in azienda per permettere alle nostre donne di effettuare mammografie ed ecografie gratuite. Siamo molto soddisfatti e non ci fermiamo qui: proprio pochi giorni fa ho infatti deciso di aderire ad un'importante iniziativa stipulando una polizza per la tutela della salute di tutti i nostri dipendenti. Abbiamo già pianificato tutte le iniziative del 2023 perché non si finisce mai di fare abbastanza per tutelare la salute di tutti. L'agenda 2030 dell'ONU e i suoi 17 obiettivi sono la nostra bussola, da cui nascono tutte le progettualità che vogliamo portare avanti. Questo parte da dentro, dal nostro cuore, perché l'approccio sostenibile fa parte del nostro Dna. Questa è l'azienda che ho tanto sognato e oggi sono fiera di dire che siamo una multinazionale dei valori».

• **Cristiana Gofarelli**

## I punti di forza

Alta qualità, ricercatezza, un'eccellente ricerca e sviluppo sono i tre pilastri che hanno permesso a Tecnosystemi di soddisfare sempre più i bisogni dei diversi clienti, creando soluzioni tecniche all'avanguardia, arrivando fino ad un totale di 6 mila articoli. Sottolinea la titolare Anna Munari: «Una parola è alla base del nostro approccio verso il cliente: l'ascolto. Il cliente è il nostro interlocutore principale e dal confronto con lui prendono vita tutte le idee dei nostri nuovi prodotti».



Anna Munari, amministratore delegato di Tecnosystemi Spa Società Benefit di Vittorio Veneto (Tv) - [www.tecnosystemi.com](http://www.tecnosystemi.com)

# L'imperativo è migliorarsi sempre

Il Gruppo Nizzi, costituito da un team giovane capitanato da Elena Nizzi e Filippo Arcidiacono, fa del dinamismo la sua principale caratteristica: «da sempre ci guida la grande volontà di crescere, seguendo un programma di costante potenziamento logistico, tecnologico e di qualità globale»

**U**na solida organizzazione che in oltre cinquant'anni di attività, non ha mai smesso di perseguire il continuo miglioramento di prestazioni e risorse. Il Gruppo Nizzi, fondato nel 1965, da Pierluigi Nizzi, da sempre è impegnato nel settore dei trasporti su strada di diverse tipologie di merci: prodotti metallurgici, siderurgici, chimici, cementieri, alimentari e molti altri. «In poco tempo – racconta – siamo passati dalle spedizioni tradizionali al trasporto eccezionale, per poi approdare anche a quello intermodale su gomma, rotaia e nave. Negli anni duemila abbiamo fatto il nostro ingresso nel business del trasporto rifiuti e dei materiali pericolosi». L'intraprendenza e le capacità dei soci fondatori e dello staff dirigenziale hanno trasformato una piccola azienda in una grande realtà nazionale e internazionale. Al passo con i cambiamenti del mercato, si è aggiornata sull'evoluzione dei prodotti e sul progresso tecnologico del settore. La continua ricerca, unita all'esperienza maturata, rappresentano le solide basi che per-



Elena Nizzi, proprietaria della soc. Nizzi Trasporti di Terni - [www.nizzi.it](http://www.nizzi.it)

mettono al gruppo di garantire un elevato standard qualitativo nel trasporto a livello europeo e di assicurare ai propri clienti soluzioni diversificate e di grande flessibilità. «Ciò che ci guida è la grande volontà di crescere e l'am-

bizione di poter superare nuovi traguardi, seguendo un programma di costante potenziamento logistico, tecnologico e di aggiornamento del parco veicolare e delle professionalità del nostro personale viaggiante ricercando uno sviluppo sostenibile attraverso una solida etica ambientale – specificano ancora in coro Elena e Filippo -. Siamo cer-

ti di poter affrontare le sfide del nuovo millennio forti della nostra esperienza e orgogliosi di aver raggiunto un elevato standard di qualità dei servizi resi ai clienti. Nel 1994 è stata riconosciuta alla nostra società la certificazione di Sistema di Qualità Sincert Csq 3895-302-IT e Iso 9002 per il trasporto conto terzi e spedizioni. Un traguardo raggiunto grazie all'impegno di tutta l'azienda, che sin dalla sua nascita ha mantenuto costante la ricerca del miglioramento dei propri servizi». Il gruppo dispone di un ampio parco veicolare in grado di garantire un servizio di trasporto personalizzato, affidabile, puntuale. «La varietà di mezzi di nostra proprietà – prosegue la responsabile aziendale – permette di far fronte alle diverse esigenze del cliente, offrendo un servizio flessibile in grado di adattarsi ai diversi ritmi e cicli di produzione annuali e permettendo variazioni anche una volta effettuato il carico. Un'articolazione completa del servizio trasporti assicura disponibilità di mezzi per ritiri su tutto il continente in tempi brevissimi. • Luana Costa

TRASPORTI  
**NIZZI**  
WWW.NIZZI.IT



## TRASPORTO *in evoluzione*



### *In tutta Europa da oltre 50 anni*

**NIZZI S.R.L. Trasporti**  
Via Vanzetti, 45 - 05100 Terni (TR) - Tel. 0744 397711 - Fax 0744 303425 - [info@nizzi.it](mailto:info@nizzi.it) - [www.nizzi.it](http://www.nizzi.it)

# Un approccio integrato

Ottenere ambienti di lavoro più sani e sicuri. È questo l'obiettivo che persegue Grange Antonella Sicurezza & Ambiente, con una consulenza a tutto tondo caratterizzata da passione, competenza e affidabilità

Ogni azienda nello svolgimento della propria attività deve fare fronte a una serie di adempimenti sempre più complessi nella cura degli ambienti di lavoro. Grange Antonella Sicurezza & Ambiente è una realtà altamente specializzata nel campo della consulenza aziendale integrata. Forte di un team di esperti professionisti, opera sul territorio al fianco delle piccole, medie e grandi imprese, nonché di enti pubblici e privati mettendo a punto soluzioni di consulenza basate sulla profonda competenza maturata in anni di attività a fianco degli imprenditori.

«Attraverso proposte integrate - spiega la titolare Antonella Grange - offriamo servizi tailor made, pensati in base alle esigenze dello specifico cliente, andando ad affiancare a soluzioni consulenziali relative



Grange Antonella Sicurezza & Ambiente ha sede ad Aosta e a Santa Margherita Ligure (Ge) [www.grangesicurezzaeambiente.com](http://www.grangesicurezzaeambiente.com)

all'ambito igiene e sicurezza sul lavoro, haccp, anche privacy e Gdpr

compliance, gestione dei rifiuti, certificazione di Sistemi di Gestione Integrati Qualità, Ambiente, Sicurezza e Parità di Genere e certificazione delle strutture ricettive d'eccellenza».

Dal 2015 Grange Antonella Sicurezza & Ambiente è centro di formazione AiFOS, per l'erogazione di corsi di formazione validi in tutta Italia rivolti a professionisti, datori di lavoro, dirigenti, preposti e lavoratori. «I piani di formazione, progettati e cuciti su misura - continua Antonella Grange - rispondono perfettamente alle esigenze del cliente e offrono la comoda possibilità di essere erogati direttamente on site presso la sede aziendale oppure a distanza attraverso la Fad sincrona o, ancora, attraverso piattaforme internet abilitate all'erogazione di corsi in modalità e-learning. L'interdisciplinarietà delle

competenze ci consente di proporci quale unico referente per l'impresa attraverso servizi personalizzati per la creazione di ambienti di lavoro più sani e sicuri. Passione, competenza e affidabilità rappresentano le caratteristiche che meglio ci rappresentano». Negli anni Grange Antonella Sicurezza & Ambiente ha rafforzato partnership importanti con Confindustria e Federalberghi Valle d'Aosta: «personalmente - sottolinea la titolare - credo molto nel network, quale componente essenziale del lavoro, in quanto permette di sviluppare competenze trasversali utili a noi e di conseguenza ai nostri clienti. Siamo onorati di fare parte del network di eccellenza "Partner24 Ore" del Sole 24 Ore che può solo aggiungere valore al business creando relazioni di qualità tra partner consulenti e imprenditori».

• **Bianca Raimondi**



# ANTONELLA GRANGE

Sicurezza & Ambiente

CONSULENZA INTEGRATA  
IGIENE · SICUREZZA · PRIVACY

CERTIFICAZIONI · FORMAZIONE



GRANGE ANTONELLA SICUREZZA & AMBIENTE

Via J.B. de Tillier, 3 - 11100 Aosta  
Via Roma, 15/A - 16038 Santa Margherita Ligure (GE)

Tel. 3248066511 - 0165 35661 - [info@grangesicurezzaeambiente.com](mailto:info@grangesicurezzaeambiente.com) - [www.grangesicurezzaeambiente.com](http://www.grangesicurezzaeambiente.com)

## Servizi di consulenza:

Certificazione Sistemi Gestione  
Qualità, Sicurezza e Ambiente

Igiene e Sicurezza sul lavoro

Safety Eventi

HACCP

Privacy

Gestione Rifiuti Speciali

Modelli di Gestione 231/01

Formazione professionale

# La “capofamiglia” Berlusconi

Lo è Marina per i fratelli che le riconoscono questo ruolo, per i collaboratori della holding di famiglia e, ogni giorno di più, anche per il papà Silvio. A cui somiglia tanto e che in lei trova la serenità per le scelte importanti

**I**l cognome è di quelli che più ingombranti non si può. Non potendo sceglierlo alla nascita, le prospettive per chi lo porta sono essenzialmente due: subirne il peso e rimanerne schiacciati, oppure adoperarsi ogni giorno cercando di esserne all'altezza. Marina Berlusconi, figlia di Silvio e della sua prima moglie Carla Elvira Lucia Dall'Oglio, appartiene sicuramente alla seconda categoria umana e i suoi primi 56 anni di vita, che diventeranno 57 il prossimo 10 agosto, ne sono la testimonianza concreta e misurabile. Prendendo ad esempio il ranking delle 100 donne più influenti della comunità economica internazionale stilato una volta l'anno dal business magazine Forbes, il suo nome vi compare quasi stabilmente dal 2001 e, per diverse edizioni, al primo posto assoluto tra le italiane.

## CONDOTTIERA NEL SANGUE, GUIDA L'EPOPEA DI FININVEST

Primogenita di un uomo che a sua volta qualche traccia del suo passaggio l'ha lasciata, Marina cresce in un contesto familiare pervaso dalla cultura d'impresa che il padre interpreta ai massimi livelli esordendo nel campo dell'edilizia e poi costituendo nel 1975 la società di comunicazione Fininvest. Di quel gruppo, culla della televisione commerciale tricolore e considerato oggi una tra le più potenti holding italiane ed europee, Marina assume la vicepresidenza nel 1996. Con un diploma di liceo classico conseguito presso l'Istituto Leone Dehon di Monza, ma senza la laurea in giurisprudenza né in scienze politiche, sacrificate entrambe sull'altare di una carriera da manager che sboccia prima del previsto. Vuoi per l'ambizione precoce di Marina, che a trent'anni ancora da compiere non esita a chiedere al padre di essere messa alla prova con incarichi di vertice; vuoi perché giusto in quegli anni il Cavaliere decideva di “scendere in campo” lanciandosi nell'agone politico e delegando la conduzione operativa delle proprie aziende ai suoi collaboratori di fiducia. E la prima a ripagarla con gli interessi è proprio la capofamiglia- ruolo riconosciuto “ad honorem” dagli altri quattro fratelli Pier Silvio, Barbara, Eleonora e Luigi- che in questi anni sfodera un piglio da condottiera degno di papà Silvio. Contribuendo a far crescere il fatturato e il valore patrimoniale del gruppo Fininvest, opponendosi con fermezza alla vendita di Mediaset al magnate americano Rupert Murdoch anche contro la volontà della matrigna Veronica Lario fino ad arrivare,



Marina Berlusconi, presidente Fininvest e Gruppo Mondadori

## Tra le 100 donne più influenti della comunità economica internazionale

**Il nome di Marina Berlusconi compare quasi stabilmente dal 2001 nella classifica stilata una volta l'anno dal business magazine Forbes e, per diverse edizioni, al primo posto assoluto tra le italiane**

nell'ottobre del 2005, a sedere sulla poltrona più importante della holding, quella da presidente. Posizione peraltro già raggiunta due anni prima presso la casa editrice Arnoldo Mondadori, subentrando al defunto Leonardo Mondadori.

## MOGLIE, MADRE E, ALL'OCCORRENZA, “SCUDIERA” DEL CAV

Nel pieno dell'escalation professionale, che ne saluta anche l'ingresso nei cda di Medusa Film e di Mediolanum prima, di Mediaset e di Mediobanca poi, Marina trova però anche il tempo di curare la sua vita privata. Così che nel dicembre 2002 diventa madre di Gabriele, due anni più tardi di Silvio (nato lo stesso giorno del nonno materno da cui la scelta del nome) e nel 2008 moglie di Maurizio Vanadia, ex primo ballerino del corpo di ballo del Teatro alla Scala e padre dei suoi due figli. Anche per questa capacità di costruirsi un nido familiare e di coltivare gli affetti nonostante una carriera da leader in rampa di lancio, nel 2009 riceve dalle mani del sin-

daco Letizia Moratti l'Ambrogino d'oro, onorificenza che il Comune di Milano le assegna in quanto «esempio dell'eccellenza milanese nel mondo». Quattro anni dopo, è la rivista Fortune a suggellarne ulteriormente lo standing inserendola al 33esimo posto tra le donne d'affari non statunitensi più influenti del Pianeta. Molto somigliante al padre nello spirito da “martello pneumatico” (come l'ha definita in passato lo “zio” Fedele Confalonieri), nella passione per il Settecento francese e nello stile, sempre impeccabile e mai davvero décontracté, Marina Berlusconi si differenzia dal poliedrico genitore essenzialmente per un motivo: non è mai entrata in politica e non ha mai ceduto alla tentazione di farlo. Zittendo a cavallo tra il 2012 e il 2013 le voci che la annunciavano già come leader in pectore del Popolo della Libertà. E smettendole una seconda volta nel 2017, quando le voci di una sua discesa in campo erano tornate a circolare. «Penso che la leadership in politica non si possa trasmettere per investitura o per succes-

sione dinastica» il commento per chiudere la questione, ma non l'interesse per le vicende politiche che invece è vivo e vibrante. Dai tempi degli attacchi al Cavaliere, difeso a spada tratta dalle gogne mediatiche e giudiziarie; dagli apprezzamenti per il governo Draghi «che ha dato un colpo micidiale all'elogio dell'incompetenza e alla retorica dell'uno vale uno». Al ruolo di “voce della coscienza” nella trattativa con la futura premier Giorgia Meloni esercitato sul padre da Marina. L'unica che, sotto sotto, sa come prenderlo. • **Giacomo Govoni**



# Business lady d'acciaio

Prima donna a guidare gli industriali italiani, la prima al vertice delle associazioni datoriali europee, Emma Marcegaglia occupa posti di comando ormai da 15 anni. Solo in famiglia è arrivata per seconda, dopo il fratello maggiore Antonio

**U**n carattere tedesco dentro a un corpo italiano. Quanto a galanteria si è sentito di meglio, ma se c'è una didascalia che più di ogni altra racconta la personalità e il temperamento di Emma Marcegaglia è questa. E sono proprio i tedeschi suoi principali estimatori ad aver pennellato questo mini-ritratto ormai dieci anni fa, quando l'imprenditrice mantovana riceveva l'incarico di presidente di BusinessEurope diventando la prima donna a guidare l'associazione che rappresenta le Confindustrie europee, nonché prima italiana dopo Guido Carli. Tuttavia questo è solo uno dei primati pescato a caso nella carriera sfolgorante della "Lady d'acciaio" mantovana, soprannome che richiama in primis il settore siderurgico in cui opera l'omonima azienda di famiglia guidata ancora oggi assieme al fratello Antonio; ma che descrive soprattutto la determinazione e il talento di una donna capace di affermarsi in ruoli di comando in un mondo industriale storicamente dominato da figure maschili.

## ESORDIO NEL MONDO DEL TURISMO NE SVELA LA STOFFA DA MANAGER

Una storia di ascesa inarrestabile che l'anno scorso le ha permesso di conquistare un posto nella classifica Forbes delle 50 persone più ricche al mondo con un patrimonio stimato attorno al 1,4 miliardi di dollari, ma che in realtà germoglia dalla piccola Gazoldo degli Ippoliti. Comune di appena tremila anime dove Emma cresce e va a scuola assieme agli operai dell'azienda di famiglia, fondata sei anni prima della sua nascita dal padre Steno Marcegaglia che ha

*Emma Marcegaglia, presidente e amministratore delegato di Marcegaglia Holding*



sempre riposto totale fiducia nella secondogenita. Tant'è vero che una volta terminato il percorso di studi aperto con la maturità scientifica al liceo Belfiore di Mantova e chiuso con il master in Business Administration presso la New York University, passando per la laurea con lode in economia aziendale conseguita alla Bocconi di Milano, Emma viene in breve tempo investita di oneri dirigenziali all'interno dell'azienda che porta il suo cognome. Mostrando non solo di esserne all'altezza, ma contribuendo in modo sostanziale alla crescita di un colosso che oggi conta circa 7000 dipendenti in tutto il mondo per un fatturato pari a circa 5 miliardi di euro. Decisamente formativa in questo senso- come la Marcegaglia ha ammesso in più circo-

stanze- la prima esperienza di management maturata ad Albarella sul Delta del Po, dove il padre aveva deciso di affidarle la gestione di un complesso turistico sgangherato di proprietà del gruppo. E mai intuizione si rivelò più felice, visto che nel giro di pochi mesi i risultati furono sbalorditivi e l'attività che tutti davano ormai per morta conobbe un risveglio insperato. La prima scintilla del "fuoco sacro" per la leadership imprendito-



riale che di lì a poco sarebbe divampato in tutta la sua potenza.

## PER QUATTRO ANNI A CAPO DI CONFINDUSTRIA, PER SETTE DI ENI

Dapprima mettendosi in luce in seno alla holding Marcegaglia, leader europea nella trasformazione dell'acciaio presieduta ancora oggi assieme al fratello Antonio. Poi accreditandosi rapidamente presso la business community nazionale e in particolare dalle parti di Viale dell'Astronomia, dove arriva a ricoprire tutte le posizioni apicali: dalla presidenza dei Giovani Imprenditori dal 1996 al 2000, alla doppia vicepresidenza di Confindustria come numero due di Antonio D'Amato dal 2000 al 2002 e di Luca Cordero di Montezemolo nel 2004. Fino alla definitiva consacrazione del 2008 quando, a soli 43 anni, Emma diventa la prima donna presidente di Confindustria, oltre che la più giovane di sempre. Quattro anni intensi di mandato che fanno emergere la statura umana e professionale della signora "Black&Decker"- altro soprannome conquistato sul campo- forgiata da una crisi economica epocale, dalle tensioni intestine alla confederazione e dall'allora premier Berlusconi. Con il quale ingaggia un duello senza esclusione di colpi e di stoccate poco lusinghiere (specie da parte del Cavaliere), uscendone però a testa alta come donna e ulteriormente legittimata nei panni di capo degli industriali. «Non mi vergogno di essere ambiziosa e la mia posizione prova che gli imprenditori italiani sono abbastanza bravi da cercare la leadership delle donne» ha risposto in passato a chi immaginava la soggezione di sedere nei direttivi a fianco di Gianni Agnelli, Carlo De Benedetti e Cesare Romiti. Un sentimento che non si rintraccia nel dna della Marcegaglia e che semmai avranno provato i suoi interlocutori negli ultimi anni incontrandola in veste di presidente della Luiss, dal 2010 al 2019, o da presidente dell'Eni, incarico ricoperto dal 2014 al 2020. In un valzer tra poltrone "pesanti" magari diverso da quello che sognava da bambina, quando aspirava a fare la ballerina, ma condotto sempre con classe, autorevolezza e nel rispetto di due regole auree: circondarsi sempre di gente brava e mai sottovalutare i concorrenti.

• Giacomo Govoni

## La definitiva consacrazione

***Nel 2008 quando, a soli 43 anni, Emma diventa la prima donna presidente di Confindustria, oltre che la più giovane di sempre***

**S**i definisce curiosa, libera ma con auto-disciplina. Ha fatto suo un approccio etico all'impresa, attento all'inclusione e alla sostenibilità. Tutto questo rende Marina Salamon un profilo unico nell'imprenditoria italiana. Classe 1958, cresce a Milano, studia in Francia e in Gran Bretagna negli anni del liceo e si laurea all'Università Ca' Foscari di Venezia in Storia economica e sociale. Rinuncia alla strada della ricerca universitaria e sfuma per lei la carriera di giornalista che aveva sognato. Ma non si scoraggia. A 23 anni fonda Altana, che farà successo producendo abbigliamento per bambini nel segmento luxury fashion. Azionista di Replay Jeans dal 1985 al 2001, Marina Salamon acquisisce il controllo di Doxa, la prima società italiana di ricerche di mercato: l'azienda è guidata dal padre, che ne possiede però solo una minoranza. Il suo segreto è perseverare, studiare, saper cogliere in anticipo le tendenze del mercato. «Le aziende e le persone che ho incontrato mi hanno permesso di continuare a imparare. Guai a sentirsi appagati. Il segreto è lo studio, che non mi fa restare chiusa nelle mie convinzioni ma anzi mi dà apertura verso il mondo, per capirlo e muovermi in esso», racconta in un'intervista a Business Celebrity Magazine.

Tutte le società dell'imprenditrice fanno capo alla sua holding di partecipazioni Alchimia Spa, controllata al 100 per cento, e inclusa nel report Mediobanca tra le 180 aziende leader in Italia. Alchimia Spa opera anche nella compravendita e gestione immobiliare. Nel 2008 Salamon scommette su digital marketing e comunicazione diventando titolare dell'80 per cento delle quote della società Connexia, che cederà nel 2021 a Retex. Nel corso del 2014 la holding acquisisce la società Forest srl, produttrice e distributrice del marchio di abbigliamento Save the Duck, da cui esce nel 2018 dopo aver triplicato fatturati e redditività, per passare il testimone a Progressio Sgr, importante fondo di Private Equity italiano. «Quando ho saputo che

# Un profilo unico

Nella sua carriera quarantennale Marina Salamon ha saputo dare lo stesso peso agli obiettivi economico-finanziari e a quelli legati all'impatto sociale e ambientale, spesso precorrendo i tempi sul versante della sostenibilità



Save the Duck cercava capitali, mi sono interessata a quell'azienda perché mi era chiaro che la gente ormai fosse matura per un certo discorso animalista, ma ho anche sposato una causa personale, essendo sempre stata impegnata, sin da ragazzina, in favore degli animali», prosegue l'imprenditrice. Nel 2019 Alchimia cede il controllo di Doxa al gruppo franco-americano Bva. A seguito dell'operazione, reinveste la maggioranza di quanto ricevuto in azioni di Bva Group, diventandone così azionista. Marina Salamon resta presidente. Del resto, il motto dell'imprenditrice è "The best is yet to be". Dice di sé: «La parola "potere" non mi appartiene.

Sono molto affascinata da donne autentiche e vere come Tina Anselmi perché dietro di lei c'era una storia di coerenza e sobrietà. Lo stesso penso di Rosi Bindi e di Marta Cartabia, donne impegnate a realizzare se stesse senza aggrapparsi al proprio ruolo e senza ostentare» (fonte Verona In).

## LA RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA

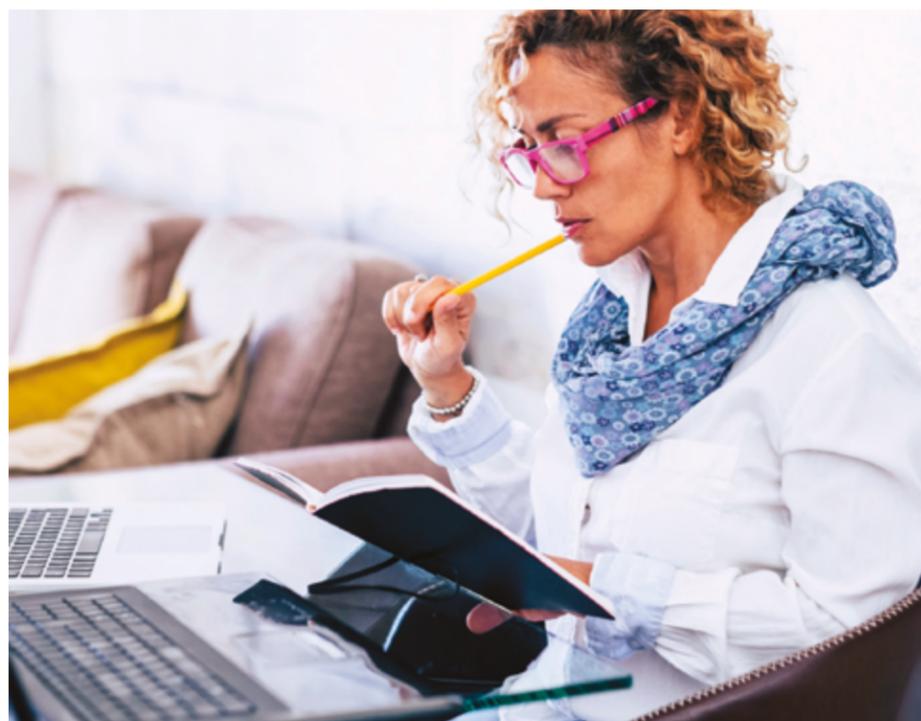
Per Marina Salamon la ricerca del profitto non può essere l'unico motore. Le aziende devono saper creare valore nel tempo, per sé stesse e per la comunità cui appartengono. Altana cambia il suo statuto e diventa nel 2021 società benefit, lanciando un segnale forte di responsabilità e trasparenza che si ritrova nelle azioni quotidiane dell'azienda e della sua holding di controllo, Alchimia, solita donare il 10 per cento degli utili a enti no profit. L'azienda, che promuove l'equilibrio e la conciliazione vita-lavoro, è rigorosa sul fronte della sostenibilità ambientale. «Sono stata consigliera del Wwf per molti anni, quindi è un tema che mi sta molto a cuore. Insieme alle altre aziende del nostro gruppo produciamo molta energia solare. Siamo totalmente compatibili sul piano dell'impatto zero», spiega l'imprenditrice a Veronaeconomia.it. «Altana si è da sempre distinta per l'attenzione alle persone, all'ambiente e alla società tutta, e l'essere diventati società benefit rappresenta uno stimolo ulteriore

per continuare a fare bene», sottolinea la presidente e founder. «Sono fermamente convinta che la sostenibilità sia lo strumento più intelligente per gestire un'impresa. E ancora: solo le aziende in cui "la gente sta bene" potranno vivere a lungo, perché solo esse sapranno sperimentare autentica innovazione di prodotto e di processo coinvolgendo tutti coloro che in esse operano». Per Marina Salamon valorizzazione della diversità e inclusione sono strategie oggi fondamentali



Marina Salamon, presidente Doxa e Alchimia

per le imprese- «allargano il cuore e la testa» e devono riguardare soprattutto le donne, ma anche i giovani. Al giornale online Gli Stati Generali lancia infatti un allarme: «Siamo un Paese che accoglie, ma che non valorizza, abbiamo invece bisogno di giovani da formare, altrimenti il Paese invecchierà, i giovani espatrieranno e, senza una nuova base di consumatori, il mercato crollerà». Una parte importante della vita di Marina Salamon è proprio quella dedicata al no profit. Nel 2012 fonda Web Of Life, che racchiude i principali progetti di charity da lei sostenuti e nel 2022 si mobilita per i profughi ucraini in fuga dal conflitto. «La modalità di pensiero dell'imprenditore non coincide spesso con la mentalità del no-profit, soprattutto per me che sono una decisionista. Ma il sociale mi ha insegnato tantissimo e continua a farlo oggi, forse perché anch'io sono diventata più brava ad ascoltare», confessa l'imprenditrice sempre al giornale online Gli Stati Generali. • **Francesca Druidi**



## Il segreto di Marina Salomon

**È perseverare, studiare e saper cogliere in anticipo le tendenze del mercato**

# La tecnologia al passo con i tempi

Dal mondo della moda all'automotive fino all'arredamento e al medicale. Oggi la tecnologia diventa trasversale e offre strumenti nuovi per la crescita delle imprese. L'esempio della IMA

**R**iconosciuta come azienda 4.0 IMA è la storia di un'idea o, meglio, di una visione. Immaginare il futuro e lavorare per dargli forma è stato il senso della vita del fondatore Luciano Sardini che ha sempre puntato sulla qualità e sulle persone. Oggi la società è leader nel settore di impianti di taglio, di stesura, di sistemi di movimentazione e gestione delle pezze e di programmi software per l'organizzazione completa della sala taglio. L'obiettivo è stato raggiunto grazie agli ingenti investimenti eseguiti in automazione e digitalizzazione. «Tutta la nostra produzione è interconnessa per aderire appieno agli standard richiesti, per godere dei benefici offerti dagli incentivi statali sull'Industria 4.0 - spiega l'attuale titolare Mirella Sardini -. Il nostro focus si è sempre incentrato sull'industria della confezione/abbigliamento, anche se sono ormai diversi anni che ci rivolgiamo ad altri settori come l'automotive, l'arredamento, il tessile per la casa, il medicale, in quanto abbiamo sviluppato diverse soluzioni che ben si adat-



IMA ha sede a Palazzolo sull'Oglio (Bs)  
[www.imaitaly.it](http://www.imaitaly.it)

tano alle varie tipologie di tessuto, anche grazie ad accessori, device e software dedicati». Il principale segno distintivo che contraddistingue IMA dalla concorrenza è la soluzione integrata che propone. «A diffe-

renza dei competitor, che sono specializzati solo in una parte della filiera produttiva della sala taglio, siamo in grado di fornire una soluzione completa che va dal sistema Cad per la creazione e lo sviluppo dei modelli, alla movimentazione e gestione dei rotoli di tessuto con sistemi di carico e scarico specifici, passando per la stesura, l'etichettatura per

arrivare quindi alla macchina principe della sala taglio e cioè il taglio automatico con i software relativi per la gestione completa in sala taglio. Altro punto di forza è il servizio post-vendita sul quale abbiamo sempre investito moltissimo e che ci contraddistingue sicuramente». Ciò ha consentito alla società di affermarsi per le sue soluzioni tecnologiche e a consolidare il rapporto dell'azienda con i marchi più prestigiosi della moda italiana e delle maison straniere, ponendosi sempre come partner tecnologico competente. La scelta di adottare una tecnologia digitale e soluzioni della Industry 4.0 per il mondo della moda si è rivelata strategica per l'azienda, premiata con una crescita importante e costante proprio negli anni più difficili della crisi. Oggi i clienti sono collocati in tutto il mondo: in buona parte in Bangladesh, Pakistan, India, Sri Lanka, Vietnam e nel Sud Est asiatico, ma anche nel Sud e Centro America, in Russia, in Europa e nel Nord e Sud Africa. Un carattere decisamente internazionale se si pensa che l'85 per cento della produzione viene esportata. • **Luana Costa**



Dal 1977



INNOVATIVI SISTEMI  
INTEGRATI PER LA  
GESTIONE COMPLETA IN  
SALA TAGLIO



IMA SpA - Via Piantada 9/A - 25036 Palazzolo s/O (BS)  
Tel. +39 030 6485011 - [www.imaitaly.it](http://www.imaitaly.it) - [info@imaitaly.it](mailto:info@imaitaly.it)



**D**alla pressoterapia all'epilazione definitiva, dall'endodrenaggio alla biostimolazione. Sono numerose oggi le tecnologie applicate all'estetica, che permettono di ottenere risultati veloci ed evidenti, in risposta alle richieste di un pubblico sempre più esigente. Da sempre al servizio dell'estetica professionale, Panestetic realizza apparecchiature altamente tecnologiche in grado di trattare vari inestetismi in maniera rapida, piacevole ed efficace. «Da quasi 40 anni siamo al fianco delle donne per aiutarle a scoprire la bellezza che è racchiusa in ognuna di loro, offrendo prodotti e servizi che le aiutino ad amarsi e sentirsi bene con loro stesse» sottolinea la titolare Giada Zambelli.

**Siete una realtà leader nel settore, conosciuta anche a livello internazionale. Ripercorriamo le tappe del percorso aziendale.**

«La nostra avventura comincia nel 1984 quando mio padre Elio Zambelli, spinto dall'amore per la bellezza, dalla passione intrecciata all'esperienza e l'intraprendenza verso obiettivi di successo, fonda Panestetic. L'ingresso di mia mamma Loredana ha permesso il consolidamento di quella che anno dopo anno sarebbe diventata l'azienda di riferimento per sempre più numerosi professionisti del settore. Nel 2000 sono entrata in azienda anche io,

# Alta tecnologia al servizio della bellezza

Tutti i macchinari Panestetic sono completamente made in Italy e vengono immessi sul mercato solo dopo essere stati sottoposti a numerosi test di sicurezza ed efficacia. Con Giada Zambelli approfondiamo la filosofia di un'azienda leader nel settore dell'estetica, che vuole valorizzare la naturale bellezza di ogni donna



## Quale tipo di servizi offrite?

«Progettiamo e produciamo un'ampia gamma di apparecchiature tecnologicamente avanzate e distribuiamo cosmetici delle migliori marche per trattare in modo efficace e assolutamente non invasivo diversi inestetismi di viso e corpo, con il fine ultimo di valorizzare la bellezza naturale di ogni donna, in tutta sicurezza e con il massimo comfort. Attraverso le nostre apparecchiature estetiche, ad esempio, è possibile ridurre drasticamente l'invecchiamento della pelle; i trattamenti che offriamo sono piacevoli e di grande efficacia».

## Quale filosofia è alla base della vostra attività?

«Vogliamo offrire l'opportunità a ogni donna di sentirsi bene con se stessa, rendendola consapevole che la bellezza è presente in ognuno di noi, deve solo essere valorizzata. È importante anche trasmettere il concetto che prendersi cura del proprio aspetto e ritagliarsi dei momenti di relax è importante per amarsi sempre di più ed esprimere in modo naturale la propria femminilità e personalità. Tradurre in realtà questa visione è possibile grazie al nostro reparto ricerca e sviluppo: un vero e proprio laboratorio interno dedicato alla progettazione, con l'obiettivo di portare il prestigio e l'eccellenza del made in Italy nel mondo. Attenzione alla bellezza di tutte le donne e valorizzazione del Made in Italy sono proprio i due pilastri portanti della nostra mission, che perseguiamo nelle scelte di ogni giorno, insieme alla qualità, all'affidabilità, a un'accurata etica del lavoro e a una propensione al miglioramento continuo, nel nome della responsabilità e dell'impegno».

## Fondamentale per Panestetic è anche il servizio post vendita.

«Garantiamo un affiancamento continuo: la vendita delle apparecchiature è soltanto l'inizio, seguiamo il cliente a 360 gradi, per far sì che l'investimento che ha fatto renda al massimo. Sicurezza ed efficacia sono concetti per noi imprescindibili, infatti ogni apparecchiatura prodotta è conforme alle norme Ce ed è sottoposta a regolari controlli di sicurezza ed efficacia. Molte delle nostre apparecchiature sono conformi alla certificazione medica Iso 13485:2016 e anche per le tech beauty non medicali utilizziamo gli stessi standard e procedure per garantirne l'alto livello». • **Cristiana Golfarelli**

## La filosofia

***Prendersi cura della propria bellezza e ritagliarsi dei momenti di relax è fondamentale per amarsi sempre di più ed esprimere in modo naturale la propria femminilità e personalità***

dando una forte spinta verso l'internazionalizzazione: ho aperto filiali in 25 paesi in Europa, Giappone, Singapore e Malesia. Non è stato facile, ho dovuto scontrarmi

con la cultura fortemente maschilista di alcuni paesi, ma alla fine le soddisfazioni non sono mancate».



Giada Zambelli della Panestetic di Ciserano (Bg)  
[www.panestetic.com](http://www.panestetic.com)



## La novità: Haura

È l'ultima innovazione creata dai laboratori Panestetic e incarna l'obiettivo di offrire soluzioni personalizzate per qualsiasi tipo di donna. Uscita nel mese di settembre 2022, nel giro di pochi mesi ha riscosso un grandissimo successo: Haura consente di trattare qualsiasi grana di pelle, qualsiasi inestetismo ed è valida per tutte le età. Una soluzione di bellezza completa, multi tecnologica e multitasking. Dall'innovativo sistema di detossinazione e pulizia profonda al trattamento antiage completo, grazie a un mix di tecnologie all'avanguardia, Haura tratta i diversi inestetismi e risponde a ogni esigenza di bellezza in modo efficace e immediato.

Haura consente pulizia, esfoliazione, rimozione delle impurità, ringiovanimento e veicolazione di cosmetici in un unico macchinario, una vera evoluzione per chi cerca alte performance e trattamenti non invasivi per la bellezza del viso.

# L'eccellenza della nautica italiana

Barbara Amerio ci porta dietro le quinte del settore più prestigioso ed esclusivo della nautica made in Italy, in quel Ponente Ligure in cui si trovano alcuni cantieri tra i più conosciuti del mondo. E che lavorano per una nicchia molto ristretta

**C**ostruire yacht è un'avventura lunga che crea un legame e dà modo ad ambo le parti, costruttore e acquirente, di conoscersi e approfondire una relazione destinata a durare nel tempo». Parte da qui Barbara Amerio, ceo del Gruppo Permarmare, presidente di Confindustria Imperia e consigliere di Ucin Confindustria Nautica, per spiegare alcune delle caratteristiche principali che contraddistinguono il settore nautico d'eccellenza: un filo diretto senza intermediari da produttore a cliente in un'atmosfera familiare. Quella della storica azienda sanremese è una produzione contenuta «che permette di dedicare tanto tempo ai singoli clienti – continua Amerio – ed è certamente un fattore rilevante per consentire una personalizzazione avanzata. Questo rappresenta indiscutibilmente un valore aggiunto, perché accresce il prestigio del bene, che così diventa unico e riconoscibile».

## In cosa consiste la vostra attività?

«Da circa mezzo secolo siamo impegnati non solo nella vendita di imbarcazioni nuove – gli Amer Yachts – e usate, ma anche nelle attività di rimessaggio e refit di yacht, molti dei quali d'epoca e di grandi dimensioni. La conduzione familiare del gruppo è ormai alla terza generazione e continua la sua produzione artigianale di



Barbara Amerio, ceo del Gruppo Permarmare, con sede a Sanremo (Im) - [www.gruppopermare.it](http://www.gruppopermare.it)



nicchia, con oltre 90 imbarcazioni custom realizzate in 50 anni per una clientela italiana e internazionale».

## A proposito di sostenibilità, come incide questa voce sul vostro lavoro?

«Molti dei nostri clienti sono imprenditori che investono come noi in prodotti o processi sostenibili per essere al passo con i tempi: ecco perché chiedono lo stesso quando valutano l'acquisto di un superyacht. Sono attenti all'innovazione e apprezzano il fatto che la nostra attività di ricerca sia all'avanguardia. A tal riguardo abbiamo appena pensato uno stampo 4.0, idea che sta diventando brevetto. Sappiamo da sempre che gli stampi ben fatti danno qualità al prodotto ma superfici così grandi possono subire delle deformazioni anche quando sono esposte a temperature estive o invernali, non solo durante le lavorazioni. Tuttavia, siamo in grado di ovviare a questi potenziali problemi grazie all'utilizzo di file di sensori montate sugli stampi, volte a monitorare il processo costruttivo degli scafi attraverso un software dedicato, capace di rilevare eventuali alterazioni anche durante il processo di stampaggio. In caso di deformazioni date dall'usura potremo intervenire sullo stampo per mantenere invariate le caratteristiche e non alterare la qualità del prodotto intervenendo con stuccature che impattano diversamente anche sui costi. Inoltre, stanno nascendo delle collaborazioni nuove per quanto riguarda l'idrogeno mentre proseguiamo a braccetto con Volvo Penta per l'ibrido e nuove propulsioni. Puntiamo a

utilizzare l'elettrico per uscire dal porto e stiamo avviando anche studi su biodiesel a bordo. Anche il sistema DeepSpeed (un propulsore navale idrogetto elettrico ad alta velocità ed efficienza ispirato all'aeronautica e sviluppato dalla start-up milanese Sealence) ha interessanti applicazioni per scafi di stazza più contenuta».

## Quale direzione hanno preso le richieste negli ultimi anni?

«Alle prestazioni si è contrapposto il comfort: una barca silenziosa con ambienti esterni generosi e tanta luminosità è il risultato dell'evoluzione, dove non mancano domotica e integrazioni negli impianti. Gli spazi sono studiati per essere ottimizzati e le finestrature diventano elemento stilistico e firma del cantiere».

## Che progetti avete ora in cantiere?

«Crediamo fortemente nelle contaminazioni, come accaduto in passato con lo Stu-

dio Torregiani per un progetto degli anni Novanta, oppure con l'architetto Albanese nella realizzazione di alcuni interni, o con l'architetto Tini, che tuttora ci segue e collabora in tandem con noi, o ancora con lo studio di architettura Wilmotte & Associés, che ha portato il suo stile inconfondibile a bordo e che sta contribuendo a nuove idee. Al momento lavoriamo a una bella iniziativa con Talenti: lancerà la sua linea dedicata allo yachting che ci vedrà a stretto contatto con i suoi designer per condividere insieme una nuova filosofia».

## E per il futuro?

«Vorrei che la nautica si sposasse alla salvaguardia dell'ambiente, vorrei accelerare il processo di protezione delle aree marine e mettere in sicurezza le bellezze del Mediterraneo. Vorrei che i giovani puntassero sulle professioni legate alla nautica lavorando sulle competenze Stem, ne avremo terribilmente bisogno nel prossimo futuro! Vorrei un riequilibrio dei ruoli anche nella nautica perché il contributo femminile è fondamentale per evolvere e la squadra che include vince sempre». • **Elena Ricci**

**Il nuovo trend**  
**Alle prestazioni si è contrapposto il comfort: una barca silenziosa con ambienti esterni generosi e tanta luminosità**



## Una storia di successo

«Il Gruppo Permarmare – dice Barbara Amerio, ceo dell'azienda di Sanremo (Im) – nasce nel 1973 per offrire servizi nautici alla crescente clientela ligure e della vicina Costa Azzurra. Nei primi anni Novanta, dopo essere stato anche rivenditore e costruttore per conto di un altro cantiere italiano, il cantiere Permarmare inizia a costruire barche con il proprio marchio, "Amer Yachts", che diventerà sinonimo di qualità e personalizzazione nel segmento imbarcazioni e navi. Attualmente il gruppo è composto anche dal Cantiere Sanremo Ship, i Cantieri del Mediterraneo e i Cantieri del Ponente. Tre strutture che nel tempo si sono rafforzate riguardanti la cantieristica navale e che offrono, da Sanremo ad Imperia, servizi e lavorazioni per tutte le tipologie di imbarcazioni, sia per manutenzione ordinaria sia per importanti interventi di refitting».

# La diversificazione vincente

Loredana Mariani, direttore comunicazione, racconta il percorso di New Time, oggi leader nel settore delle vetrate panoramiche scorrevoli e impacchettabili per esterni. Attenzione alle risorse umane, lavoro di squadra, dinamicità e alti standard sono i diktat del suo successo

**D**alle produzioni televisive alle soluzioni di arredo. È l'inedito percorso di New Time, una realtà dinamica che dai primi anni Duemila ha saputo diversificare con successo la sua attività, diventando oggi leader in Italia con i brand Belle Vetrate Scorrevoli, Belle Pergole e Belle Finestre.

«L'azienda è nata nel 2004 nell'ambito delle produzioni televisive e cinematografiche, gestendo alcune emittenti locali per poi specializzarsi nella realizzazione di televendite – racconta il direttore comunicazione Loredana Mariani -. Il cambiamento importante è avvenuto nel 2017, quando New Time passò al direct marketing, tramite attività di call center, e approdò alla progettazione, vendita e installazione di vetrate panoramiche scorrevoli e impacchettabili con il brand Belle Vetrate Scorrevoli. Nel 2019 ha lanciato il brand Belle Pergole confermandosi leader nel settore dell'arredo per gli esterni, lo scorso anno è entrata anche nell'arredo per interni con gli infissi in Pvc e il brand Belle Finestre».

**New Time è cresciuta al punto di diventare una Spa e oggi ha un fatturato che supera i 48 milioni di euro e 600 collaboratori.**

«150 persone lavorano internamente e 450 collaborano esternamente su tutto il territorio nazionale. Siamo un gruppo determinato e coeso guidato da un imprenditore, Paolo Cimatti, lungimirante, che mette a disposizione della sua comunità competenze e professionalità ed è sempre attento alla salvaguardia del cliente e al benessere dei suoi dipendenti che dispongono di zona ristoro, zona ricreazione, palestra: valorizzare e motivare il personale, tassello fondamentale per la crescita dell'azienda,



Loredana Mariani, direttore comunicazione della New Time di Forlì  
[www.bellevetratescorrevoli.it](http://www.bellevetratescorrevoli.it)



## Il prodotto di punta

**Le nostre vetrate panoramiche scorrevoli e impacchettabili garantiscono un'eccellente protezione dagli agenti atmosferici e un ottimo isolamento acustico grazie al vetro temperato, garantito 20 anni**

è per il nostro "capo" un aspetto fondamentale. Il benessere delle persone coincide per lui con il benessere dell'attività».

### Qual è la vostra filosofia aziendale?

«Siamo sempre alla ricerca di talenti, sia alle prime armi che con esperienza, e manteniamo sempre alta l'attenzione per le persone che hanno fatto e continuano a fare la storia del Gruppo. Quest'attenzione si declina anche nella formazione, altro aspetto per noi fondamentale; mettiamo le persone al centro di importanti investimenti dedicati al loro benessere presente e futuro. In New Time si respira un forte senso di appartenenza, siamo una squadra in tutto e per tutto. Rispettiamo l'eguaglianza e valorizziamo le nostre risorse umane attraverso la loro realizzazione personale e professionale».

### Questi valori si riflettono nella produzione, quali caratteristiche accomunano le diverse soluzioni della vostra offerta?

«Proponiamo prodotti di qualità e molto affidabili, certificati e garantiti, in grado di soddisfare anche i clienti più esigenti. Per noi è fondamentale la collaborazione con il cliente: per la sua completa soddisfazione offriamo una consulenza altamente spe-

installatori, che seguono metodicamente ogni fase della lavorazione. Le nostre vetrate scorrevoli garantiscono un'eccellente protezione dagli agenti atmosferici e un ottimo isolamento acustico grazie al vetro temperato di 10 mm di altissima qualità, garantito 20 anni. Inoltre permettono di creare uno spazio ben coibentato che riduce la dispersione di calore e protegge da inquinamento e intemperie».

### Quali sono i vostri successi più gratificanti?

«Nonostante la sua giovane età, New Time ha già ricevuto importanti riconoscimenti: il Premio Industria Felix 2021 - L'Italia che compete in collaborazione con il Sole 24 Ore e il Cerved, un riconoscimento assegnato sulla base degli indici di crescita di fatturato e di numero degli addetti impiegati. New Time è stata riconosciuta, sulla base di oggettivi indicatori di bilancio, come azienda affidabile, finanziariamente solida e in grado di garantire posti di lavoro sicuri. È stata altresì insignita del Premio Le Fonti Awards 2022 come eccellenza dell'anno - Innovazione e Design - Vetrate Panoramiche». • **Cristiana Golfarelli**



## Le Belle Vetrate Scorrevoli

Le vetrate panoramiche scorrevoli e impacchettabili per esterni sono la soluzione ideale per chi desidera ricavare un ambiente in più, conservando la piacevole sensazione di stare all'aperto. New Time propone tre soluzioni:

**Vetrate per portici:** permettono di chiudere il porticato e di sfruttarlo per tutto l'anno. Discrete ed eleganti, le vetrate panoramiche per portici valorizzano con stile l'ambiente in cui vengono installate.

**Vetrate per terrazzi:** la copertura del terrazzo con vetrate scorrevoli permette di creare un ambiente esterno ampio e sfruttabile tutto l'anno, mantenendo luce e comfort, con un ingombro minimo e molto flessibile.

**Vetrate per balconi:** permettono di sfruttare il balcone anche nei mesi invernali, con qualsiasi condizione meteorologica, senza in alcun modo modificare l'aspetto dell'edificio grazie al loro sistema tutto vetro.

# L'incollaggio green

Innovazione, sostenibilità e flessibilità sono i cardini su cui si fonda Ero, specializzata nella produzione di sistemi incollatori elettronici e sistemi di rilevamento colla per macchine piega-incolla e casemaker. Ne parliamo con la general manager Francesca Notari

I sistemi di incollaggio elettronico rappresentano una vera rivoluzione per il mercato degli imballaggi in carta e apportano benefici innegabili. Sono tuttavia poche in tutto il mondo le aziende che si occupano di questo settore di nicchia e ancora meno sono quelle che lo fanno con un occhio di riguardo alla sostenibilità. Tra queste spicca Ero Gluing System Srl, leader nel settore dal 1994, che opera nella produzione di sistemi di incollatura elettronica per cartoncino teso e, cartone ondulato e sacchi industriali in carta. L'azienda - guidata oggi da Francesca Notari, general manager - si è distinta negli anni per la produzione di sistemi d'incollatura elettronica e successivamente anche per sistemi di controllo qualità ad alta tecnologia.

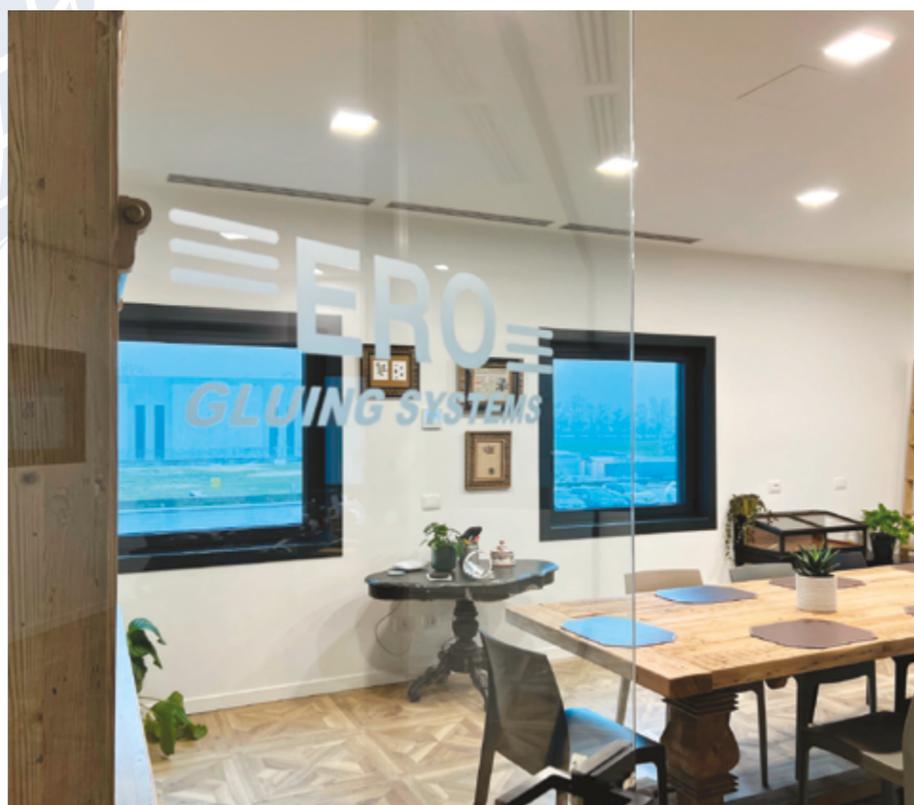
**Qual è stato, dalle origini a oggi, il percorso dell'azienda?**

«Da principio di carattere familiare, nel



Francesca Notari, general manager della Ero Gluing System di Montirone (Bs)  
www.ero-gluing.com

2000 Ero ha cominciato progressivamente la propria crescita e sviluppo introducendo nel mercato un nuovo sistema di incollaggio elettronico che fu accolto molto positivamente dai clienti. Successivamente nel 2005 realizzò alcune applicazioni speciali, tra cui le più significative ancora oggi sono il controllo colla per macchine casemaker e piega-incolla. Siamo conosciuti da tempo nel settore dell'industria del cartone per la nostra affidabilità e per i sistemi di incol-



laggio di lunga durata. A fine giugno 2016 l'azienda è stata acquisita dal nostro più grande competitor, il gruppo Valco Melton, storica multinazionale del settore americana. Nel corso del tempo Ero non ha però perso la propria identità e indipendenza, mantenendo la direzione e la produzione in Italia. Ero ha saputo trovare la propria collocazione nel gruppo Valco Melton conquistando nuovi mercati».

**La vostra è un'azienda che lascia grande spazio alle donne, come il suo ruolo dimostra. Che ostacoli ha incontrato in questi anni?**

«Il nostro è un settore di nicchia, specializzato nell'incollatura a freddo, che conta circa cinque aziende in tutto il mondo. È un settore molto tecnico, quasi esclusivamente maschile e spesso si dà per scontato che una donna non possa essere in grado di parlare di macchine, velocità, valvole... Fin dall'inizio del mio percorso professionale ho riscontrato numerosi ostacoli, sia nel mercato italiano che estero, dovuti alla scarsa fiducia ispirata da una figura femminile in questo settore. Ho

dovuto lottare per guadagnarli la fiducia dei miei interlocutori. Ritengo di aver vinto la mia battaglia dimostrando la mia competenza ostinatamente e senza scoraggiarmi. Nel 2009, quando sono entrata in azienda, il mercato era esclusivamente quello italiano. Ho deciso di partecipare a diverse fiere in un mercato duro come quello asiatico e, grazie a questo, a partire dal 2011 ci siamo fatti strada al mercato estero, dando un respiro più internazionale all'azienda e superando ampiamente la crisi che si profilava».

**Nel campo della sostenibilità che tipo di soluzioni adoperate?**

«La salvaguardia dell'ambiente è uno dei nostri più importanti obiettivi che perseguiamo con grande attenzione, innanzitutto promuovendo i nostri incollatori a discapito dei vecchi sistemi di incollaggio.

Abbiamo infatti sviluppato una soluzione ottimale per l'applicazione della colla con il minimo impatto ambientale. Eroghiamo colla attraverso distributori elettromagnetici in modalità punto e il risultato porta ad un risparmio del 40 per cento di colla, questo, in termini di sostenibilità, significa meno sostanze chimiche nell'ambiente. Nel settore dei sacchi industriali, per esempio, i vecchi sistemi di incollatura richiedevano un ingente consumo di acqua per le operazioni di pulizia; la sostituzione con i nostri distributori elettromagnetici permette ora di utilizzare pochissima acqua per la pulizia ed eseguire queste operazioni raramente rispetto alla precedente pulizia giornaliera. Ciò viene molto apprezzato soprattutto nei paesi ad alta siccità. Abbiamo anche modificato alcune parti dei nostri impianti al fine di poter utilizzare colle a base 100 per cento vegetale che non alterano la biodegradabilità dei sacchi di carta. Sintetizzando, Ero lavora su due livelli per promuovere valori rispettosi dell'ambiente: ottimizzazione dell'applicazione della colla e riduzione del suo utilizzo; sviluppo di un sistema specifico per lavorare con colla completamente compostabile e biodegradabile».

**Quali sono i punti di forza dell'azienda?**

«Flessibilità, velocità, lungimiranza e capacità di adattamento alle più esigenti richieste dei nostri clienti, ai quali offriamo sempre prodotti altamente innovativi. Fin da subito ci siamo convertiti a Industria 4.0: per noi l'assistenza remota è una vera necessità perché siamo 20 persone e vendiamo in tutto il mondo. Dal 2012 utilizziamo iPad come interfaccia standard per i nostri incollatori. Dopo un'iniziale reticenza, questa tecnologia è stata accolta da tutti i nostri clienti con grande successo per i vantaggi che offre: garantisce loro la possibilità di non fermare mai la produzione. Il software da noi fornito è scaricabile anche da Apple store».

• **Cristiana Golfarelli**

## La salvaguardia dell'ambiente

**Ero lavora su due livelli: ottimizzazione dell'applicazione della colla e riduzione del suo utilizzo; sviluppo di un sistema specifico per lavorare con colla completamente compostabile e biodegradabile**

## Il progetto NewSkin

L'azienda Ero è impegnata in vari progetti di ricerca e sviluppo finalizzati all'utilizzo di tecnologie innovative in ambito industriale; tra i più promettenti vi è la partecipazione, attraverso la prima open call, al progetto NewSkin. La finalità di questa ricerca è lo sviluppo di nano-coating antiadesivi da applicare sugli impianti e in particolare sugli ugelli. Il progetto NewSkin ha creato una Oitb (Open Innovation Test Bed), nell'ambito del programma H2020 verranno testati vari coating e individuata la tecnologia ottimale. L'utilizzo di questi nano-coating permetterà di ottimizzare la pulizia dell'impianto, riducendo il consumo di acqua necessario per la pulizia e diminuendo gli scarti di produzione.

# Un modello di collaborazione nel mondo del sollevamento

Con Gabriella Martani, titolare del Gruppo Guarneri, candidato al Premio Bellisario, alla scoperta di come si traduce una leadership femminile in un settore ancora in gran parte a trazione maschile

I settori tecnici, soprattutto in ambito edile, non sono mai stati, per storia e vocazione, a trazione femminile in Italia. Eppure c'è una società in cui la leadership è, da anni, rosa. Si tratta del Gruppo Guarneri, realtà cresciuta dal 1994 intorno al core business del noleggio di attrezzature per il lavoro in quota. Dalla scelta del mezzo più adatto all'assistenza post vendita, dai supporti tecnici alle attività di formazione, il Gruppo Guarneri affianca la clientela con tre unità autonome che dialogano con i rispettivi mercati di riferimento: Serfin, la holding del Gruppo, accreditata e certificata per l'erogazione di percorsi formativi in presenza e online con l'obiettivo di creare operatori e manager professionalmente qualificati; Eurotecno, azienda leader di settore nell'ambito del noleggio di mezzi per il sollevamento, con oltre 600 mezzi nel proprio parco macchine; Master, impresa costituita nel 2002 come centro vendita e assistenza per mezzi per la cantieristica e piattaforme aeree.

A tenere le redini ci pensa una triade tutta al femminile composta da Gabriella Martani, titolare del Gruppo, Michela Guarneri, presidente del Consiglio di amministrazione di Eurotecno, e Sara Guarneri, la seconda generazione di famiglia in azienda. Non stupisce, dunque, che il Gruppo sia candidato al Premio Bellisario, riconoscimento che ogni anno viene assegnato alle donne che



**La candidatura al Premio Bellisario**  
*Per noi significa che, se credi e metti passione in ciò che fai trovando il modo giusto di fare le cose, è possibile realmente per tutti fare la differenza*

si distinguono nella professione, nel management, nella scienza, nell'economia, nel sociale, nella cultura e nell'informazione,

nello spettacolo e nello sport, sia a livello nazionale che internazionale. Ne abbiamo parlato con Gabriella Martani.

**Cosa rappresenta per il Gruppo Guar-**

**neri la candidatura al Premio Bellisario?**

«Il settore in cui operiamo (il noleggio dei mezzi per il sollevamento ndr) può ancora essere considerato prettamente maschile, anche se a dire il vero ci sono donne che occupano posizioni apicali in diverse aziende competitor. Ecco perché, quando sono venuta a conoscenza della nostra candidatura al Premio Bellisario, sono rimasta piacevolmente sorpresa. Non pensavo che all'esterno venisse percepita la nostra attenzione verso la ricerca di una perfetta integrazione tra le professionalità femminili e maschili in azienda, orientata a garantire

*A destra, Gabriella Martani titolare del Gruppo Guarneri di Cremona, con Sara e Michela Guarneri - [www.gruppoguarneri.com](http://www.gruppoguarneri.com)*



## L'innovazione al servizio del noleggio

Guardare verso il futuro e anticipare le tendenze in un mercato in costante evoluzione è la mission di Eurotecno, società del Gruppo Guarneri specializzata in noleggio di piattaforme di lavoro elevabili. Non è un caso che l'azienda si sia mossa in anticipo per rendere il cliente sempre più autonomo, sia nella fase di prenotazione che del ritiro del mezzo. Un esempio è il lancio di DAJ, acronimo di Drive and Joy (vincitore nel 2021 di un premio per l'innovazione) che permette di prenotare tramite app per smartphone e tablet piattaforme aeree e veicoli commerciali, anche per poche ore e nei fine settimana, riducendo al minimo attese e burocrazia. Anche perché la fase che sta attraversando il settore è delicata. «Ci troviamo in un momento di grande cambiamento e incertezza - spiega Gabriella Martani -. La difficoltà di approvvigionamento delle materie prime e la mancanza di alcuni componenti necessari alla produzione ha generato un'immissione nel mercato di un numero di macchine per il sollevamento e il movimento terra largamente inferiore alle aspettative. Le società che operano nel noleggio si sono pertanto ritrovate con una mole di lavoro molto superiore. L'Italia, contrariamente agli altri paesi europei, presenta una situazione molto frammentata, con moltissime piccole realtà. Probabilmente il 2023 e gli anni futuri saranno caratterizzati da operazioni di aggregazione e acquisizione».



sia risultati in termini di business sia un arricchimento sociale e culturale. Siamo ben consci del valore della nostra azienda eppure non ci sentiamo dei veri fuoriclasse. Aver ricevuto questa candidatura per noi significa che, se credi e metti passione in ciò che fai trovando il modo giusto di fare le cose, è possibile realmente per tutti fare la differenza».

#### Come si declina all'interno del Gruppo Guarneri il "valore donna"?

«Non mi sono mai considerata né mi considero una femminista. Anzi, devo dire che non condivido questo continuo voler contrapporre i ruoli di uomo e donna in ambito lavorativo. Questo non significa che non ci sia un fondo di verità quando si dice che la differenza esiste e che le donne devono fare maggior fatica per raggiungere posizioni di vertice. Credo tuttavia che queste differenze non soltanto non debbano essere negate, ma rappresentino un grande valore. Nel nostro specifico caso, l'ingresso in azienda di alcune donne ha contribuito a generare un miglioramento complessivo di

### Cooperazione di valore

***Il frutto del nostro successo è l'equilibrio e la collaborazione che uomini e donne hanno saputo costruire, mettendo insieme le competenze più disparate e imparando gli uni dalle altre***

tutte le persone che operano nella società. Questo perché di per sé la figura femminile, rispetto alla controparte maschile, ritengo abbia una maggiore sensibilità nella capacità di ascolto, nell'accettare l'aiuto altrui e mettersi al servizio delle persone, che siano interne o esterne all'azienda. Non è un caso che a livello di governance si sia assistito ad un'integrazione ottimale tra uomini e donne, che ci ha permesso nel corso degli ultimi otto anni di raggiungere risultati che molte altre aziende ci invidiano. E anche a meritare una candidatura a un premio così prestigioso».

#### Com'è nata la leadership femminile del Gruppo Guarneri?

«La nostra leadership al femminile nasce da una tragedia familiare, dalla prematura scomparsa nel 2014 di mio marito, Pierluigi Guarneri, che aveva fondato l'azienda. La mia decisione di prendere le redini della società è stata più che altro una scelta istintiva e di cuore. Sapevo che, nonostante i tempi non favorevoli (erano gli anni successivi alla crisi del 2011), in questa azienda c'erano persone molto capaci e che se ci fosse stato qualcuno a tenere il timone tutti gli altri avrebbero contribuito a tracciare la rotta. Inoltre c'era la preoccupazione di poter offrire un futuro sia alla mia famiglia che alla grande famiglia allargata che è quella aziendale. Oltre a me, le altre due figure femminili di rilievo all'in-

terno dell'azienda sono quelle di mia cognata Michela e di mia figlia Sara Guarneri. La prima, oltre a essere presidente del Consiglio di amministrazione di Euroteco, coordina e supporta l'area economico-finanziaria, grazie alle sue competenze nel settore. Mia figlia Sara rappresenta invece il cambio generazionale e lo spirito di innovazione della nostra azienda, non a caso si occupa di formazione e qualità in ottica di miglioramento continuo. Queste in estrema sintesi sono le tre anime che, pur nelle loro differenze, rappresentano il centro nevralgico dell'azienda. Ci tengo tuttavia a sottolineare che non sono unicamente le donne che svolgono un ruolo importante all'interno delle varie società del Gruppo Guarneri, ma anche e soprattutto che il frutto del nostro successo è l'equilibrio e la collaborazione che uomini e donne hanno saputo costruire, mettendo insieme le differenti competenze e imparando gli uni dalle altre».

#### Quali sono state le principali difficoltà incontrate negli anni legate proprio al vertice femminile e quali, invece, i plus notati dai clienti?

«I clienti non credo abbiano la percezione di una governance femminile, piuttosto è nel rapporto con i fornitori che il cambiamento di gestione è stato più percepito. Il mondo del sollevamento e del noleggio richiede infatti grandi conoscenze, soprattutto sul piano tecnico, e deve essere compreso nella sua essenza e nelle sue tante sfaccettature. È pertanto normale che, provenendo da un settore completamente diverso, all'inizio ci sia stata diffidenza nei nostri confronti. In molti ci davano per spacciati fin dall'inizio. Questa circostanza ci ha un po' "segnato" nei primissimi anni di attività, ma il tempo e l'impegno profuso ci hanno successivamente regalato grandi soddisfazioni. Il merito naturalmente non è tutto nostro, ma di un gruppo che ha saputo remare nella stessa direzione anche nei momenti di grande difficoltà, dimostrando grande resilienza e sapendo scorgere nei grandi cambiamenti le giuste opportunità».

• **Alessia Cotroneo**



### Master: l'assistenza in primo piano

Master è la società del Gruppo Guarneri nata per rispondere all'esigenza delle aziende di poter contare su un partner in grado di risolvere con puntualità problemi di manutenzione dei mezzi per il sollevamento, grazie a un servizio di assistenza qualificato fornito da tecnici specializzati e costantemente aggiornati. Una realtà che nell'ultimo anno ha vissuto una crescita importante, grazie a un investimento in termini di formazione, anche e soprattutto di giovani. «L'impatto della pandemia e della recessione legata al conflitto tra Russia e Ucraina si è concretizzato in un aumento dei costi delle materie prime - conclude la titolare del Gruppo Guarneri Gabriella Martani - fino al 20-30 per cento. Con macchine dai costi di produzione importanti, un incremento così rilevante è molto difficile da assorbire per le aziende, che tra l'altro si sono fatte quasi totalmente carico di questo surplus di costo. Il secondo elemento da considerare è il ritardo nell'arrivo dei nuovi mezzi, frutto di una catena produttiva molto lunga. In questo quadro, l'assistenza riveste un ruolo essenziale per poter dare continuità alle attività».

# La Puglia che sposa l'economia circolare

Ha tradotto l'amore per la propria terra in progetti imprenditoriali che abbracciano trasversalmente la tutela dell'ambiente, la sostenibilità in campo agricolo e l'alimentazione di qualità. Oggi ricopre, tra gli altri, anche il ruolo di presidente del Consorzio Italiano Compostatori: Lella Miccolis ripercorre la sua vita e il suo percorso professionale

**L'**Italia è il paese europeo con la più alta percentuale di riciclo sulla totalità dei rifiuti. Progettare, investire, concepire l'impresa in chiave sostenibile non solo a livello ambientale ma anche sociale ed economico in una visione integrata, è oggi una condizione che influisce in maniera preponderante sullo sviluppo, sulla produttività, sulla longevità e solidità delle imprese stesse.

Lo sa bene Lella Miccolis, «una donna, orgogliosamente donna, che c'è l'ha fatta, perché con impegno, pazienza e tenacia ha sempre raggiunto i suoi obiettivi».

**Può descrivere le tappe che l'hanno portata al suo impegno in materia ambientale?**

«Da bambina il mio sogno era quello di fare la maestra e crescendo poi la giornalista. Sogni di



**Ciò che è buono e giusto conviene**

***Animata da questa convinzione, sono riuscita a tradurre l'amore per la mia terra in progetti imprenditoriali che abbracciano trasversalmente tutela dell'ambiente e sicurezza energetica, produzioni agricole sostenibili e alimentazione di qualità***

una ragazza che non ha respirato cultura imprenditoriale né in casa né in quelli che erano i luoghi deputati alla sua formazione perché scuola, università e impresa ai miei tempi erano ancora mondi piuttosto lontani. Dopo aver conseguito la laurea in Scienze Biologiche, ho capito che la mia più grande vocazione era quella di fare impresa per il territorio e promuoverne e tutelarne lo sviluppo, anche attraverso i numerosi ruoli che rivesto presso le associazioni di categoria, gli enti e le istituzioni locali, regionali e nazionali, sia pubblici che privati. La mia vera strada è nata nel 1996 tra i banchi di un corso di formazione post universitario sulla gestione integrata dei rifiuti, e l'ho poi percorsa convintamente sino a che l'idea di fare impresa nel settore dei rifiuti al Sud, proponendo un business innovativo, sconosciuto e quasi esclusivamente appannaggio maschile, si è fatta realtà. È stato un percorso irto di ostacoli, attese infinite di permessi e finanziamenti. C'è voluto tempo, caparbia e coraggio. Oggi posso dire di aver creato realtà aziendali ben strutturate, credibili e apprezzate a livello locale e nazionale e di aver al contempo valicato importanti traguardi personali e professionali».

**Qual è stato il suo percorso imprenditoriale e quali sono la sua mission e la sua vision?**

«Animata dalla profonda convinzione che ciò che è buono e giusto conviene anche, nel tempo sono riuscita a tradurre l'amore per la mia terra in progetti imprenditoriali che abbracciano trasversalmente tutela dell'ambiente e sicurezza energetica, produzioni agricole sostenibili e alimentazione di qualità. Con il nostro esempio professionale rappresentiamo un modello concreto di economia circolare. In primis mediante il compostaggio praticato da Progeva, la prima azienda nata del gruppo, trasformiamo i rifiuti organici in compost certificato e fertilizzanti organici di vario tipo. Ci apprestiamo inoltre a produrre biogas che si trasforma in energia elettrica e termica rinnovabili oppure in biometano sostenibile. Siamo circolari e sostenibili in tutto e per tutto: utilizziamo e produciamo energie rinnovabili e facciamo recupero di rifiuti e acqua, adottiamo materiali riciclati, riduciamo drasticamente gli impatti ambientali.

Con la società Fertileva, invece, reimpieghiamo matrici organiche, residui e sottoprodotti di lavorazione di altri processi produttivi e li utilizziamo

come materie prime nei concimi organici. Con Ortogourmet e Terre di Altamura, siamo approdati nel settore agroalimentare. Le nostre aziende agiscono in maniera sinergica e complementare, sono incentrate sulla sostenibilità e realizzano un trinomio vincente tra ambiente, agricoltura e sicurezza energetica. L'impegno profuso in questa direzione ci consente di generare valore prima che profitto, di ricevere attenzione, sostegno, apprezzamento, oltre che numerosi e autorevoli premi».

**Quali incarichi istituzionali ha ricevuto?**

«Il mio percorso imprenditoriale è andato di pari passo con l'acquisizione di importanti incarichi istituzionali, tra cui la nomina a presidente del Consorzio Italiano Compostatori, prima donna ad essere insignita, nonché primo Presidente donna

nei Consorzi di filiera rifiuti; Al contempo, mi onoro di guidare il Comitato Piccola e Media Industria di Confindustria di Taranto; sono vicepresidente del Consiglio Generale di Confindustria Taranto; membro del direttivo della Sezione Chimica Energia e Ambiente afferente alla stessa. Agire a sostegno e in rappresentanza delle imprese mi permette di approfondire un impegno costante in favore dello sviluppo di una nuova visione sinergica tra il mondo delle aziende e delle istituzioni. Sono molto onorata anche di essere vicepresidente della Fondazione ITS Agroalimentare Puglia e consigliere del Cda del GAL Valle d'Itria; componente del Comitato di Distretto del DIPAR e consigliere del Cda dei Teatri di Bari. Insomma, sono una di quelle persone che anziché chiedersi "perché", si chiede "perché no" e tale approccio alla vita mi permette di dare e ricevere tanto». • **Cristiana Golfarelli**



Lella Miccolis, titolare della Progeva di Laterza (Ta) - [www.progeva.it](http://www.progeva.it)

## L'impegno nella valorizzazione del talento femminile

«Ho avuto l'emozione di essere collocata sul podio delle imprenditrici più innovative del 2020 nell'ambito del premio Gamma Donna e di divenire Ambassador dell'Associazione con cui condivido l'obiettivo di sostenere la crescita del ruolo delle donne come imprenditrici per contribuire a uno sviluppo economico sostenibile - racconta Lella Miccolis -. Ho compiuto grandi sforzi per andare oltre gli stereotipi e per conquistare un posto dignitoso nella società. Desidero che la mia storia possa essere uno stimolo per tutte le donne. Sono da anni socia della Fondazione Belisario che ha come obiettivo principale quello di promuovere l'affermazione delle professionalità femminili. Come imprenditrice, da sempre mi spendo per fornire alle donne le possibilità che meritano e le aziende che rappresentano scelgono di investire nel sostegno di iniziative volte a valorizzare l'imprenditorialità e talento delle donne».

# Ricerche di mercato e crescita del business

Con la ceo Carola Stenger, analizziamo come CA.ST. GROUP contribuisca alla crescita delle aziende che vogliono migliorare le loro performance operative, tramite servizi integrati per la comunicazione e il marketing. Il team è tutto al femminile e altamente specializzato

**L**e aziende hanno sempre un elemento di rischio, non si è mai completamente sicuri se una determinata decisione può produrre profitti o perdite. Per questo motivo, prima di prendere decisioni critiche, le imprese si affidano alle ricerche di mercato, che inoltre stanno diventando sempre più parte integrante della loro strategia, a supporto decisionale. Specialista in questo ambito è CA.ST. GROUP, azienda fondata nel 1993 che negli anni ha sviluppato un importante know how in marketing e comunicazione, mettendo a disposizione dei propri clienti un team di professionisti capaci di erogare servizi qualificati su misura, in linea con un mercato in continua evoluzione. «Nel 2007 – racconta la ceo Carola Stenger – abbiamo ottenuto la certificazione di Qualità Iso 9001, mentre nel 2017 siamo diventati membro di MSPA (Mystery Shopping Professionals Association). A febbraio 2023 festeggiamo i 30 anni di attività con uno staff orgogliosamente femminile al 100 per cento».

## Quali sono le vostre attività principali?

«Le nostre attività spaziano a 360 gradi, ruotando intorno ai nostri clienti per far sì che la loro azienda, il business e le risorse umane crescano costantemente. Attraverso un team specializzato che permette di ottimizzare ritorni e ricavi e attraverso informazioni approfondite sui competitor, ci rivolgiamo soprattutto a chi vuole migliorare le performance operative della propria azienda. Offriamo un mix di servizi professionali dinamici e personalizzati. Il rapporto di collaborazione con i nostri clienti è alla base del nostro successo, della nostra affidabilità e della nostra precisione. Siamo sempre pronte a metterci in gioco, specialmente attraverso l'utilizzo di tecnologie innovative ed ecosostenibili».

## Come si esplica il vostro servizio di marketing strategico?

«Il marketing strategico si divide in ricerche di mercato qualitative e quantitative; studi di fattibilità per lo sviluppo e l'apertura di nuovi negozi e mystery shopping. Le nostre ricerche di mercato sono un'attività indispensabile per monitorare la soddisfazione dei clienti, analizzare i comportamenti di consumo, individuare eventuali problematiche, verificare la riconoscibilità di un marchio, essere un utile supporto per



Carola Stenger, ceo della CA.ST. GROUP di Sesto Fiorentino Osmannoro (Fi)  
[www.castgroup.com](http://www.castgroup.com)

nuove imprese e start-up e monitorare i servizi e l'andamento dei competitor. Svolgiamo indagini di mercato su tutto il territorio nazionale e internazionale attraverso interviste di vario tipo (face to face, telefoniche, video call, online, panel di target specifici); non utilizziamo questionari standard, infatti ogni nostra ricerca è un progetto personalizzato e sviluppato ad hoc dal nostro team di professionisti. Tutti i dati vengono inseriti in un database appositamente sviluppato. Svolgiamo i nostri sondaggi online sui principali social network e tramite email marketing, collaborando con i maggiori provider di banche dati di diversi paesi. Le nostre ricerche di mercato online hanno diversi vantaggi in quanto sono veloci da realizzare, forniscono un monitoraggio in tempo reale e a costi contenuti, infine raggiungono un target selezionato contemporaneamente in diverse aree geografiche. Tutti i dati raccolti durante le interviste vengono presentati con assoluta trasparenza su tabelle e grafici, che poi vengono meticolosamente elaborati e interpretati attraverso un'attenta analisi di tutte le risposte. Il risultato finale è un documento chiaro e trasparente in PPT che potrà essere utilizzato dall'azienda come utile strumento per future strategie».

## A chi sono rivolti i vostri studi di fattibilità?

«I nostri studi di fattibilità sono rivolti ad aziende e privati che hanno bisogno di un supporto

professionale per scelte aziendali e di espansione commerciale e rinnovamento negozi su scala locale, nazionale e internazionale. I nostri studi di fattibilità possono essere realizzati utilizzando le varie metodologie, dalle interviste face to face in zona alle telefoniche, fino a quelle online e tramite il mystery shopping presso competitors».

## Quanto è importante il servizio di mystery shopping?

«Riteniamo che questo servizio sia di fondamentale importanza per tenere monitorata la performance aziendale di una rete a livello nazionale ed internazionale, in modo da far crescere le competenze del personale (e non solo) e renderle omogenee rispetto agli standard aziendali. È un metodo di verifica della customer satisfaction e della qualità dei servizi erogati. Il servizio si basa su un criterio di esame nascosto che permette di monitorare da vicino il personale, gli addetti a determinati servizi e tutte quelle figure che fungono da tramite tra azienda e utente

finale. La ricerca e la selezione del mystery shopper, la sua formazione, la metodologia d'azione da adottare sono alla base del raggiungimento dell'obiettivo di CA.ST. GROUP, infatti la nostra rete consolidata di personale addestrato garantisce un servizio affidabile e professionale. Il mystery shopper svolge la sua attività in incognito, secondo uno script comportamentale. Compila dopo la sua visita un questionario personalizzato, da noi sviluppato, e condiviso con il cliente, sulla base delle sue esigenze. Offriamo un servizio tailor made sulla base degli obiettivi di ogni cliente, e ci impegniamo da anni nella crescita di questo servizio, aggiornando costantemente i nostri sistemi».

## Quali sono i vostri obiettivi per il futuro?

«Vogliamo essere sempre più aperti verso le nuove tecnologie, soprattutto nel campo della sostenibilità per dare il nostro contributo nella salvaguardia dell'ambiente e nel risparmio energetico, utilizzando sistemi e metodi alternativi».

•Beatrice Guarnieri



CA.ST. GROUP Srl

Via Lucchese 141 – 50019 Osmannoro – Sesto Fiorentino (FI)

Tel. 055 3024766 - [contacts@castgroup.com](mailto:contacts@castgroup.com)

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

## Mystery shopping – Tailor made

**È un metodo di verifica della customer satisfaction, di controllo dell'applicazione degli standard aziendali e della qualità dei servizi erogati**

# L'autotrasporto in rosa

Guidare la propria azienda in un settore storicamente maschile può essere una sfida importante per una donna. Cristina Monaci ci racconta la sua esperienza in Monaci Trasporti: flessibilità, affidabilità e sicurezza le parole chiave del successo

«**E**ssere una donna in un settore storicamente maschile è difficile ma anche sfidante». Così Cristina Monaci descrive l'approccio che quotidianamente l'accompagna nel dirigere la sua azienda di trasporti. Da oltre trent'anni la società è attiva nel settore dei trasporti, offrendo inoltre servizi di logistica e spedizioni a Milano e in Lombardia, vantando una rete che copre tutto il territorio nazionale. Fin dal 1980 Monaci Trasporti si è sempre distinta per la qualità delle sue prestazioni, per affidabilità ed esperienza. Ma soprattutto è un'azienda che nasce in rosa: «È sempre stata a conduzione femminile perché, prima di me, l'azienda era guidata da mia mamma - precisa la titolare -. In Italia, quello della logistica e dei trasporti è un settore storicamente maschile in cui gli autisti sono in gran parte uomini. Al contrario le donne si possono contare davvero sulle dita di una mano. È difficile ma allo stesso tempo sfidante dal punto di vista personale perché le modalità di gestione del business possono anche essere differenti ma credo che l'approccio femminile in questo settore rappresenti quella marcia in più capace di fare la differenza e di apportare cambiamenti».

Una considerazione tutt'altro che singolare se è vero, com'è vero, che in oltre trent'anni di attività Monaci Trasporti ha sempre registrato una continua crescita. «All'inizio le attività

Monaci Trasporti ha sede a Milano  
[www.monacitrasporti.com](http://www.monacitrasporti.com)



venivano svolte nel box di un palazzo - racconta Cristina Monaci - ma nel corso degli anni siamo cresciuti fino ad arrivare nel 2022 a fatturare 4,5 milioni di euro annui». L'azienda si prefigge di garantire ai suoi clienti un servizio efficiente, unico, che sappia soddisfare ogni singola esigenza. Fin dai primi anni, la società si è sempre distinta per l'attenzione al dettaglio e la cura nella spedizione, qualità queste che hanno portato Monaci Trasporti a stabilire relazioni trentennali con noti marchi internazionali. Grazie alla diversificazione operata durante questi anni di operatività, è stata capace di fornire un servizio di distribuzione capillare in molteplici settori, quali il trasporto di merci in regime ADR, il servizio collettistico, i trasporti dedicati e le consegne

alla Gdo. Questi servizi possono essere svolti a seconda delle esigenze dei clienti con furgoni, motrici o bilici dotati di sponda idraulica, telonati o centinati. «Curiamo molto i rapporti con i clienti tanto che siamo riusciti a mantenere legami trentennali con noti marchi internazionali - continua la titolare -. Siamo specializzati nel settore ADR, trasporto delle merci pericolose imballate. Ciò che i nostri clienti apprezzano è la nostra flessibilità perché, ad esempio, in caso in cui un'azienda registri problemi di guasto o fermo in stabilimento, possiamo contare sempre su un autista disponibile e pronto al ritiro di merce. Un'altra caratteristica che ci contraddistingue è la totale disponibilità: siamo sempre pronti a rispondere rapidamente a qualsiasi tipo di richiesta di trasporto, anche last-minute. La parola d'ordine è "cliente al centro": siamo sempre a disposizione in caso di necessità e bisogno per offrire ai nostri clienti il miglior servizio e garantire le migliori prestazioni possibili».

Altra parola chiave è affidabilità. Monaci è infatti sinonimo di cura nella spedizione: «Essere affidabili è sempre stato il nostro must. Ogni spedizione viene gestita da un

nostro referente in modo da fornire la massima puntualità e serietà nella gestione della merce. La nostra esperienza ultratrentennale consente di essere dei partner esperti, pronti ad assicurare il miglior servizio possibile». Inoltre, nel corso degli anni sono stati effettuati notevoli investimenti volti al rinnovo del parco mezzi: «Innanzitutto disponiamo di un parco mezzi sempre più green. La nostra politica di investimento prevede il ricambio di almeno due automezzi all'anno. Infatti, il nostro veicolo più vecchio è del 2016, questo perché continuiamo a rinnovarli per contenere i consumi. Siamo una piccola azienda ma cerchiamo di stare sempre al passo con i tempi. Offriamo inoltre un servizio di tracking on line, capace di fornire ai clienti tutte le informazioni in tempo reale. In tal senso, è possibile accertare lo stato della spedizione o avere la lettera di vettura. Sono i nostri autisti a chiudere la procedura on line direttamente con un'applicazione. Per il futuro - conclude la responsabile aziendale -, stiamo investendo nella costruzione di un nuovo magazzino che sarà sicuramente pronto all'inizio del prossimo anno per automatizzare anche la logistica». •Luana Costa



## Sicurezza a tutto tondo

Per garantire la migliore protezione alla merce, Monaci Trasporti è protetta da alti livelli di sicurezza sia informatici che logistici. «Siamo dotati di un sistema di videosorveglianza, di un sistema ad infrarossi che opera perimetralmente al nostro magazzino e, infine, ci avvaliamo della collaborazione con una società di sorveglianza che opera 24h su 24» spiega Cristina Monaci.

# Diffondiamo la cultura del caffè

Saper riconoscere la vera qualità del prodotto. È questo il monito di Paola Biancotti, alla guida della Brasilmoka. Con la sua azienda si impegna non solo nella produzione di caffè che esaltino gli aromi più raffinati ma anche nel diffondere maggior consapevolezza nei consumatori

**L'**Italia è stato il primo paese europeo a provare il caffè nel XVII secolo. Un prodotto che in pochissimo tempo è diventato parte integrante della cultura nazionale, tanto che per molte persone è praticamente impossibile iniziare la giornata senza sorseggiarne uno. Ma non si può dare per scontata l'alta qualità di ogni tazzina: l'obiettivo di Paola Biancotti, titolare della Brasilmoka è quello di rendere il più possibile fruibile la cultura del caffè, sensibilizzando l'utente finale verso la qualità. «Solo se gli operatori del settore e i consumatori sanno riconoscere un caffè di alta qualità saranno poi in grado di prepararlo e di esigerlo – conferma -. Siamo convinti che la cultura del caffè sia davvero scarsa nel consumatore medio».

#### In che senso?

«Troppe volte si termina una deliziosa cena al ristorante con un caffè pietoso, frutto di scarsa conoscenza della materia e banalmente preparato con pressapochismo. Il colmo è che questi caffè scadenti non vengono mai rimandati indietro. Vorremo che questo non accadesse. Siamo convinti che se il consumatore fosse sensibilizzato, se conoscesse la qualità del caffè e lo rimandasse indietro, gli esercenti commerciali comincerebbero a cambiare rotta».

#### Qual è il vostro impegno per invertire questa tendenza?

«Dal 2018, seguendo il fil rouge della qualità, abbiamo aperto in azienda una Coffee Academy dove si svolgono corsi per barista base, professional e latte art. Questi corsi sono stati fatti anche negli istituti professionali alberghieri della provincia proprio per diffondere la cultura del prodotto "caffè" ai futuri professionisti del settore del bar e della ristorazione. Ovviamente sono aperti a tutti, anche agli appassionati. La qualità è stata il volano della nostra azienda, che negli anni ha ottenuto le certificazioni Iso



Marc Nyffeler e Paola Biancotti, titolare della Brasilmoka di Villa di Tirano (So)  
www.brasilmoka.it

stato lasciando un aroma fruttato, speziato, dolce e fresco. Tostiamo solo su ordinazione e spediamo il caffè entro 48 ore, garantendo così la sua freschezza».

#### Che tipo di atteggiamento seguite sull'ambiente?

«Da oltre un decennio poniamo particolare attenzione alle tematiche ambientali. Nel 2010 abbiamo cominciato ad attivarci mettendo un impianto fotovoltaico di 24 Kw e una pompa di calore in modo da eliminare le fonti fossili. Siamo poi passati all'illuminazione al Led. Utilizziamo un parco macchine in buona parte elettrico o ibrido. Analoga attenzione viene riservata agli imballaggi e cerchiamo di usare materiali sempre più compostabili e comunque rispettosi dell'ambiente. Per il futuro cercheremo di passare a un sistema di tostatura totalmente elettrico per diventare completamente green». • **Cristiana Golfarelli**

## La lavorazione dei chicchi

**Da sempre è improntata alla ricerca, alla conservazione e all'esaltazione degli aromi più raffinati per garantire il gusto dell'espresso della migliore tradizione italiana**

9001:2015 e quella del biologico Agricert e ha continuato il trend di crescita aprendosi anche a mercati esteri (Europa e Asia). La nostra lavorazione dei chicchi di caffè è da sempre improntata alla ricerca, alla conservazione e all'esaltazione degli aromi più raffinati per garantire il gusto dell'espresso della miglior tradizione italiana».

#### Quali tipologie di caffè comprende la vostra offerta?

«La gamma di caffè di Brasilmoka si articola in tre linee di prodotti: grani, macinato e monoporzionati per offrire a tutti la possibilità di gustare in ogni situazione un espresso di qualità. Ai caffè tradizionali si aggiunge una linea di caffè biologico, frutto della ricerca e della passione di Brasilmoka per i prodotti naturali, coltivati nel rispetto dell'ambiente. Le miscele biologiche sono ricavate da piantagioni coltivate senza il ricorso a fertilizzanti e antiparassitari chimici. I chicchi di caffè mantengono intatti qualità, gusto e note aromatiche. Si può scegliere dalla miscela di grani bio 100 per cento Arabica, al macinato e alle capsule. Kito è un altro nostro brand dedicato

agli Specialty coffee, caffè di altissima qualità Arabica. Ogni singolo chicco proviene da coltivazioni ad alta quota nelle regioni tropicali del mondo, uniche e incontaminate, arriva fino a noi, viene accuratamente selezionato e infine degu-



## Oltre 50 anni di storia

La torrefazione Brasilmoka è stata fondata nel 1966 da Paolino Biancotti, che iniziò la sua attività artigianale con una ditta a conduzione familiare con prodotti di consumo quotidiano come il caffè macinato per la classica moka. Con il passare del tempo, la piccola azienda è cresciuta e si è rivolta al settore Horeca, offrendo al mercato diverse tipologie di miscele di caffè in grani. Alla fine degli anni 70 è stato poi aperto un nuovo comparto aziendale dedicato alla vendita di caffè attraverso le vending machines (distributori automatici). Settore che negli anni è via via cresciuto, raggiungendo il 50 per cento del fatturato globale. Paola Biancotti, figlia del fondatore, entra in azienda nei primi anni 2000 insieme al marito Marc Nyffeler. «Dopo aver ricevuto a Trieste una formazione ad hoc sull'abc del caffè e sulle miscele, la prima decisione veramente importante è stata quella di rinnovare gli impianti adeguandoli alle moderne tecnologie. Questo ha permesso di ottimizzare la produzione, automatizzandola ma mantenendo un carattere artigianale dove la figura del mastro testatore svolge tutt'oggi un ruolo di primo piano».



**S**ono tante e variegata le storie di imprese nate un po' per gioco, per cambiare vita o per crearsi il proprio spazio nel modo che, grazie a un impegno che solo una passione riesce a darti, si sono trasformate in un appagante lavoro a tempo pieno. È ciò che è successo a Giulia D'Alema, oggi a capo dell'azienda La Madeleine, che gestisce insieme alla madre Linda. E proprio sulla loro gestione vuole porre l'accento.

**Da cosa nasce La Madeleine e come è diventata il suo lavoro?**

«Nel 2008, dopo un periodo difficile per mia madre, i miei genitori hanno deciso di movimentare la loro vita. Mio padre ha fatto politica per tutta la vita, mia madre è stata archivista e docente universitaria. Hanno deciso di comprare un terreno fino ad allora adibito a pascolo a sud dell'Umbria e hanno costruito la cantina piantando sette ettari di viti. Questa scelta è stata inizialmente contrastata da me e mio fratello, oggi entrambi soci, perché eravamo già impegnati con soddisfazione in altri settori: Francesco studente all'estero e io neolaureata a New York con la mia prima esperienza lavorativa. I miei genitori si sono impegnati tantissimo e, osservandoli, mi è cresciuta sempre di più la passione per il settore vitivinicolo. Per me è stato ricominciare da zero perché, per dieci anni, ho lavorato negli Stati Uniti nel settore marketing e comunicazione per una casa di moda italiana. Nel 2020 sono rientrata in Italia, a Milano, e, complice anche la pandemia, come molti altri ho sentito il bisogno di un cambio di vita. Con molto coraggio, ho deciso di licenziarmi e trasformare una passione sempre crescente nella mia nuova occupazione. Il mio ingresso nella società familiare ha portato delle novità proprio nello spirito aziendale che ha subito un cambio di passo: intensificazione della presenza sui social, ricerche di mercato, nuovi vini e vitigni per un maggiore radicamento sul territorio, investimento sull'accoglienza e sull'enoturismo, maggiore attenzione all'ambiente e alla sostenibilità, un approccio più accorto alla gestione economica. Insomma, tanto lavoro nuovo e progetti di rinnovamento con nuove sfide che mi spaventano ma mi stimolano

# Il coraggio di reinventarsi

Giulia D'Alema, socia e amministratrice de La Madeleine, racconta la sfida compiuta sia dall'azienda di famiglia, nata per passione e trasformata in una florida impresa, che da lei stessa, attiva fino a due anni fa nel settore della moda



## I mercati

**Come la maggior parte delle piccole aziende italiane, puntiamo molto sull'estero. Distribuiamo in Inghilterra, Svizzera, Germania, Cina, Albania, Stati Uniti e Malta, oltre che in tutta Italia**

moltissimo mettendomi ancora una volta alla prova».

**Cosa rende così particolare la zona dell'Umbria in cui vi trovate?**

«Il legame col territorio è una parte fondamentale del mio lavoro. Ci troviamo nell'Umbria meridionale, al confine con il Lazio, forse la parte meno conosciuta di una regione meravigliosa a forte vocazione turistica. Inizialmente, la scelta compiuta sui vitigni da piantare è stata basata sul gusto personale dei miei genitori e sorretta dalla conoscenza di un grandissimo enologo

come Riccardo Cotarella. Questo spiega anche la mancanza di un vino bianco nel nostro bouquet, lacuna che spero di colmare appena possibile. La presenza di terreno di medio impasto tendenzialmente argilloso, ricco di scheletro, grazie anche alla presenza di fossili risalente al periodo pleistocene, ha fatto sì fosse possibile piantare vitigni internazionali: Cabernet Franc, Tannat e Marselan. La presenza di una collina esposta a nord e continuamente ventilata, ha reso possibile piantare il Pinot Nero, con il quale produciamo uno spumante rosé metodo classico e un Pinot nero in purezza e dal 2021 anche Juli, un rosato che è stato il primo prodotto della mia gestione. Nel 2017 abbiamo piantato il Ciliegio, un vino apprezzato già all'epoca degli antichi romani e dalle origini ancora incerte come omaggio alla zona di Narni e Otricoli, dove si trova l'azienda. Dunque, il prossimo vino che uscirà sarà appunto un Ciliegio. L'amore verso il territorio significa anche attenzione all'ambiente e alla sostenibilità delle nostre azioni. Grazie ai pannelli solari che abbiamo installato, contestualmente allo sviluppo dell'azienda, siamo completamente autosufficienti per il fabbisogno energetico riducendo le emissioni di anidride carbonica; raccogliamo le acque piovane in un grande serbatoio per fare fronte alle necessità idriche aziendali; da due anni, siamo in agricoltura integrata, ovvero una forma di agricoltura sostenibile capace di



Giulia D'Alema, socia e amministratrice de La Madeleine di Narni (Tr)  
[www.cantinalamadeleine.it](http://www.cantinalamadeleine.it)

garantire un ridotto impatto ambientale e dunque meno gravoso per il pianeta in cui viviamo e, per l'anno prossimo, contiamo di passare alla produzione biologica».

**Quanti sono i vostri collaboratori e che rete di distribuzione ha La Madeleine?**

«L'azienda è gestita da mia madre e da me e, oltre al cantiniere, abbiamo 5 lavoratori stagionali. Ovviamente ci serviamo di diversi collaboratori e consulenti per alcuni aspetti specifici del lavoro. Come la maggior parte delle aziende italiane, puntiamo molto all'estero. Distribuiamo in Inghilterra, Svizzera, Germania, Cina, Albania, Stati Uniti e Malta, oltre che in tutta Italia. Non abbiamo un distributore unico, ma ci affidiamo ad agenti suddivisi per aree geografiche. Per nostra scelta, non abbiamo un e-commerce diretto, ma lavoriamo con e-commerce specializzati in multibrand, anche se contattandoci è possibile comprare direttamente dalla nostra cantina con spedizione garantita in tutta Italia e in Europa». • **Elena Bonaccorso**

## “Juli” – Rosato Igp

**Uva:** Pinot Nero, Rosso Umbria Igp

**Zona di Produzione:** Località Montini, Narni, Umbria

**Terroir:** di medio impasto, tendenzialmente argilloso e ricco di scheletro

**Altitudine del Vigneto:** 180 metri s.l.m., esposizione nord-est

**Sistema di coltivazione:** Guyot

**Densità dei ceppi:** 5400/ha

**Produzione per ettaro:** 40 q.li

**Resa uva in vino:** 60 per cento

**Vendemmia:** inizio Settembre

**Vinificazione:** acciaio

**Invecchiamento:** sei mesi in acciaio e affinamento in bottiglia

**Primo anno di produzione:** 2021

**Riconoscimenti:** Luca Maroni 2023: 94/100; Merano Wine Hunter 2023: Bollino Rosso; Rosa, Rosati, Rosé 2023: Rosa D'Oro 91/100; Veronelli 2023: 88/100

# Una passione chiamata logistica

Angela Marazzina ci conduce in quel settore che ci permette ogni giorno di avere accesso a tutti i beni di cui abbiamo bisogno. Ecco lo spirito necessario per dedicarsi a uno degli ambiti più importanti e vitali della nostra economia

**P**er molti, logistica significa solo trasporti, ma in realtà è molto di più. Significa occuparsi dell'intera supply chain: dall'arrivo della merce presso i nostri magazzini, allo stoccaggio, alla movimentazione e preparazione, fino alla distribuzione ai clienti finali. È facile immaginare l'importanza dell'organizzazione, la varietà di competenze e la grande dedizione che servono per offrire un servizio all'altezza. Lo spiega bene Angela Marazzina, presidente di Magis Spa, azienda che da decenni è attiva nel settore. «Accogliamo i prodotti dei nostri clienti in magazzini di proprietà e gli ambiti in cui operiamo sono principalmente quello alimentare, a temperatura 10/18°, oltre al farmaceutico, non disdegnando il settore dei beni durevoli – spiega Marazzina –. I prodotti stoccati spaziano dal cioccolato (serviamo una delle storiche aziende italiane note per la produzione di cioccolato e caramelle), alle specialità alimentari per conto di un'azienda leader in Italia nella commercializzazione e distribuzione in tutti i canali delle migliori specialità alimentari da 50 paesi e 5 continenti, dall'etnico al salutistico, dal dolciario all'alta gastronomia, dagli spirit ai coloniali». L'obiettivo è risultare un partner affidabile nella gestione della filiera logistica «un partner che punta sulla qualità del servizio, sull'utilizzo di tecnologie innovative e sulla crescita delle risorse umane – continua Marazzina –. Pianificazione, utilizzo della radiofrequenza in tutti i magazzini, analisi in tempo reale dell'attività di magazzino e della rete distributiva, utilizzo di indicatori di performance, ci consentono di ridurre al minimo gli errori, mantenendo alto il grado di soddisfazione dei nostri clienti. Non



Angela Marazzina, presidente della Magis di Pavia - [www.magisspa.com](http://www.magisspa.com)

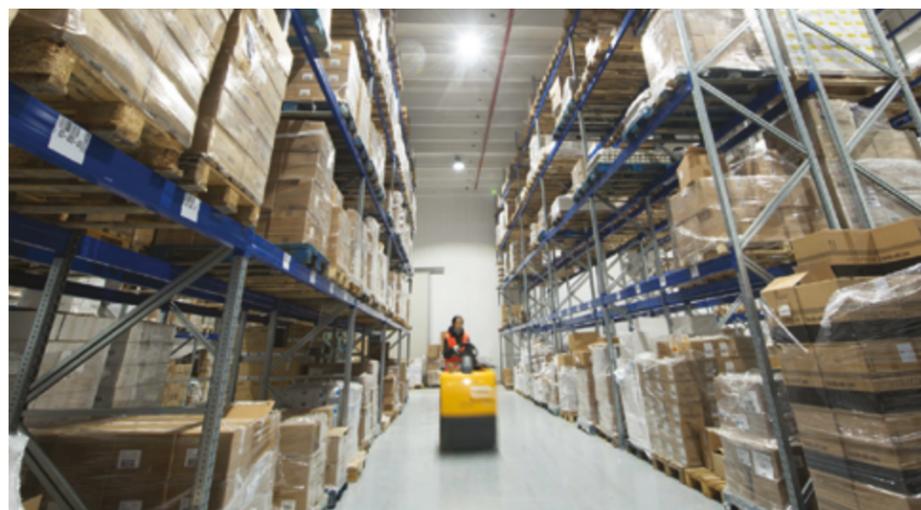
per ultimo, ci occupiamo anche di co-packing e re-packaging, per conto dei nostri clienti, in termini di attività di assemblaggio, confezionamento, etichettatura e imballaggio di prodotti alimentari e articoli destinati alla Gdo, perseguendo anche l'obiettivo di un corretto riciclo e smaltimento dei materiali, nel rispetto dell'ambiente e delle normative vigenti».

La filosofia aziendale alla base dell'attività svolta dall'imprenditrice pavese si potrebbe riassumere facilmente. «Semplicemente noi amiamo il nostro lavoro – afferma Marazzina –. Certo, personalmente ho cercato di imprimere le mie caratteristiche predominanti, che spero siano anche i tratti salienti di Magis: mi riferisco alla dedizione, alla responsabilità, al

concetto di creazione di valore. Ma in realtà, è la nostra passione a spingerci e il cliente è al centro dei nostri pensieri. Da qui nasce una cornice professionale fatta di conoscenza, eccellenza e visione, al cui interno c'è un dipinto che raffigura coraggio, creatività, umiltà e li-

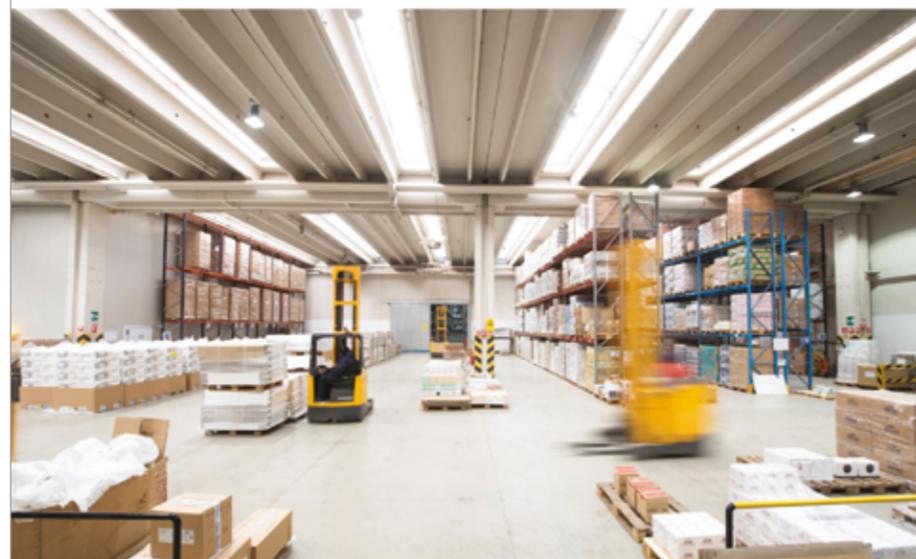
bertà». Un aspetto centrale nel campo è la personalizzazione del servizio. «È fondamentale per la nostra clientela – dice la presidente di Magis Spa –. Ci consideriamo come un sarto che crea abiti su misura. I nostri clienti hanno bisogno di esternalizzare il servizio logistico e in questa fase trovano in noi un partner efficiente e affidabile. I nostri magazzini sono automatizzati, dotati di radiofrequenza e offrono un layout personalizzabile per ogni tipo di merce. Inoltre, ci avvaliamo di un Warehouse Management System (Wms), un sistema informatico all'avanguardia che coordina in modo totalmente automatizzato ogni azione durante la movimentazione delle merci e la preparazione per la loro distribuzione, monitorando in tempo reale tutta la fase distributiva. Magis sa accogliere in modo propositivo le grandi novità. I nuovi progetti consentiranno all'azienda pavese di misurarsi con nuove realtà, sempre più all'avanguardia, permettendole di incrementare la qualità di ciò che offre: siamo sempre alla ricerca di continue opportunità per crescere e differenziarci sempre di più».

• Elena Ricci



## Valori aziendali

**Una cornice fatta di conoscenza, eccellenza e visione, al cui interno si trovano coraggio, creatività, umiltà e libertà**



Magis Spa  
Sede Operativa: Viale Della Repubblica, 10 – 27100 Pavia  
Tel. 0382 411111 - Fax 0382 34449 - [logistics@magisspa.it](mailto:logistics@magisspa.it)  
[www.magisspa.it](http://www.magisspa.it)



*Galleria Vittorio Emanuele, Milano*

# Il potere dell'opportunità

Con Ilaria Abignente di Frassello, ceo di Unistara e presidente dei Giovani Imprenditori di Confindustria Liguria, focus sulla presenza femminile nelle posizioni di leadership aziendale, soprattutto nei settori tecnici

**S**ecundo l'ultimo rapporto annuale "Woman in Business" di Grant Thornton, in Italia le donne ceo nelle aziende sono il 20 per cento, il 30 per cento se si considerano le senior manager e, più in generale, le figure femminili che ricoprono posizioni apicali. Un aumento irrisorio rispetto all'anno precedente (1 per cento) ma che dà continuità al riallineamento di genere, lento ma costante, in atto. Lo certifica il dato relativo alla percentuale di imprese senza alcuna presenza femminile nel vertice aziendale, passata dal 23 al 12 per cento in un anno, che avvicina l'Italia agli altri paesi europei. Eppure il gap da colmare è ancora molto, a livello generazionale ma soprattutto culturale. Ne abbiamo parlato con Ilaria Abignente di Frassello, ceo di Unistara Spa (azienda genovese che produce e distribuisce materiali refrattari e isolanti per applicazioni industriali e civili, tra i leader di settore per i prodotti, le tecnologie e le competenze connessi alla realizzazione di forni industriali, per siderurgia, impianti petrolchimici o forni da pizza) e presidente dei Giovani Imprenditori di Confindustria Liguria.

**In che modo Confindustria Giovani Liguria affronta il tema della disparità di genere?**

«Frequento Confindustria da 13 anni e posso dire che ai tavoli di rappresentanza, soprattutto a livello territoriale, la presenza femminile è sicuramente aumentata rispetto al passato dove si è sempre rilevata una scarsa rappresentatività di donne imprenditrici e manager. Tra i giovani c'è dunque un'inversione di tendenza, anche se c'è ancora una relativa predominanza maschile. Questo tema è fortemente sentito dal Gruppo Gio-



## Il prodotto di punta

***La mia esperienza di donna nel mercato del lavoro è come quella di tanti uomini: devo dimostrare capacità e competenze non tanto come donna ma come giovane di seconda generazione alla guida di un'impresa***

vani di Confindustria, un obiettivo che stiamo portando avanti con tenacia, insieme alla battaglia del riavvicinamento delle studentesse, ma non solo, alle materie tecnico-scientifiche. Le percentuali delle donne che scelgono questo tipo di formazione sono molto basse, anche per un'impostazione culturale e sociale che le porta verso materie umanistiche, senza valutare le skills della persona. Probabilmente abbiamo tanti Einstein e Michelangelo perché gli uomini avevano certe possibilità che alle donne erano precluse, indirizzate com'erano verso il ruolo di accudimento. Ma non è detto che non ci fossero altrettanti geni donna che non abbiamo mai scoperto semplicemente perché non hanno avuto modo di esprimere le loro potenzialità».

**Come definirebbe la questione di genere applicata al mercato del lavoro?**

«Non credo alla necessità di premiare figure femminili o maschili, credo nella meritocrazia, in un premio al merito più che al genere. Non sono per la parità di genere, ma per la parità di possibilità, ossia dare alle donne l'opportunità di scegliere cosa fare e chi voler essere, senza ruoli precostituiti, cosa che molte donne, soprattutto in alcuni territori, ancora non hanno perché non hanno le possibilità economiche o culturali che gli per-

sivamente femminile al carico familiare si sta riducendo significativamente».

**Come è stato diventare ceo di un'azienda ad alto tasso tecnico, con un organico di cento persone e un fatturato di oltre 50 milioni di euro?**

«Nel mio caso sono arrivata alla direzione per un passaggio generazionale necessario. Lavoro in azienda da 16 anni e con la mia famiglia, mia sorella Sara e un gruppo di manager di alto profilo con cui ci impegniamo per rendere Unistara, presente sul mercato da quasi quarant'anni, sempre più competitiva. Certamente all'inizio, essendo entrata in azienda molto giovane, a 23 anni, c'era sorpresa nel vedere una donna così giovane in riunione con figure spesso al 100 per cento maschili. Il mercato a cui ci rivolgiamo è quello dei forni industriali: fonderie di alluminio, metalli ferrosi e non ferrosi, acciaierie, cementifici, zuccherifici e calcifici, vetrerie industriali e artistiche, impianti di incenerimento e per la produzione di energia, forni crematori, fornaci per laterizi e ceramiche, produttori di forni per alimenti e di elettrodomestici, impianti petrolchimici, cantieristica navale, costruttori di stufe e caminetti, forni da forgia e da trattamento. Non sono settori in cui la presenza femminile è consolidata da anni, ma rispetto a qualche anno fa oggi il mercato è nettamente cambiato. La mia esperienza di donna nel mercato del lavoro è come quella di tanti uomini: devo dimostrare capacità e competenze non tanto come donna ma come giovane di seconda generazione alla guida di un'impresa».

• **Alessia Cotroneo**



Ilaria Abignente di Frassello, ceo della Unistara di Genova e presidente dei Giovani Imprenditori di Confindustria Liguria - [www.unistara.com](http://www.unistara.com)

## Unistara, obiettivo digitalizzazione

Mediante l'acquisizione di società operanti nello stesso settore, l'assunzione di importanti rappresentanze internazionali, la costituzione di sette filiali con deposito e l'apertura di uno stabilimento produttivo a Fiorano Modenese, dal 1984 Unistara è leader in Italia per prodotti, tecnologie e competenze connessi alla realizzazione di forni industriali. L'azienda integra l'assistenza tecnica, la progettazione dei rivestimenti, la fornitura e l'installazione dei refrattari, la supervisione sulla corretta posa in opera e l'assistenza post-vendita, per un servizio completo. L'esperienza nel campo delle alte temperature dei forni industriali ha consentito all'impresa di mettere a punto una linea di prodotti anche per la fumisteria, l'isolamento termico negli edifici, il risanamento, la protezione al fuoco e la cottura di pane e pizza. Nel 2023 Unistara è impegnata in un processo di transizione digitale delle proprie procedure interne (digitalizzazione dei magazzini e dei processi produttivi) che semplificherà e automatizzerà i processi aziendali, grazie anche a sistemi di intelligenza artificiale. «Questo nuovo percorso è stato fortemente voluto per permettere a Unistara di acquisire tutti gli strumenti necessari per affrontare le sfide imposte dal mercato globale e dall'ambiente - spiega Ilaria Abignente di Frassello, ceo di Unistara - dimostrandosi sempre più all'avanguardia e capace di conquistare nuovi mercati».

# Packaging innovativo per l'industria farmaceutica

Idea Grafica, che dal 2020 fa parte del Gruppo Favillini, realizza astucci e foglietti illustrativi per le migliori aziende nazionali e internazionali del settore farmaceutico, nutraceutico e cosmetico. «Ricerchiamo l'eccellenza nel prodotto attraverso tecnologie di ultima generazione altamente performanti». Il punto dell'amministratore delegato Laura Pettinari

**Q**uando si parla di industria farmaceutica ci si sofferma solo sull'aspetto chimico legato più strettamente alla composizione dei farmaci, tralasciando l'involucro esterno, formato dalla scatola che li contiene, che svolge un ruolo fondamentale nella loro conservazione e trasporto, e dai foglietti illustrativi, che costituiscono una parte indispensabile dell'imballaggio contenente il farmaco. Infatti, a corredo della prescrizione medica, i foglietti illustrativi dei prodotti farmaceutici accompagnano al meglio la prevenzione e la cura, per questo la loro produzione è soggetta alla normativa più rigida: costituiscono infatti l'elemento di congiunzione tra pazienti, medico e azienda farmaceutica. Idea Grafica, oggi capitanata da Laura Pettinari, è uno dei



prodotto un certificato di conformità, accompagnato da un numero di campioni variabile, secondo gli accordi stabiliti con i clienti. I campioni di riferimento interni per ogni lotto vengono conservati per un anno dalla loro produzione. Gli aspetti di igiene sono tenuti sotto controllo attraverso istruzioni e prassi operative. Il reparto conta cinque risorse dedicate a garantire la conformità dei processi e del prodotto ai requisiti interni e a quelli definiti dagli standard di riferimento (Uni En Iso 9001:2015 e Fsc) e dai clienti. Stiamo cercando di ottenere anche la certificazione ambientale 15001».

• **Guido Anselmi**

## Controllo qualità

**Abbiamo uno specifico reparto dotato di strumentazioni adeguate che permettono di emettere per ogni lotto prodotto un certificato di conformità**

principali fornitori di astucci e foglietti illustrativi per il settore farmaceutico e nutraceutico, a livello nazionale.

**Dal 2003, anno di fondazione dell'azienda, a oggi, siete stati protagonisti di una crescita importante.**

«Sì, nel giro di pochi anni dalla sua nascita Idea Grafica ha intrapreso un notevole sviluppo. Quando siamo partiti nel 2003 a Truccazzano, il sito produttivo dava lavoro a 16 persone, oggi Idea Grafica opera nel rinnovato stabilimento di Liscate di 6200 mq, impiega più di 100 persone e ha generato ricavi per oltre 16 milioni di euro, con un Ebitda pari al 20 per cento circa. In questi anni siamo cresciuti con un trend costante, facendo leva su un gruppo costituito da giovani fortemente motivati, affiancato da figure esperte e competenti e abbiamo aggiornato costantemente le nostre tecnologie, garantendo così la massima qualità ed efficienza. Pur incrementando di anno in anno il business, abbiamo mantenuto un'impostazione dinamica e flessibile, che ci ha permesso di proporci sul mercato con un approccio estremamente versatile, con tempi di risposta rapidi».

**Che cosa ha comportato il connubio con Gruppo Favillini Pharmaceutical Packaging?**

«Nel 2020 Grafiche Favillini, detenuta per la

maggioranza dal fondo Arcadia SGR, ha rilevato il 100 per cento della mia famiglia, io detengo una quota del Gruppo Favillini e ricopro un ruolo determinante per lo sviluppo dello stesso, mantenendo la carica di amministratore delegato di Idea Grafica oltre a quella di consigliere della holding. Il Gruppo con oltre 35 milioni di euro di fatturato e circa 200 dipendenti, due stabilimenti nelle vicinanze dei principali poli della farmaceutica italiana in Lombardia, Toscana e Lazio, ha la dimensione e la struttura necessarie a fornire e seguire nella crescita le principali società italiane di settori pharma e food supplement.

L'unione di due società affermate, entrambe con storie di importante crescita, ci ha consentito di continuare a investire sul futuro, facendo un importante salto dimensionale sempre con la massima attenzione alla sostenibilità e all'impatto sul territorio. Il mio coinvolgimento nel Gruppo Favillini in qualità di azionista e manager conferma il pieno supporto al progetto e la fiducia nei risultati futuri».

**Da quali fattori è stato determinato il vostro grande sviluppo?**

«La grande abilità commerciale di mio papà ha dato un forte impulso allo sviluppo dell'azienda e ha saputo individuare dei clienti strategi-

ci sul territorio. Sicuramente, poi, tra i fattori determinanti per il nostro successo c'è il costante investimento in tecnologie e attrezzature sempre all'avanguardia, ma anche in competenze e figure professionali in grado di garantire le strategie più adeguate ad affrontare le sfide del mercato. Disponiamo di macchinari e attrezzature tecnologicamente avanzati, software e sistemi informatici specifici e di ultima generazione, in grado di individuare i minimi errori di stampa, come Inspection Control, che garantisce un controllo massimo sul 100 per cento della produzione».

**Come si dispiega, più nello specifico, il controllo qualità e delle procedure di tutti i processi aziendali?**

«Per rispondere alle esigenze di standard qualitativi sempre più elevati, abbiamo uno specifico reparto dotato di strumentazioni adeguate che permettono di emettere per ogni lotto



Laura Pettinari, amministratore delegato della Ideagrafica di Liscate (Mi)

[www.ideagrafica.ink](http://www.ideagrafica.ink)

## Il miglior servizio possibile

«Non è quello che facciamo a fare la differenza con i nostri competitor, ma è come lo facciamo - afferma Laura Pettinari -: il massimo livello di servizio è il nostro maggiore punto di forza.

Il valore delle persone che formano tutta la nostra squadra è la chiave del nostro lavoro. Il team è composto sia da collaboratori giovani che da professionisti esperti. Tutto è studiato nei minimi dettagli per migliorare sempre il servizio che offriamo ai nostri clienti. Siamo proattivi, rapidi e flessibili, sempre capaci di adattarci al contesto industriale in cui operiamo. Tra i nostri punti di forza c'è anche la ricerca dell'eccellenza del prodotto finito e l'aggiornamento tecnologico costante al fine di aumentare efficienza e produttività, riducendo i costi».

# NEWS E APPROFONDIMENTI

**24**ORE  
PROFESSIONALE



# Mollo, ma non mi arrendo: il coraggio che serve per cambiare strada

*Si è dimessa la Prima Ministra Jacinda Ardern, a capo del Governo della Nuova Zelanda dal 2017 e modello di leadership per molti: gentile, autentica, forte, diventata madre durante il mandato.*

Riccarda Zezza



Si è dimessa la Prima Ministra Jacinda Ardern, a capo del Governo della Nuova Zelanda dal 2017 e modello di leadership per molti: gentile, autentica, forte, diventata madre durante il mandato.

Nel video in cui annuncia le sue **dimissioni**, dice di “non avere più benzina nel serbatoio” per una responsabilità così grande, e aggiunge che “i politici sono esseri umani”, a un certo punto possono non farcela più. Non tanto ad esserci, quanto ad esserci nel modo giusto, e infatti conclude dicendo:

“Spero di andare via lasciando la consapevolezza che si possa essere gentili e forti, che si possa essere un leader a modo proprio: un leader che sa quando è il momento di lasciare.”

## Una leadership che fa delle scelte

Che cosa vuol dire essere leader a proprio modo e, per questo, scegliere di dimettersi da un ruolo di potere? La scelta di fare quello che in inglese si chiama “downshift”, un **cambiamento verso il basso**, è un argomento comune in questo periodo: mette insieme la stanchezza profonda percepita da molti, la ricerca di un senso, l'esaurimento delle risorse mentali e la voglia di fare scelte nuove – bisogni che

in ambito lavorativo possono tradursi nelle grandi dimissioni, ma anche in un quiet quitting.

Chi infatti resta, pur sapendo di non poter o voler più dare molto, fa un silenzioso e segreto *downshifting*, accettando di far circolare meno energia. Ed è questo che la Prima Ministra ha rifiutato, mentre dall'altra parte ha fatto **una scelta forte**, sottolineata durante la conferenza stampa da un movimento intenso del corpo, che ha ondeggiato a destra e sinistra mentre diceva:

“Sono anche un essere umano: in futuro sarò a casa quando mia figlia tornerà da scuola, e magari mi sposerò”.

Se è lecito persino per un capo di governo avere desideri diversi, e per questo “mollare” – ma non mollare *in assoluto*: mollare ciò che si è fatto fino a un momento prima – non lo è altrettanto per ognuno di noi?

Ne parla proprio in questi giorni un articolo dell'Harvard Business Review che si intitola “Come fare pace con la sensazione di essere **meno ambiziosi**”: al sentimento di malessere che in molti stanno provando post pandemia, racconta l'autrice, corrisponde la percezione di un'ambivalenza di fronte

al pensiero di rinunciare a ciò che il resto del mondo chiama “successo”.

## “Tradire” il sogno del successo a tutti i costi

Successo vuol dire andare sempre avanti, facendo e ottenendo sempre di più, dimostrandosi sempre più bravi e più forti, sempre di più. Per una convenzione implicita, nella cultura occidentale *più* è meglio di *meno*, *grande* è meglio di *piccolo*, *crescere* è meglio di *ridursi*. Queste “metafore di vita quotidiana” (citando il libro di George Lakoff e Mark Johnson) hanno origine dalla nostra preistoria, quando una preda grande dava più cibo di una piccola, e i cacciatori veloci avevano più successo di quelli lenti. Il mondo è cambiato, ma le metafore no, e così scoprirsi un'ambizione minore ci fa sentire come se tradissimo **un sogno**.

Ma il sogno di chi? Chi ha fatto il sogno che adesso, tutti insieme, ci sentiamo costretti a sognare?

È un istinto naturale, quello di proseguire nella strada già intrapresa: se abbiamo dedicato dieci, venti, trenta anni della nostra vita a una visione di noi stessi, l'unica strada possibile ci sembra quella di insistere, per non buttare via lo sforzo passato. In

realtà, le stesse razionali leggi economiche invitano a considerare una strategia diversa, che chiamano dello “**stop loss**”: fermare la perdita.

L'investimento che fino a ieri aveva senso e dava un senso alla nostra vita, potrebbe oggi non averne più. Abbandonarlo non vuol dire **rinnegare** le scelte fatte: chiudere un'esperienza non vuol dire buttarla via, anzi. È la sua conclusione a darle un senso compiuto, ed è per questo che il movimento più essenziale della generatività è quello del *lasciar andare*. Lascio andare questo ruolo e così lo onoro: ne riconosco l'importanza e la responsabilità, e per questo non lo voglio più. L'articolo dell'Harvard Business Review cita la possibilità di cambiare i propri comportamenti, cambiare anche interamente la propria **strategia**, come la prima condizione per autorizzarsi a essere “meno ambiziosi” e a dirigere le proprie energie verso nuove direzioni.

## A ognuno la sua storia

Jacinda Ardern parla di un “*proprio modo di essere leader*”, e anche questo fa scuola nella possibilità di definire una nuova storia per sé: il secondo punto citato dall'articolo è infatti la necessità di **smettere di paragonare la propria storia a un modello ideale**, smettere di inseguire un benchmark che non riflette chi siamo. Il vero valore aggiunto che ognuno di noi porta, al proprio lavoro e al mondo, sta nella storia unica che rappresenta: **nessuna storia è lineare**, nessuno (ma proprio nessuno) va da A a B nel modo in cui insegnano i manuali.

La realtà è che A e B sono **diversi** per ciascuno di noi, ed è giusto che sia così, e questa eterna, implicita competizione tra di noi e con un modello di perfezione ci rende schiavi di un disegno che non ci riflette, non segue la nostra capacità di cambiare nel tempo, che è invece la nostra più grande ricchezza. Per tornare al concetto delle metafore da cui ci lasciamo governare senza sapere bene perché, dire “lascio” vuol dire anche “cerco”: **faccio spazio a qualcosa di nuovo** che potrebbe non essere *di-più* ma sarà certamente *di-verso*. Se ci sentiamo abbastanza convinti, possiamo ampliare anche il concetto di ambizione: non verso qualcosa definito dagli altri, ma verso qualcosa che si sostanzia di noi. Allora l'ambizione può diventare più grande a modo nostro: diventa l'ambizione a essere pienamente ciò che siamo, trasformandoci e, come ha detto il regista e sceneggiatore Alejandro Jodorowsky, “**cambiando strada ogni volta che lo sentiamo necessario**”.

# Metti etica e gentilezza nel curriculum e il lavoro del futuro è tuo

*Forse continuiamo a chiamarle soft perché sono difficili da misurare: morbide e quindi sfuggivevoli, interstiziali. Ma di fatto l'aggettivo "soft" fa anche pensare a qualcosa di meno importante e più fragile, non adatto alla durezza della realtà, della competizione, della corsa per il successo.*

Riccarda Zezza

Così, le inafferrabili competenze soft – che caratterizzano l'essere umano e che fanno illividire di rabbia in nostri **colleghi robot** che, nonostante i miliardi di investimenti in ricerca e tecnologia, non sono in grado di avere intuito, fantasia, visione, empatia – restano sempre un po' in secondo piano: se ne parla molto ma alla fine non ci si crede fino in fondo.

Sono astratte, hanno output incerti, è difficile misurarne l'impatto sulla bottom line, sono influenzate da troppi fattori perché ci sia la convinzione di poterle efficacemente formare – il *santo Graal* del ROI della formazione – e quindi si tenta di instradarle in modo tecnologico: realtà aumentata, realtà virtuale, gaming... nella speranza che qualcosa resti, ma senza mai averne la certezza. Se non nei **risultati**. Perché quando una persona "ha" competenze soft si vede, e si vede bene. Si tratta di capacità che riguardano il saper stare con gli altri, saperli motivare, sapersi spiegare, saper risolvere situazioni complesse, prendere decisioni in assenza di informazioni complete, essere creativi, usare il pensiero laterale, avere autoconsapevolezza e via così.

Secondo una recente ricerca fatta da IBM, sono le competenze che tutti i CEO cercano disperatamente nelle persone. Le competenze tecniche, infatti, sono più facili da apprendere! E' vero, alcuni sono più talentuosi di altri: ma proprio per gestire i grandi talenti tecnici servono grandi competenze umane. E le competenze umane, o *soft skill*, servono anche per gestire i non talenti: servono per avere relazioni con tutti e avere relazioni con una quotidianità sempre più imprevedibile e cangiante. Infatti, a essere cresciute drammaticamente negli ultimi anni – altro che sostituite dalla tecnologia, anzi: aumentate di numero e di definizioni per rispondere a quanto la tecnologia produce in scala crescente – sono le cosiddette "**professioni senza routine**". Secondo una ricerca del National Bureau of Economic Research di Cambridge, tra il 1976 e il 2014 questa tipologia di professioni ha avuto un tasso di crescita 25 volte più alto rispetto a quello delle professioni routinarie.



Quindi, come osserva l'esperto di risorse umane John Bersin in un recente articolo sulle competenze, se nel 2007 i ricercatori di Oxford e del World Economic Forum lanciavano l'allarme, dicendo che l'automazione avrebbe eliminato il 45% delle professioni, oggi sappiamo che i posti di lavoro non sono spariti ma sono stati sostituiti da professioni nuove: professioni a **intensa capacità umana**. La maggior parte di noi, oggi, è impiegato proprio in professioni *senza routine*: le job description cambiano spesso e, ancora più di frequente, cambia il perimetro delle attività. Dobbiamo saperci adattare e continuare a saper collaborare con gli altri in condizioni di estrema incertezza, velocità, complessità. Non si tratta tanto di processare informazioni, quanto di saper selezionare che cosa è importante e di saper leggere tra le righe, quello che non c'è.

John Bersin rinomina le *competenze soft*: le chiama "**power skill**". Per lui, e come non essere d'accordo, sono queste le vere competenze "hard" del presente e del fu-

turo. Nella sua lista di venti power skill vi sono termini che potrebbero sembrare fuori luogo. Ma la resistenza culturale verso aree soft, a bassa possibilità di controllo, si rivela nelle organizzazioni proprio quando ci diciamo "questa cosa sul lavoro non la porterei". Ci sono la gioia (capacità tutta da esplorare: magari in italiano la tradurremmo diversamente), la generosità, la gentilezza, la pazienza, la tenacia... più che competenze sembrano **virtù**. Ma ci sono anche l'etica, la capacità di sorprendersi e di perdonare, l'umiltà, l'integrità, l'ottimismo: attitudini e valori che evidentemente si trasformano in saper fare. E infine, per tornare in un'area vagamente più familiare, vi sono sia il "drive" che la capacità di seguire gli altri, la gestione del tempo, la capacità di apprendere, la flessibilità e il teamwork. Un bel *pout pourri*, di difficile misurazione. Un po' come dire che vale tutto e niente: è il saper essere umani tra gli umani, inteso all'ennesima potenza.

Eppure questa capacità a scuola non hanno materie, e anche le università spingono

sempre di più su altro. Forse non abbiamo dedicato abbastanza attenzione e risorse alla possibilità che queste competenze possano essere acquisite e migliorate in **modi diversi** rispetto alla formazione tradizionale. Che non si tratti di *ap-prenderle* (prenderle da qualche parte, da qualcuno), in un processo top down di trasferimento di contenuto a un contenitore: che quindi i canali di insegnamento e formazione che abbiamo creato per trasferire nozioni non siano adatti a trasferire anche le competenze soft.

E così non siamo mai certi di star davvero formando queste competenze. Vanno verificate nella quotidianità, ma non c'è un misuratore che ci dica se, quanto e quando sono apprese. Sono **esperienziali** (perché, come abbiamo scoperto con l'intelligenza emotiva, regina tra tutte le competenze soft, la loro acquisizione "cabla" il nostro cervello, cambiando in modo radicale i nostri comportamenti e per farlo ha bisogno di pratica continua), beneficiano di esempi e di *role model*, sono spesso "nascoste" nella diversità. Ma, soprattutto, le power skill le abbiamo già, sono nella nostra natura. Riguardano la psicologia, quindi, più che la conoscenza; riguardano il far fiorire ciò che siamo, più che aggiustarlo secondo necessità.

E' legittimo pensare che sia difficile inquadrarle, formarle, misurarle, ma questo non giustifica la scelta di metterle in secondo piano. Se gli strumenti che abbiamo oggi non sembrano adeguati a migliorarle e a dar loro il giusto valore, allora **cambiamoli**, o sarà lo strumento a determinare ciò che vale invece che essere utile a svilupparlo. Le professioni emergenti, non routinarie e ad alta intensità umana, hanno bisogno di persone dotate di competenze soft (umane, potenti, trasversali, di vita... sul nome dobbiamo metterci d'accordo) – e la buona notizia è che le competenze soft sono accessibili a tutti, perché sono parte del corredo di capacità naturali degli esseri umani. Superiamo l'incertezza e crediamoci: è ora di investire davvero, a tutti i livelli, su nuovi modi di misurarle e di migliorarle.

# Certificazione della parità di genere, ora arrivano gli incentivi

*C'è tempo fino al 15 febbraio per chiedere all'Inps l'esonero dal versamento dei contributi previdenziali. Le aziende che hanno ottenuto la certificazione della parità di genere entro il 31 dicembre 2022 sono avvisate. E da ora sarà più facile restare aggiornati e approfondire le novità grazie al portale dedicato, appena inaugurato dal Dipartimento per la famiglia, la natalità e le pari opportunità.*

Anna Zavaritt



C'è tempo fino al 15 febbraio per chiedere all'Inps l'esonero dal versamento dei contributi previdenziali.

Le aziende che hanno ottenuto la certificazione della parità di genere entro il 31 dicembre 2022 sono avvisate. E da ora sarà più facile restare aggiornati e approfondire le novità grazie al portale dedicato, appena inaugurato dal Dipartimento per la famiglia, la natalità e le pari opportunità.

#### Sistema premiale

Fin dalla sua entrata in vigore, lo scorso luglio, la certificazione della parità di genere si è basata sul concetto della volontarietà e della premialità, per innescare un cambiamento culturale e organizzativo “attraverso il circolo virtuoso tra raccolta e monitoraggio dei dati, buone prassi aziendali e partecipazione a progetti con la pubblica amministrazione”, come aveva spiegato la Consigliera nazionale di parità Francesca Bagni Cipriani.

Molte le aziende – ad oggi oltre 170, numero raddoppiato rispetto a inizio dicembre – che hanno colto questa opportunità.

Ed ora il loro “coraggio” è stato premiato: il sistema di incentivi è entrato a regime. Ma mentre il riconoscimento di un punteggio aggiuntivo nella partecipazione agli appalti pubblici è entrato quasi subito in vigore, le modalità operative per accedere agli **sgravi contributivi dell'1%** – e fino ad un massimo di 50mila euro per azienda – sono state rese note dall'Inps solo a dicembre e c'è tempo fino al 15 febbraio per richiederle.

#### Attenzione particolare a micro, piccole e medie imprese

Le piccole e medie imprese (da 10 a 49 addetti) e le micro-imprese (da 1 a 9 addetti) – che costituiscono in tessuto imprenditoriale italiano – potranno beneficiare di due tipi di contributi dedicati e coordinati dal Dipartimento. Da un

lato **un supporto fino a 2.500 euro per i servizi di assistenza tecnica e di preparazione alla certificazione.**

E dall'altro un **incentivo fino a 12.500 euro** – questo erogato direttamente agli organismi di certificazione – per coprire i costi di certificazione sostenuti. Le micro, piccole e medie imprese sono peraltro monitorate solo rispetto ad alcuni obiettivi, più in linea con le loro dimensioni. Questo proprio perché la misura punta a favorire un cambio culturale del sistema produttivo.

#### Le regioni ci mettono del loro

La Regione Lombardia ha già deciso di integrare i finanziamenti nazionali con fondi a valere sulle risorse del PR FSE+ 2021-2027 per incentivare le micro e pmi a certificarsi. Le linee guide approvate in dicembre prevedono infatti **un contributo fino a 7mila euro per “prepararsi” alla certificazione**, attraverso un supporto consulen-

ziale. In aggiunta c'è un contributo fino a 9 mila euro per sostenere i costi della certificazione. Insomma, tolto anche l'alibi che la certificazione sia solo “per le grandi”.

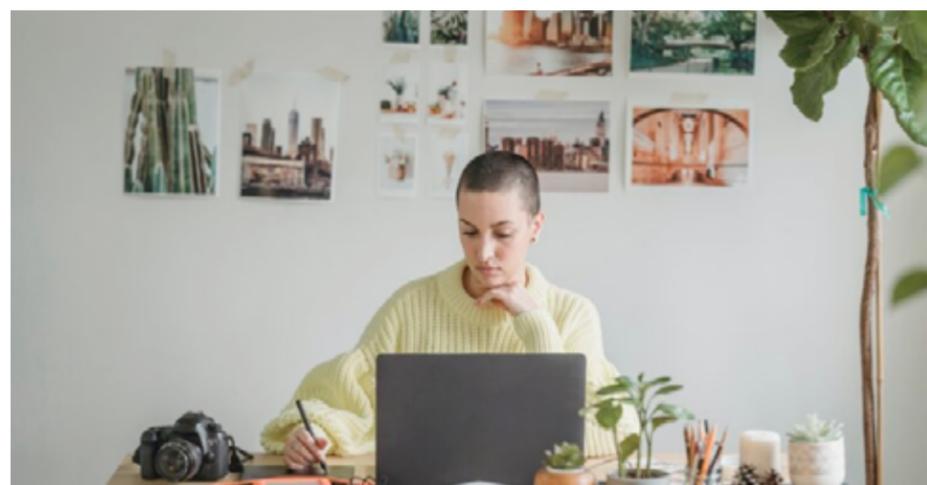
#### Informazioni e dati aggregati

Per monitorare l'andamento del sistema della certificazione di genere è stato istituito presso il Dipartimento per le pari opportunità un Tavolo di lavoro permanente sulla certificazione di genere, così come l'Osservatorio nazionale per l'integrazione delle politiche per la parità di genere. I primi dati aggregati saranno disponibili a breve sul nuovo sito, nel frattempo [a questo link](#) è possibile cercare attraverso la parola “parità di genere” gli organismi accreditati per rilasciare la certificazione di genere, mentre selezionando la norma UNI/PdR 125:2022 [a questo link sul sito di Accredia](#) è possibile avere in tempo reale l'elenco delle aziende certificate.

# Startup, crescono le imprese al femminile ma restano solo il 13,5% del totale

*Nonostante una congiuntura economica non certo favorevole, l'evoluzione dell'innovazione al femminile in Italia è positiva. Sono 2mila le startup innovative femminili registrate a fine settembre 2022, 572 in più rispetto allo stesso periodo del 2019. Proprio a cavallo dell'epidemia da Covid 19, insomma, molte donne hanno dato vita a società di capitali, specializzata nello sviluppo, nella produzione e nella commercializzazione di un prodotto o servizio ad alto valore tecnologico.*

Alley Oop



Nonostante una congiuntura economica non certo favorevole, l'evoluzione dell'innovazione al femminile in Italia è positiva. Sono **2mila le startup innovative femminili** registrate a fine settembre 2022, 572 in più rispetto allo stesso periodo del 2019. Proprio a cavallo dell'epidemia da Covid 19, insomma, molte donne hanno dato vita a società di capitali, specializzata nello sviluppo, nella produzione e nella commercializzazione di un prodotto o servizio ad alto valore tecnologico. Come mostrano i dati elaborati da **InfoCamere** per l'Osservatorio sull'imprenditorialità femminile di **Unioncamere**, le innovatrici rappresentano il **13,6% del totale delle startup**, una quota analoga a quella registrata due anni prima (13,5%). Ma la loro crescita, in questo biennio, è stata notevole (+40%). "La crescente propensione delle donne a impegnarsi in settori imprenditoriali più innovativi, oggi in gran parte ancora appannaggio degli uomini, è un fatto certamente positivo", sottolinea il presidente di **Unioncamere**, **Andrea Prete**, che prosegue "Speriamo che sempre più giovani vogliano seguire questo esempio, scegliendo di laurearsi in discipline Stem, oggi tanto ricercate dalle imprese".

**In quali settori operano?**

Oltre il **70%** di queste duemila imprese

Quote residuali sono attive negli altri settori economici.

L'aumento considerevole delle startup innovative va del resto di pari passo con il crescente impegno delle donne nei settori a maggior contenuto di conoscenza, come i servizi di informazione e comunicazione, le attività finanziarie ed assicurative, le attività professionali, scientifiche e tecniche, l'istruzione e la sanità e assistenza sociale, che oggi rappresentano quasi il 10% dell'universo femminile che fa impresa.

Nel complesso, a fine settembre 2022, le imprese femminili sono più di 1 milione 342mila e rappresentano il 22,18% dell'imprenditoria italiana. Tra i settori a maggior tasso di femminilizzazione le Altre attività dei servizi (in cui le imprese femminili sono oltre la metà), la sanità e assistenza sociale (37,21%), l'istruzione (30,92%), le attività dei servizi di

alloggio e ristorazione (29,21%), l'agricoltura (28,13%) e il noleggio, agenzie di viaggio e servizi alle imprese (26,54%).

## La Lombardia in testa

L'innovazione al femminile ha il suo cuore pulsante in quattro regioni, che concentrano più del 50% del totale delle imprese guidate da donne di questa tipologia: **Lombardia (470)**, Lazio (263), Campania (204), Emilia Romagna (143). In valori assoluti, invece, i saldi più consistenti si sono registrati in questi due anni in Lombardia, Lazio, Campania e Toscana.

Le imprese femminili sono inoltre più diffuse al Centro e nel Mezzogiorno, dove rappresentano oltre il 23% dell'imprenditoria totale, con punte del 27% nel Molise, del 26% in Basilicata, di oltre il 25% in Abruzzo e di più del 24% in Sicilia e in Umbria.

**Startup femminili per regione**  
Dati al 30 settembre 2022

	30 settembre 2022										TOTALE
	Agricoltura	Attività manifatturiere	Costruzioni	Commercio	Trasporti	Turismo	Assicurazioni e credito	Servizi alle imprese	Altri settori		
ABRUZZO	1	14	3	1	0	0	0	29	0		48
BASILICATA	2	0	0	2	1	0	0	31	1		37
CALABRIA	0	4	0	2	0	0	0	31	4		41
CAMPANIA	1	26	2	6	1	4	0	150	14		204
EMILIA-ROMAGNA	0	35	0	7	0	1	0	96	4		143
FRIULI-VENEZIA GIULIA	0	1	0	1	0	0	0	20	3		25
LAZIO	1	24	1	9	3	2	0	208	15		263
LIGURIA	0	5	0	4	0	0	0	24	3		36
LOMBARDIA	5	47	2	31	0	4	1	359	21		470
MARCHE	0	15	1	1	0	0	0	46	6		69
MOLISE	0	3	0	0	0	0	0	15	4		22
PIEMONTE	0	15	1	4	1	0	0	63	6		90
PUGLIA	0	16	0	5	0	1	0	77	4		103
SARDEGNA	0	5	0	1	1	0	0	23	2		32
SICILIA	2	23	3	7	2	2	0	84	1		124
TOSCANA	2	17	0	8	0	0	0	76	1		104
TRENTINO-ALTO ADIGE	0	7	0	1	0	0	0	18	0		26
UMBRIA	2	11	0	0	0	0	0	19	0		32
VALLE D'AOSTA	0	0	0	0	0	0	0	3	0		3
VENETO	2	38	1	1	0	0	0	83	3		128
<b>ITALIA</b>	<b>18</b>	<b>306</b>	<b>14</b>	<b>91</b>	<b>9</b>	<b>14</b>	<b>1</b>	<b>1.455</b>	<b>92</b>		<b>2.000</b>

Fonte: InfoCamere - startup.registroimprese.it

# Gianna Martinengo: “La tecnologia ha bisogno delle ragazze”

*Il lavoro è un diritto, ma che succede se il futuro dell'occupazione si sta muovendo in una direzione da cui resta esclusa una grossa fetta della popolazione? Se l'avvenire è nel digitale e nella tecnologia, quali sbocchi professionali avranno tutti coloro e tutte coloro che non hanno accesso alla formazione Stem, a Internet, persino a un device adeguato durante gli anni scolastici? Che possibilità hanno i giovani, ma soprattutto le giovani, di prepararsi per i lavori di domani in tutte le aree del Paese?*

Letizia Gianguialano

Sono domande che ci poniamo da tempo, ma a cui non abbiamo evidentemente dato una risposta efficace, se ancora oggi solo il 22% delle studentesse universitarie sceglie le **materie Stem**. Vero è che il 2021 ha registrato un aumento del 15,74% delle immatricolazioni in informatica e tecnologie Ict, ma le materie scientifiche, secondo una diffusa percezione distorta, allontanano le ragazze.

## Non siamo un Paese digitale

C'è ancora molto impegno da mettere in campo, quindi, per incentivare la partecipazione femminile al settore scientifico, e se è vero che, secondo la Costituzione, l'Italia “*promuove le condizioni che rendano effettivo il diritto al lavoro*”, allora questi impegni bisogna realizzarli con urgenza. Si è detto più volte che gli investimenti del Pnnr rappresentano un'occasione unica per un cambio di marcia, che l'uguaglianza di genere, anche nella scienza, è cruciale, che le donne vanno incoraggiate e valorizzate a portare la propria leadership nel mondo scientifico-tecnologico come agenti di cambiamento. Che cos'è allora che ancora ci tiene a freno?

“*La diversità si valorizza includendo tutti coloro che possono dare un contributo e un punto di vista*”, afferma **Gianna Martinengo**, ideatrice nel 1999 del progetto internazionale “*Women&Technologies*”, e del Premio “*Le Tecnovisionarie*”, che dal 2007 premia il talento e l'ingegno femminile. E continua: “*Manca nel nostro Paese una cultura digitale. In questa confusione in cui le parole perdono significato, non c'è una divulgazione abbastanza efficace che spieghi, per esempio, che l'AI è il collante tra scienze del computer e scienze cognitive. Ciò farebbe comprendere perché anche la formazione umanistica è così importante*”.

Uno degli obiettivi di W&T con le giovani **ambassador** è quello di trasmettere loro la **consapevolezza del gap di genere**, perché molto spesso non è presente, spiega Martinengo: “*Ragazze brillantissime, dai 20 ai 32 anni, studentesse o dottorande, che*



*non hanno mai sentito parlare di democrazia paritaria*”. Se non nomini un problema, non per questo quel problema non esiste. È solo più difficile risolverlo. E qual è allora un modo per intervenire a portare le ragazze nelle professioni tecnologico/digitali? Quale il facilitatore da valorizzare? “*Dobbiamo distinguere tra uso delle tecnologie e sviluppo: se non vogliamo che il nostro Paese diventi soltanto un mercato di prodotti sviluppati da altri, dobbiamo investire sulla partecipazione nello sviluppo, sulle persone, in particolare sulle donne, per la loro visione olistica delle tecnologie*” prosegue Martinengo.

Consapevole che purtroppo è proprio l'Ict che presenta una percentuale ancora troppo bassa di donne, spiega altresì che partecipare allo sviluppo tecnologico non vuol dire necessariamente studiare ingegneria o simili: “*Nel 2013 siamo stati tra i primi a mettere la A nelle Steam (Science, Technology, Engineering, Arts e Mathematics) non per vezzo, ma per indicare la assoluta indispensabilità*

*delle competenze umanistiche, sociali, economiche, finanziarie nei mestieri Stem. Mol-tissimi ragazzi e ragazze quando escono dai politecnici fanno fatica a interfacciarsi con gli esperti di altre discipline. Nel 1983 uscivano dalle facoltà di Ingegneria o di Scienza dell'Informazione con l'idea di gestire i sistemi informativi, ma la nostra mission già allora era 'dialogo e interazione tra persone mediato da tecnologie'; solo per spiegare la mission occorreva un convegno. La preparazione tecnica non è sufficiente, le materie umanistiche possono collaborare con quelle tecniche, ma bisogna avere una visione sistemica. Cito spesso Peter A. Wegner che sosteneva che l'interazione è più potente dell'algoritmo*”.

## Che prospettive diamo ai giovani?

E in che modo si può fornire ai giovani questa visione? La risposta, ancora una volta, ovviamente, è nel **sistema dell'istruzione**. E qui occorre fare un inciso: il lavoro di Martinen-

go è cominciato con lo studio dei meccanismi di apprendimento dei bambini con difficoltà. A 26 anni, Martinengo era laureata in lingue, sposata, con due figli, e aveva scelto l'insegnamento, secondo la tradizione che vedeva questa professione come la più funzionale per le donne, per via della conciliazione. Intorno a lei avvenivano le rivoluzioni sociali degli anni Settanta, ma alle tematiche sollevate dai movimenti femministi lei arriva senza ideologia, attraverso un percorso che la porta prima negli Stati Uniti come ricercatrice a Stanford, e poi a fondare nel 1983 Didael, la prima “*Web knowledge company*” italiana, dove attualmente ricopre la carica di presidente.

Di questi passaggi racconta: “*Mi piaceva molto insegnare. Dopo la laurea mi sono specializzata all'Università Cattolica in Scienza dell'Educazione con particolare attenzione alle teorie dell'apprendimento, degli adulti e dei bambini con difficoltà di apprendimento*”. È così che, quasi per caso, decide di partecipare a un bando dell'Istituto di Matema-



tica delle Scienze Sociali di Stanford, in cui cercavano persone con le sue competenze. “Ricordo che già nel 1982 a Stanford usavamo una rete informatica (Arpanet) per lavorare (il mio capo di allora viveva in Arizona), anche se lo smart working per molti è stata la grande scoperta della pandemia. All’epoca in Italia avevamo a di-

sposizione solo l’M20 della Olivetti, quindi hardware e software poverissimi di funzionalità, se confrontati con quelli di oggi, e compensavamo con molto brainware e la capacità di lavorare in gruppo”.

Questa esperienza la porta a comprendere le potenzialità dell’e-learning, e a immaginare, proprio come una **tecnovisionaria**, i

suoi possibili sviluppi futuri: “A Stanford avevo iniziato a progettare un corso di italiano base per i bambini con difficoltà, avevo scoperto la funzione diagnostica di certi strumenti. Lavorai al Don Gnocchi di Milano per mettere a punto il prodotto e fu Giorgio Sacerdoti, allora presidente dell’Aica (Associazione italiana per l’informatica ed il calcolo automatico), a riconoscere la sostanziale differenza tra l’editoria elettronica e il nostro prodotto”.

Ebbene, questo punto di partenza, l’attenzione verso le specifiche modalità di apprendimento dei bambini, è lo stesso di un’altra grande innovatrice italiana, Maria Montessori. A dimostrazione che, talvolta, proprio concentrandosi sull’insegnamento e sui bambini si riesce a immaginare e disegnare un futuro impensato.

Con Montessori, a quanto pare, Martinengo condivide anche una certa capacità di guardare i bambini e i giovani in modo molto diverso dal sistema scolastico basato su meriti e performance: “Se vedo imparo, se faccio capisco”, riassume così i processi di apprendimento dei bambini, e continua: “Con la **robotica educativa** i bambini imparano a programmare con strumenti ovviamente diversi dai laboratori adulti, ma il principio è sempre di programmazione robotica. Nella scuola media manca totalmente l’orientamento, un processo che dovrebbe essere istituzionalizzato e non lo è. Nelle università bisognerebbe fare più innovazione: negli ultimi 5-6 anni siamo arrivati a 600 corsi di Psicologia, Sociologia, Scienze Politiche e Giurisprudenza e abbiamo 30 corsi in Italia di Cybersecurity e Data science. Non c’è un approccio innovativo, per tante ragioni che non sono solo da attribuire come colpa alle università: c’è una scarsa visione globale sulla modernizzazione della Pubblica amministrazione, istruzione inclusa”.

#### L’impegno per valorizzare le donne

Il problema è dunque duplice: da una parte è assente una valorizzazione consapevole della tecnologia come facilitatore per il progresso, dall’altra manca l’apertura e il coinvolgimento nella materia di studio. E questo vale tanto più per le donne: si pensi a cosa potrebbero fare le tecnologie in

un’ottica di conciliazione, e a come potrebbero facilitare la loro partecipazione al mercato del lavoro in entrambi i contesti.

È sulla base di questa doppia intuizione che Martinengo ha scelto a un certo punto di dedicarsi con continuità al **sostegno delle donne**: “Alla fine degli anni Novanta ho lavorato nel primo progetto sulle competenze voluto dal ministero del Lavoro e in quel contesto nacque la prima classificazione tra competenze di base, tecnico/professionali e trasversali. All’epoca era diffuso il concetto di competenze innate, per esempio si consideravano innate nelle donne le capacità di mediazione, di resistere agli stress, una visione di leadership circolare e non finalizzata solo agli obiettivi. In quegli anni erano soprattutto psicologi e sociologi a occuparsi di tale materia; con l’avvento delle neuroscienze è stato dimostrato che le competenze relazionali delle donne sono effettivamente diverse da quelle degli uomini”.

Oggi gli studi hanno portato nuove consapevolezze, si è compresa la solidità dei costrutti culturali nel determinare l’acquisizione di certe competenze piuttosto che altre, ci si è spinti ad affermare con forza che è proprio sulla cultura che bisogna agire per spingere verso il cambiamento. Niente di più impalpabile e difficile. Eppure sono proprio storie come quella di Gianna Martinengo a diventare esempio concreto di come certi percorsi possano essere interrotti, deviati, spinti in avanti, al di là di ogni mappa già tracciata.

“Sono umanista di formazione e tecnologa per scelta”, dice di sé stessa. Se vogliamo dunque che allo stesso modo e con la stessa libertà sempre più ragazze scelgano le strade Stem, dobbiamo **abbattere le barriere** che ancora limitano i percorsi. Ci sono molte sfide aperte, quando si parla di innovazione digitale in Italia, di istruzione, di occupazione femminile e giovanile. E molte di queste sfide sono in mano alle istituzioni. D’altra parte, come ama affermare Martinengo: “Il potere dovrebbe essere un servizio”.

# Sei italiane tra le migliori cento scienziate al mondo

*Ci sono 4 italiane tra le prime 100 migliori scienziate del mondo, ma a guardare bene ce ne sono anche altre due che, sebbene non stiano facendo ricerca in Italia, si sono laureate in un ateneo italiano, dove hanno cominciato a fare ricerca. La classifica è stata diffusa da Research.com, ed è la prima edizione di un appuntamento che si propone di essere annuale per dare rilievo alle migliori scienziate del mondo.*

Letizia Gianguano

Lo scopo dell'iniziativa è ispirare le studentesse che stanno prendendo in considerazione la carriera accademica STEM offrendo un ampio sguardo (sono 1000 i profili indicizzati) sulle donne di successo nella comunità scientifica. "Siamo dolorosamente consapevoli che la ricerca accademica è ancora una professione prevalentemente maschile e crediamo che le scienziate meritino pari opportunità di essere rappresentate e lodate per i loro risultati. Questa classifica per le migliori scienziate del mondo riconosce finalmente il duro lavoro di tutte coloro che hanno scelto di trovare opportunità tra le barriere. La loro passione per perseverare è fonte di ispirazione per tutte le ragazze e le donne nella scienza. Ma le sfide rimangono" scrive Imed Bouchrika, chief data scientist di Research.com, portale di ricerca per scienziati nel mondo.

## L'effetto Matilda

Il motivo per cui offrire questa ulteriore occasione di visibilità alle donne della scienza è nei dati: nel mondo, solo il 33% delle persone impiegate nella ricerca scientifica sono donne. La quota più alta è in Asia centrale al 48,5% e la più bassa in Asia meridionale e occidentale al 23,1%. Uno studio recente di *Nature* ha poi mostrato che, sulla base di dati ben documentati, le donne ricercatrici sono effettivamente accreditate meno degli uomini. Rispetto ai loro coetanei maschi, le donne hanno meno probabilità di essere citate su un brevetto o un articolo e i loro contributi sono spesso non riconosciuti. Tra le studentesse laureate, le ricercatrici hanno una probabilità del 14,97% di ottenere un'attribuzione, mentre per gli uomini è superiore al 21,47%. Questo fenomeno è ben conosciuto nel settore: si parla di **effetto Matilda**, dalla suffragista e abolizionista Matilda Joselyn Gage che, nel suo libro "Woman As An Inventor" raccontava come diverse scoperte scientifiche e invenzioni fossero il risultato del lavoro di donne rimaste nell'anonimato. Nonostante i progressi nelle aree della scienza, della tecnologia, dell'ingegneria e delle

discipline matematiche, le donne ancora oggi non sono adeguatamente rappresentate, e nel panorama della ricerca globale ogni scienziate conosce l'effetto Matilda e forse lo ha anche sperimentato a un certo punto della sua carriera.

Da qui, l'idea di una classifica, ma soprattutto di un elenco di nomi in riconoscimento delle scienziate in tutto il mondo. Sono stati esaminati più di 166.880 profili di scienziate in 24 discipline di ricerca, con diversi indicatori e metriche. I criteri di inclusione prendono in considerazione i contributi forniti all'interno della disciplina, i premi e i risultati raggiunti. **Le scienziate degli Stati Uniti dominano l'elenco con 623 nominativi** (62,3% dell'intera classifica), seguite da Regno Unito (96 scienziate o 9,6%) e Germania (42 scienziate o 4,2%). Il campo della medicina è quello preminente, mentre per quanto riguarda le Università predominano le americane, di cui fanno parte nove atenei sui primi dieci. Leader l'Università di Harvard, da cui proviene la scienziate classificata al primo posto, la professoressa JoAnn E. Manson della Harvard Medical School, nota per le sue ricerche pionieristiche nei campi dell'epidemiologia e della salute delle donne.

## Chi sono le scienziate italiane



Silvia Franceschi

Delle italiane di cui si diceva all'inizio, troviamo la prima al venticinquesimo posto: si tratta di **Silvia Franceschi**, direttrice scientifica del Centro di Riferimento Oncologico di Aviano (Pordenone). È considerata una delle più importanti scienziate a livello mondiale nel campo dell'epidemiologia e della prevenzione oncologica. Seguono la fisica **Speranza Falciano**, che è stata la prima donna a rivestire la carica di vicepresidente dell'Istituto Nazionale di Fisica Nucleare (Infn) dal 2012. Ha lavorato al Cern di Ginevra in numerosi esperimenti, è stata membro di Atlas, l'esperimento che insieme al Cms ha permesso la scoperta del bosone di Higgs; l'epidemiologa **Eva Negri**, dal 1990 è ricercatrice e poi capo unità presso il Laboratorio di Epidemiologia, Istituto di Ricerche Farmacologiche "Mario Negri", Milano; infine la professoressa **Silvia G. Priori**, Ordinaria di Cardiologia e Direttrice della Scuola di Specializzazione in Malattie dell'Apparato Cardiovascolare dell'Università di Pavia.



Alessandra Buonanno

Le due italiane all'estero segnalate tra le prime cento, sono l'astrofisica **Mara Salvato**, che lavora presso la Max Planck Society in Germania, e la fisica **Alessandra Buonanno**, che nel 2021 è stata la prima italiana a vincere la Medaglia Dirac, uno dei principali premi scientifici internazionali, per le sue

ricerche sulle onde gravitazionali. Buonanno coordina un gruppo di lavoro nell'Università del Maryland, ed è direttrice presso il Max Planck Institute for Gravitational Physics di Potsdam del dipartimento di astrofisica.

Questa prima edizione della classifica delle migliori scienziate del mondo, lungi dall'essere un luogo di competizione vuota e fine a se stessa, è un segnale per le istituzioni, a dimostrare che le iniziative STEM per **colmare il divario di genere** stanno lentamente guadagnando slancio. Tra i dati riportati dal portale, si osserva che dal 1993 al 2019, il numero di donne con un diploma di laurea o superiore che lavorano in scienze e ingegneria è quasi triplicato: da 755 (1993) a 2.193 (2019). Ciò non toglie che l'ambiente sia ancora dominato dagli uomini, e le scienziate continuano ad affrontare diverse sfide tra cui superare le barriere degli stereotipi di genere, scontrarsi con una cultura organizzativa di genere, con la lotta per l'equilibrio tra lavoro e vita privata, nonché la mancanza di mentori. Tuttavia, queste scienziate hanno affrontato il divario nell'unico modo in cui si può fare: concentrandosi sul fare, un passo alla volta, a partire dall'apprendimento e dallo sviluppo delle proprie competenze, fino all'adozione consapevole di misure per rimuovere le barriere che impediscono il loro avanzamento come scienziate. Ricordando a tutti che la discriminazione di una parte della popolazione per ragioni culturali e non di meriti, impoverisce la società, su ogni livello.

