

Espansione

MASTRAPASQUA Gli ostacoli all'attività di impresa **LAVORO** Le aspirazioni dei dipendenti
INVESTIMENTI Non farsi prendere dal panico **TRIESTE** Un porto che guarda oltre il mare
PUGLIA Al top della classifica degli occupati **TEATRO** Inedita accoppiata con la natura



La regola di Sileoni

Lando Sileoni



I MARRON GLACÉ 2021 STANNO ARRIVANDO



Scopri la Selezione Iginio Massari
e le altre proposte nei migliori
negozi e sul nostro e-shop.



Grandi e profumati, morbidi e delicati, i marron glacé sono un piccolo piacere gourmet. Raccolti, selezionati e lavorati a mano rappresentano la massima espressione del territorio piemontese, che da sempre è terra rinomata per la sua enogastronomia. Canditi e glassati secondo la migliore tradizione pasticceria con cura e delicatezza, da cinquant'anni i marroni rappresentano una delle eccellenze firmate agrimontana.



www.agrimontana.it f @ y agrimontana

Sommario

Espansione

DIRETTORE RESPONSABILE

Diego Rubero

SEGRETERIA GENERALE

0171.392211

UFFICIO MARKETING

0171.392211 (orario ufficio 9-12)
marketing@newspapermilano.it

EDITORE NEWSPAPER MILANO srl

Sede legale via Giosuè Carducci n. 18
20123 Milano

STAMPA

Rotolito S.p.A., Cernusco sul Naviglio

CONCESSIONARIA PER LA PUBBLICITÀ

Polo Grafico S.p.A.
via G. Agnelli 3, 12081, Beinette (CN)
Tel. 0171.3922.08/09/10
marketing@polografico.it
pubblicita@polografico.it

PROGETTO GRAFICO

Catoni Associati

DISTRIBUZIONE PER L'ITALIA

Press Di Srl - Via Mondadori, 1 - 20090
Segrate (MI)
sped. in AP.D.L. 353/03 art 1 comma 1 DCB
Verona.

SERVIZIO ABBONAMENTI

Il servizio informazioni per abbonamenti è
in funzione dal lunedì al venerdì dalle 8,30
alle 12,30. Telefono 0171-392211. E mail:
diffusione.newspapermilano@gmail.com.
Euro 25 abbonamento cartaceo e Euro 23
versione digitale in pdf per 10 numeri

GARANZIA DI RISERVATEZZA PER GLI ABBONATI

L'editore Newspaper Milano Srl, garantisce
la massima riservatezza dei dati forniti
dagli abbonati e le possibilità di richiederne
gratuitamente la rettifica o la cancellazione
ai sensi del Regolamento (UE) n° 2016/679
del Parlamento europeo e norme collegate
scrivendo a Newspaper Milano Srl, via
Giovanni Agnelli, 3 - 12081 Beinette (CN),
oppure inviare una e-mail a: diffusione.
newspapermilano@gmail.com.
Pubblicazione mensile registrata presso il
Tribunale di Milano il 20 settembre 1975, n°
253. La testata Espansione è di proprietà di
Newspaper Milano Srl

MENSILE DISTRIBUITO CON

IL Giornale

DIRETTORE RESPONSABILE

Augusto Minzolini

Credits: <https://thenounproject.com/>
Icone © Noun Project Inc.

Vendita facoltativa in abbinamento con il
numero odierno de Il Giornale a 1,00 Euro
più il prezzo del quotidiano.

La tiratura di questo numero è di
55.000 copie.

8 - 10 **Banche e territorio.** Il futuro
secondo Lando Sileoni

14 - 16 **Terzo settore.** La tecnologia
per lo sviluppo sostenibile

18 - 19 **Investimenti.** Non farsi
impressionare dalla volatilità dei mercati

20 - 23 **Porto di Trieste.** Il futuro oltre
il mare

24 - 30 **Real Estate.** La
digitalizzazione per rispondere alla crisi

36 - 38 **Il lavoro.** Come cambia la
valutazione della performance

40 - 41 **Lo studio.** I dipendenti
chiedono equità e meritocrazia

44 - 45 **Orizzonti internazionali.**
Saint Martin, l'isola che mal riparte

58 - 59 **Teatro e Natura.**
Un'accoppiata virtuosa

60 - 61 **EWine.** Consigli utili per
acquistare un buon vino



MASTRAPASQUA - p. 12



IL CELLESE - p. 50



CIPRIANI - p. 54



Belvedere di Quarto - Genova



ovunque...per la tua casa,
per un edificio nZEB



Mondovì
0174-570011

www.scccostruzioni.com
info@scccostruzioni.com

Dante 47 - Cuneo



Residenze Palazzo Poste - Verona





Segui Espansione sui social !

Nel tempo che fu la data che segnava la fine di fatto dell'estate era il primo ottobre, San Remigio sul calendario, giorno del ritorno a scuola. Tutti assieme, come da decreto del ministro della pubblica istruzione. Oggi si va a scuola in ordine sparso, ogni Regione stabilisce la data di apertura dell'anno scolastico in base alle esigenze climatiche e alle necessità organizzative. Meglio prima o meglio oggi? Ognuno dia la propria risposta. Di sicuro l'avvio dell'anno scolastico 2020-21 è stato caratterizzato dalle polemiche e dalle preoccupazioni, tra insegnanti no vax e trasporti disorganizzati e fonte di possibili contagi, tra presidi in crisi di nervi e genitori in cerca di certezze che non arrivano. Insomma, un bailamme, ma lo spirito italiano di adattamento e la creatività riusciranno a farci superare anche questa sfida. L'estate, movimentata dalle discussioni infinite sull'utilità del green pass e sull'ipotesi del vaccino anti-Covid obbligatorio, ha fatto registrare la crescita del turismo interno, con spiagge e

montagne affollate, e ha riportato il sorriso sui volti di tanti albergatori e commercianti. Tutti siamo un po' rinfrancati dopo un anno e mezzo di pandemia tra aperture, chiusure e riaperture. A tirare su il morale hanno contribuito anche le vittorie nello sport, dalla nazionale di Roberto Mancini alle ragazze dell'Italvolley per passare da Marcell Jacobs, l'uomo più veloce del mondo. Ma l'insegnamento più grande, più efficace, arriva dalle decine di medaglie conquistate dagli atleti italiani alle paralimpiadi di Tokyo. Un trionfo dietro l'altro di ragazze e ragazzi che appena pochi mesi prima avevano rischiato di morire (Bebe Vio) o che avevano perso una gamba (Ambra Sabatini) ma hanno avuto la forza di rialzarsi, di combattere, di prepararsi e di vincere. Sono loro il simbolo dell'Italia che riparte, che guarda con moderato ottimismo al futuro. L'autunno e l'inverno, tra il 2020 e il 2021, saranno decisivi per il rilancio. Non sarà un periodo semplice con tante aziende in mano straniera che licenziano i dipendenti su whatsapp, con ban-

che che ne incorporano altre e lo smart working negli uffici pubblici che sembra destinato a finire. E bisognerà convivere con il virus, con alto senso di responsabilità, quello che una volta si chiamava dovere, parola ormai desueta. E sullo sfondo c'è la politica con il quiz sul Quirinale: va o resta Sergio Mattarella? Passerà la mano a Draghi o Super Mario resterà capo del governo? Le fibrillazioni non mancano e non fanno bene al Paese ma la democrazia ha le sue regole e vanno rispettate. I cittadini, gli imprenditori vorrebbero stabilità istituzionale nel periodo dell'incertezza che genera ansia e paure ma la democrazia, per fortuna che c'è, ha i suoi riti. E mentre, in questo inizio di autunno, discutiamo, ci accapigliamo su green pass, vaccino obbligatorio e smart working pensiamo al sorriso contagioso degli atleti paralimpici, alla gioia che hanno condiviso con tutti noi. Loro, la partita della vita l'hanno vinta. Proviamoci anche noi. Provaci anche tu, Italia. ♦



ROYAL PALACE LUXURY SUITES HOTEL GRAND HOTEL SITEA

SUITES DI LUSSO, ATMOSFERE SABAUDE E CUCINA STELLATA



Apr^e le sue porte nel centro di Torino il Royal Palace Luxury Suites Hotel *****^e, dimora storica con sei splendide luxury suites firmate Grand Hotel Sitea, elegante e lussuoso riferimento dell'hôtellerie cittadina da più di 90 anni. Raffinato palazzo dell'800 affacciato sulla centralissima Via Carlo Alberto, è stato ristrutturato rispettando fedelmente l'atmosfera e "l'esperienza sabauda". L'alta cucina è normalità quotidiana grazie allo Chef Stellato Fabrizio Tesse, abile fautore dei piatti del Bistrot "Carlo & Camillo" e del Ristorante "Carignano", insignito nel 2019 dell'ambita Stella Michelin. Grand Hotel Sitea, Royal Palace Luxury Suites, Ristorante Carignano e Bistrot Carlo & Camillo; quattro declinazioni, in pieno centro, dell'art de vivre torinese.



GRAND HOTEL
SITEA
TORINO

GRAND HOTEL SITEA

ROYAL PALACE LUXURY SUITES
Grand Hotel Sitea

RISTORANTE CARIGNANO

Carlo e Camillo
BISTROT DEL CARIGNANO

Torino
Via Carlo Alberto, 35
Tel. +39 011 5170171
www.grandhotelsitea.it

La Vignetta

...CI PRODIGHIAMO PER LA DIFFUSIONE
DEL VERBO, ANCHE SE
FARCI ASCOLTARE, A
VOLTE, E' UNA
PAROLA...!

D. PAPARELLI



Primo Piano



La regola di Sileoni per governare il cambiamento

Mariangela Rossetti
Roma

La parola al segretario generale della Fabi, Lando Maria Sileoni: «La profonda trasformazione del settore è già in atto e le aggregazioni fra due anni si sposteranno in Europa, una parte del gruppo dirigente delle banche deve cambiare, meno prestiti alle imprese, alcuni istituti operano in una zona franca nel silenzio più assoluto». Ecco come il principale sindacato dei banchieri sarà al centro del cambiamento dell'industria creditizia italiana. Le aggregazioni, il rapporto con i territori, i prestiti in calo a imprese e a famiglie, la sostenibilità, la qualità della classe dirigente. Il segretario generale della Fabi indica i punti chiave del futuro delle banche italiane e affronta tutti i

temi caldi per il settore. Assieme ai principali amministratori delegati degli istituti, Carlo Messina (Intesa Sanpaolo), Andrea Orcel (Unicredit), Giuseppe Castagna (Banco Bpm) e Piero Montani (Bper), Sileoni avrà un ruolo centrale in questa fase complessa dell'industria bancaria. «La trasformazione del settore è già in atto e le aggregazioni fra due anni si sposteranno in Europa, i prestiti alle imprese calano, una parte del gruppo dirigente delle banche deve cambiare, alcuni istituti operano in una zona franca nel silenzio più assoluto» dice a Espansione il segretario generale della Fabi. **Segretario Sileoni, che autunno sarà per le banche italiane? È già in atto una trasformazione**



**Il segretario Fabi
"La profonda
trasformazione
del settore
bancario
è già in atto"**

Segretario Fabi. Lando Sileoni guida il sindacato dal 2010



del settore bancario. Che ha vissuto e sta vivendo un periodo di grande fermento, di grande cambiamento tecnico, culturale e anche di campanile. Alcune città, che in Italia avevano per decenni mantenuto un forte primato di rappresentanza, hanno perso terreno. È mutata la geografica politica del settore. Determinante è stata la Banca centrale europea. **La Bce spinge per le aggregazioni. Il risiko bancario sarà limitato all'Italia o avrà una dimensione europea?** Questa fase determinerà un radicale riassetto della finanza italiana e vedremo quale spazio riuscirà a conquistare in Europa, con quali uomini, idee e iniziative. La partita, infatti, si trasferirà Oltreconfine. →

Ecco la squadra FABI

La squadra al vertice della FABI è composta da 11 membri, compreso il segretario generale, Lando Maria Sileoni. Ecco i profili e le curiosità di tutti i segretari nazionali. Giuliano De Filippis (segretario generale aggiunto): considerato l'intellettuale della FABI è stimatissimo da Sileoni che lo ascolta sempre per le decisioni più importanti; hanno condiviso gli ultimi 20 anni di attività sindacale. Mauro Bossola (segretario generale aggiunto). Presidente del Fondo pensione di Intesa Sanpaolo (uno dei principali fondi previdenziali in Italia), ha vissuto da protagonista gli ultimi 20 anni di vita sindacale della FABI. Franco Casini (segretario amministrativo): coordinatore in Monte dei Paschi di Siena, storico dirigente dell'organizzazione, conosce uno per uno le caratteristiche di tutti i 5.000 rappresentanti sindacali dell'organizzazione.

Mauro Scarin (segretario organizzativo): macchina da guerra dell'organizzazione, segue Carige; capo indiscusso alla Popolare di Milano durante la presidenza Mazzotta, quando fu battezzato il Duca di Wellington.

Giuseppe Milazzo: coordinatore in Intesa Sanpaolo e segretario coordinatore della FABI di Milano, prima struttura provinciale FABI per numero di iscritti. Mauro Morelli: storico dirigente dell'organizzazione, coordinatore della FABI di Roma è un punto di riferimento per Sileoni nel gruppo Unicredit e in Bnl, che segue entrambi da tanti anni. Luca Bertinotti: responsabile di tutte le banche di credito cooperativo in Italia, settore che segue costantemente da anni, risponde direttamente al segretario generale. Giuliano Xausa: presidente di Assonova, segue BancoBpm e Popolare Bari; ha gestito con successo tutte le vicende più scottanti del settore bancario, come le banche venete e PopBari. Fabio Scola: con oltre 8.000 tessere, ha portato Bergamo a essere la seconda provincia per numero di iscritti in Italia, ha gestito la maggioranza delle assemblee per il contratto nazionale. Mattia Pari: segue Credit Agricole e Bper. Ritenuto l'erede naturale di Sileoni, grande conoscitore di tutte le tematiche contrattuali e dotato di grande lungimiranza politica.

Intanto, però, le imprese sembrano meno sostenute, con il credito, dalle banche. Perché? Abbiamo portato alla luce numeri che parlano chiaro: il 50,5% dei ricavi delle banche è legato alle commissioni derivanti dalla vendita di prodotti finanziari e il 49,5% dall'attività sui prestiti. Si tratta di un sorpasso storico e di un conseguente, radicale cambiamento dell'attività sul territorio. **Di quale cambiamento parla?** Il cambiamento è politico, strutturale ed è evidente agli occhi di chi non è condizionato da interessi particolari. Il cambiamento passa attraverso meno denaro per prestiti a famiglie e imprese, più prodotti finanziari e assicurati

vi da vendere alla clientela, che assicurano, con le commissioni, guadagni per le banche molto alti. Si stanno trasformando le agenzie bancarie in negozi finanziari, nel silenzio più assoluto, come se esistesse una zona franca all'interno della quale alcune banche possano permettersi di tutto. Sono aziende private, ma ciò non sottrae le banche e le loro proprietà da comportamenti responsabili verso i territori, le famiglie, le imprese e i propri dipendenti. **Quale sarà l'aspetto determinante per l'evoluzione del settore?** Sarà la qualità del gruppo dirigente, ma serve un rinnovamento. Servono dirigenti moderni, preparati e onesti intellettualmente.

Sul territorio con 98 sedi e cinquemila dirigenti sindacali

Non servono avventurieri né individualisti che possono compromettere l'azione dei loro amministratori delegati. Quando, per ambizione, si utilizzano l'inganno e l'ipocrisia, si creano due problemi: si nuoce all'interesse della banca e poi si calpesta il vero patrimonio dell'azienda cioè il capitale umano. Insomma, sono sempre le persone che fanno la differenza. **Da quando guida la Fabi, lei ha interloquito con tutti i più importanti banchieri.**

Andrea Orcel. Amministratore Delegato di Unicredit



Con 98 sedi provinciali, più di 5.000 dirigenti sindacali e oltre 120.000 iscritti, la Fabi (Federazione autonoma bancari italiani) è il maggior sindacato del settore bancario del nostro Paese. Nata nel 1948, la Fabi fu l'unica sigla a sottoscrivere, l'anno successivo, il primo contratto nazionale collettivo di lavoro per la categoria dei bancari. Dal 2010 è guidata dal segretario generale, Lando Maria Sileoni. Ascoltato sia dai vertici degli istituti di credito sia dal mondo politico e istituzionale, Sileoni è ritenuto tra i leader più influenti nel settore bancario. Negli ultimi anni, l'organizzazione ha intensificato sempre di più l'attività di comunicazione, affiancata e supportata da quella di analisi e ricerche: gli studi e i dossier realizzati dalla Fabi, spesso al centro di dibattiti pubblici oltre che in radio e in televisione, hanno spaziato dal risparmio alla finanza, dai prestiti per famiglie e imprese ai crediti deteriorati, riuscendo a portare all'attenzione dell'opinione pubblica fatti e argomenti di estrema rilevanza sia sul piano economico sia su quello sociale. Sileoni, inoltre, ha scelto di focalizzare l'attenzione sui temi legati alla clientela delle banche, quotidianamente a contatto con le oltre 300.000 lavoratrici e lavoratori del settore, in particolare per quanto riguarda le indebite pressioni commerciali per la vendita di prodotti finanziari e assicurativi.



Carlo Messina. Ceo di Intesa Sanpaolo dal 2013

Chi l'ha sorpresa positivamente?

Le racconto l'esempio positivo che ha contraddistinto l'operato di Abi negli ultimi 10 anni: il presidente Antonio Patuelli ha ridato un ruolo politico all'Associazione nel suo insieme, rappresentando correttamente gli interessi di tutto il settore, delle piccole e delle medie banche e dei grandi gruppi bancari. L'Abi, prima, era solo uno strumento del Ministero dell'Economia, senza autonomia politica e senza un ruolo politico da esercitare.

Oggi si parla molto di sostenibilità: dal suo osservatorio, le banche riescono a raggiungerla?

La sostenibilità, nel nostro settore, manca, mentre dovrebbe

rappresentare l'equilibrio fra un supporto finanziario ai territori, fra i legittimi interessi degli azionisti e il rispetto delle banche verso i loro dipendenti. Per fortuna reggono alcune diversità, tra piccole e medie banche e tra grandi gruppi bancari. Anche all'interno dei 14 principali gruppi, c'è che si comporta correttamente e chi, invece, vuole rappresentare una realtà diversa dalla quotidianità. E tutto questo deve finire. ♦

L'opinione



Non siamo un Paese per chi fa impresa

Antonio Mastrapasqua
Roma

C'è uno spirito contrario all'impresa che aleggia da anni nell'opinione pubblica italiana. E nei Palazzi del potere. Sarà un po' il marmismo statalista che contrassegna il buonismo italico, sarà il combinato disposto di quel catto-comunismo che ha governato a lungo il Paese e i luoghi della redistribuzione sociale e politica, ma resta il fatto che la libera iniziativa imprenditoriale non conta molti "amici" nel nostro Paese. Parafrasando un film dei fratelli Coen si è detto più volte che l'Italia non è un Paese per giovani. E forse è vero. Un Paese dove fioriscono i laccioli burocratici, o i "colli di bottiglia" come direbbe Renato Brunetta, non è adatto ai giovani, ai nuovi talenti, a chi vuole provare, a chi

conta ancora sulla meritocrazia. Le stesse ragioni per cui potremmo dire che l'Italia non è un Paese per chi vuol fare impresa. C'è una traccia comune che unisce la cultura dell'imprenditorialità e quella che favorisce l'impegno dei giovani: la libertà di iniziativa e di intrapresa, appunto. Quando ci si concentra a creare ostacoli si finisce per allontanare giovani e imprese. In una parola: si sceglie di evitare il lavoro, alla faccia della Repubblica e dei suoi fondamenti costituzionali. Il lavoro, che campeggia alla base del primo articolo della nostra Carta, ha rischiato di essere sostituito dalla parola "lavoratori", durante i giorni della Costituente. La storia recente ci dice che fu Amintore Fanfani a suggerire l'espressione che fu poi approvata:

"fondata sul lavoro". E' il lavoro che accomuna impresa e lavoratore, capitale e risorse umane, competenze tecniche e finanziarie. Quando si separa questa unità nascono le follie ideologiche.

**Lacci e laccioli
ostacolano
la libera
iniziativa
imprenditoriale**



©Foto di Davide Cacciatori da Pexels

Nascono e rinascono. L'ultimo segnale che allarma è quello della proposta – che viene da una iniziativa del Governo, ahimé, come si legge in una nota del Mise – di limitare o impedire le delocalizzazioni “aggressive”. Quando fioriscono gli aggettivi o gli avverbi in una norma di legge non è buon segno. Si cerca di fare spazio a una moralità opinabile qualificando quello che dovrebbe essere un fatto, quindi un verbo o un sostantivo. Che cos'è una delocalizzazione “aggressiva”? Solo per definirla, fioriranno commi e addendi e serviranno decreti interpretativi. Tutto quello che non serve allo spirito di impresa, che per definizione intraprende, opera, produce, non disquisisce. Considera lecito tutto quello che non è vietato. Animal spirits che hanno bisogno di

certezze, non di barocchismi. Con una leggerezza inversamente proporzionale alla delicatezza del tema, questa estate abbiamo letto “bozze” di questo provvedimento inopportuno. La politica economica è una cosa seria, non si addice a dibattiti estivi inaffiati da spritz e mojito (non credo che il cocktail sia un'esclusiva di Salvini). Se a chiacchierare sono un ministro e un vice-ministro della Repubblica (nell'ordine, Andrea Orlando e Alessandra Todde, per quanto possa essere incredibile abbinare questi nomi con incarichi di Governo) sembra consentito. Se a farlo è il presidente di Confindustria, Carlo Bonomi, si prende anche le intemerate di un commissario europeo, Paolo Gentiloni, che essendo stato presidente del Consiglio dovrebbe avere acquisito qualche

sensibilità istituzionale che alcuni degli attuali ministri devono ancora imparare. Per Gentiloni, Bonomi ha usato “toni eccessivi” e ha fatto “polemiche fuori luogo”. E perché? Difendere le imprese è suo compito specifico. La questione è semplice: si vuole rendere il Paese attrattivo per chi vuole fare impresa, o no? Se si vogliono attrarre investimenti non si deve brandire la clava marxista, prendendola dalla teca dei ricordi di famiglia. Si devono fare riforme. Gentiloni ha avuto un soprassalto di buon senso elencandole: “Riforma della giustizia civile, nuove regole della concorrenza, politiche attive del lavoro”. Appunto, tutto quello che ancora non c'è. ♦

L'intervento



Imprese e terzo settore Unire le forze per lo sviluppo sostenibile

Paolo Rossi*
Torino

All'interno del concetto di innovazione sociale, la tecnologia e lo sviluppo tecnologico hanno assunto negli ultimi anni un ruolo sempre più importante, che si intreccia con quei processi – così come definiti dal Regolamento UE 1296/13 – di “innovazione dalle finalità sociali con riferimento allo sviluppo e all'attuazione di nuove idee (riguardanti prodotti, servizi e modelli) che rispondono a esigenze sociali e, contemporaneamente, creano nuovi rapporti o collaborazioni sociali, fornendo un beneficio alla società e promuovendo la capacità di agire della stessa”. Le collaborazioni tra il mondo delle imprese socialmente orientate e del terzo settore con il mondo dell'innovazione tecnologica sono sempre più frequenti e costanti,

in quanto sia gli innovatori sia gli attori del sociale hanno compreso l'importanza, e la convenienza, di unire le forze per progettare, disegnare e implementare soluzioni che, basandosi su un approccio di dati e tecnologie abilitanti, sappiano rispondere in maniera puntuale alle sfide dello sviluppo sostenibile. La cornice di riferimento, infatti, non può che essere quella degli SDG, gli Obiettivi Sviluppo Sostenibile con cui le Nazioni Unite hanno tracciato la strada dello sviluppo globale al 2030. Di particolare interesse, a tal proposito, è l'obiettivo “trasversale” n. 17 – “Rafforzare le partnership per il raggiungimento degli Obiettivi dell'Agenda” – declinato attraverso sotto-temi e target di particolare rilevanza e priorità, tra cui la promozione e la diffusione

di tecnologie appropriate ed eco-compatibili, il rafforzamento di partenariati multi-stakeholder per mobilitare e condividere saperi, esperienze, tecnologie e risorse finanziarie, il supporto e il rafforzamento delle competenze in tema di dati a servizio delle politiche e pratiche di sviluppo sostenibile.

**Condividere
i saperi
per l'innovazione
sociale**

Il "nudge" la spinta gentile che migliora i comportamenti delle persone senza intaccare le libertà individuali

Innovazione e sociale.

Mondo delle imprese e terzo settore

© Foto di picjumbo.com da Pexels



Al contempo, tuttavia, ci si interroga su come ciò sia possibile e su quali siano gli strumenti più adatti per introdurre nel mondo dell'innovazione sociale, così legato ad aspetti sociologici e psicosociali per loro stessa natura mutevoli e indeterminati, tecnologie e strumenti la cui applicazione all'interno della società resta imprevedibile. Per cercare di ovviare a tale problema, sono nate nel corso degli ultimi decenni discipline di studio che hanno cercato di integrare aspetti psicologici e sociologici all'interno delle cosiddette hard sciences, nelle quali predominano i dati quantitativi. L'esempio più celebre è quello dell'economia cognitiva, disciplina fondata da Amos Tversky e Daniel Kahneman (premio Nobel

per l'economia nel 2002), che cerca di integrare meccanismi psicologici all'interno della scienza economica, in modo da renderla più adatta a descrivere in modo aderente alla realtà i comportamenti umani, inevitabilmente pervasi da irrazionalità e risposte emotive agli stimoli esterni. A partire dall'impianto teorico fornito dall'economia cognitiva, si sono quindi sviluppati negli anni strumenti pratici e operativi che, sfruttando tali scoperte teoriche, hanno cercato di applicarle nella vita di tutti i giorni, specialmente nel campo dell'innovazione sociale. Un esempio applicativo in tale ambito sono i cosiddetti nudge, degli strumenti che permettono di intervenire nella società per modificare "in meglio" il comportamento delle persone, senza

tuttavia restringerne la libertà o modificare i loro incentivi economici. I primi utilizzi del nudging in ambito sociale sono stati implementati dagli Stati sovrani per cercare di ridurre comportamenti dannosi. A titolo esemplificativo, si pensi alle immagini posizionate sui pacchetti di sigarette, le quali cercano di ridurre un comportamento socialmente pericoloso come il fumo senza, tuttavia, proibirne l'acquisto o aumentarne il prezzo. Nel corso degli anni, poi, le strategie di nudging sono state utilizzate sempre più anche da aziende che, comprendendone l'immenso potenziale di influenza sulle decisioni umane, le hanno inserite nelle proprie campagne pubblicitarie e di marketing. →

Anche nel campo dell'innovazione tecnologica applicata all'innovazione sociale, tali strumenti derivati dall'economia cognitiva hanno trovato ampio utilizzo, soprattutto per la capacità di fare leva sull'emozionalità umana e, di conseguenza, di indurre le persone a prendere decisioni migliori per l'ambiente e per la società sfruttando device tecnologici costruiti ad hoc. Si pensi, ad esempio, a tutte quelle App per smartphone fondate su concetti come il rinforzo positivo e la gamification, che dimostrano una capacità incomparabile di aumentare l'engagement del pubblico e coinvolgere gli utenti. Al contempo, stanno nascendo ed emergendo realtà imprenditoriali socialmente orientate che si pongono l'obiettivo di indirizzare tali strumenti e strategie verso obiettivi sempre più mirati al con-

seguimento, oltre che del profitto aziendale, anche di obiettivi di sostenibilità e beneficio comune. Un esempio applicativo e concreto di come tradurre in pratica tali concetti sono i percorsi di accompagnamento forniti da tali società alle imprese più attente alla sostenibilità che intendono iniziare il percorso per diventare Società Benefit o B-Corp, ovvero società a scopo di lucro che, nel perseguire la massimizzazione del proprio profitto, si impegnano al contempo a "creare e restituire valore" all'ambiente circostante, nell'ottica di generare un impatto positivo su ambiente e comunità. Nell'era della customer experience, offrire prodotti e servizi di qualità nel campo dell'innovazione sociale non è più sufficiente per acquisire e fidelizzare gli utenti: oggi, è fondamentale creare esperienze sempre più coinvolgenti.

Nuove aziende puntano al beneficio comune

Approcci innovativi ed empatici come quelli sopra enunciati o percorsi di evoluzione della propria identità societaria, se applicati all'innovazione sociale, permettono da un lato di creare esperienze uniche per incoraggiare gli utenti a compiere azioni e adottare i comportamenti desiderati, e dall'altro di porsi come obiettivo concreto aziendale il perseguimento di "un bene che sia realmente comune". ♦

* Università del Piemonte Orientale
Promos Srl SB – B Corp

©Foto di Kindel Media da Pexels



È in edicola **BancaFinanza**



ABBONATI!

**CON SOLI 25,00 EURO AVRAI DIRITTO A RICEVERE 5 NUMERI
E CON 23,00 EURO LA VERSIONE DIGITALE IN PDF**

PER SOTTOSCRIVERE L'ABBONAMENTO:

Chiama il n.0171.392201 (dalle 8,30 alle 12,30)

Invia una email a diffusione.newspapermilano@gmail.com

Conto corrente bancario n IT44U0853001000000260109959
intestato a PAPER-ONE S.R.L.

Visita il sito www.newspapermilano.it

L'esperto



Investire con serenità Non farsi impressionare dalla volatilità dei mercati

Giuseppe Antonio Scicchitano*
Bologna

Gli ultimi anni hanno visto le borse protagoniste di performance molto positive con alcuni importanti indici al massimo storico e di conseguenza, come da copione, è aumentato il numero dei “maghi” del trading capaci di arricchirsi con facilità senza tanti sforzi, ma è davvero così semplice? Investire è questione di fiducia: avere pazienza ed evitare di farsi intimidire dalla volatilità dei mercati riveste un ruolo di fondamentale importanza. I mercati si suddividono in mercati in rialzo (noti come rialzisti), e mercati in calo (cioè ribassisti), la cui tendenza ha una durata minore nel tempo rispetto ai primi. In base a questa motivazione, di primo acchito si potrebbe essere portati a pensare che possa bastare semplicemente

investire quando i mercati sono in rialzo e disinvestire prima che questi vadano incontro ad un calo; un approccio sicuramente semplicistico tipico di molti “esperti di trading”, ma siamo sicuri che sia questa la scelta migliore? In realtà non lo è: si tratta, difatti, di un'operazione potenzialmente rischiosa poiché porta, nella maggioranza delle ipotesi, alla perdita di molte giornate importanti per un buon incremento del rendimento. Può un giorno fare la differenza nella propria attività di investimento? Forse uno no, ma ne bastano sicuramente poche decine, come dimostra uno studio basato sui rendimenti dell'Indice MSCI All Country World, condotto in un periodo di 10 anni chiuso al 30 aprile 2020: secondo tale studio, perdendo le migliori dieci

giornate il rendimento annualizzato cala al 2,71%, perdendone venti di giornate il valore va addirittura in negativo, abbassandosi allo -0,04%, e con trenta giornate perse il valore si abbassa ulteriormente fino a toccare il -2,44%; mentre si ha un risultato completamente differente restando interamente investiti senza farsi vincere dalle emozioni, ottenendo un rendimento annualizzato del 7,28%!

**La soluzione
migliore
è la più semplice:
mantenere
le posizioni**



La conclusione che si può trarre da quanto detto sopra vuole ammonire a non tentare di anticipare i mercati, in quanto non solo tale operazione non si rivela mai particolarmente conveniente, né redditizia; ma spesso si rivela fallimentare sia in termini di tempo che di denaro. A volte la soluzione migliore è anche la più semplice: mantieni

la posizione e rimani investito. Burton Malkiel, premio Nobel per l'economia nel 1973, dimostrò in uno dei suoi studi che per guadagnare sistematicamente facendo trading sui mercati è necessario "indovinare" il 75% delle scelte che si fanno, questi studi ci danno la misura che il trading è tutt'altro che semplice e non certo alla portata

di tutti; quindi, alla luce di quanto visto sopra, è molto più saggio allearsi con i mercati, guardando a lungo termine e restando fermi nelle proprie posizioni, che cercare di batterli movimentando il proprio portafoglio. ♦

* Consulente finanziario

LE DISPUTE INTERNAZIONALI SI AFFRONTANO UN PASSO ALLA VOLTA.

DAL 14 SETTEMBRE AL 2 DICEMBRE, FIDRA ACADEMY TI INVITA AL CORSO

PREVENTION AND MANAGEMENT OF INTERNATIONAL COMMERCIAL DISPUTES: MEDIATION AND ARBITRATION

Il corso avrà come scopo quello di trasmettere il know-how necessario per la gestione legale dei rapporti commerciali aziendali internazionali, come mezzo per prevenire e risolvere le controversie quando si opera sul mercato globale.

CARATTERISTICHE

- ✓ Durata 43 ore
- ✓ Lingua Inglese
- ✓ Modalità Online
- ✓ Costo €920 + iva*
- ✓ 20 Crediti formativi Ordine Avvocati

(*) Per le aziende iscritte al registro delle imprese di Firenze e gli iscritti all'Albo degli Avvocati di Firenze il costo di partecipazione è scontato.

Per saperne di più visita www.fidracademy.org oppure contattaci direttamente a info@fidracademy.org

Hai tempo fino al 10 settembre 2021 per inviare la tua richiesta di partecipazione.



FIDRA

Florence International
Dispute Resolution
Academy

Un progetto realizzato da **PromoFirenze**, in collaborazione con **FIMC**



Camera di Commercio Firenze
dal 1776 la casa delle imprese



Il porto di Trieste e il futuro oltre il mare

Stefano Cosma
Trieste

Trieste è diventato ormai il primo scalo merci d'Italia, per tonnellaggio totale; un primato raggiunto in questi anni grazie alla leadership dell'Autorità di Sistema Portuale del Mare Adriatico Orientale, al cui vertice c'è Zeno D'Agostino (53 anni) a cui abbiamo chiesto quali siano le chiavi del successo. Da inizio 2021 è anche in funzione la Piattaforma Logistica, in completa integrazione con il porto. «Forse la fortuna è che ho un'esperienza come logistico di terra, ho sempre lavorato negli interporti, poi a Napoli mi sono occupato di logistica marittima, quindi mi viene spontaneo pensare allo sviluppo del porto assieme a realtà interportuali e a strutture logistiche, ma anche industriali.

Non ho il mare nel dna - ammette -, mentre all'estero i presidenti dei porti sono spesso persone a fine carriera marittima, mentre a mio parere sono più importanti la capacità e l'esperienza». Cosa comporta l'evoluzione dei logistici che vanno nei porti? «Aiuta, perché lo scalo diventa competitivo se ha la capacità di integrarsi. Per sviluppare il porto, è necessario fare sistema, anche mediante un'azione politica, che non riguarda più solamente Trieste, ma tutta la regione. Il Friuli Venezia Giulia è piccolo, ma con tante infrastrutture operative e con un'ottima posizione geografica». Stanno arrivando investitori da tutta Europa: da Amburgo, Duisburg, dall'Ungheria, dalla Danimarca, come pure



**"Nel mio dna
ho tanta esperienza
di logistica
di terra e di mare"**

Zeno D'Agostino. Presidente del Porto @Foto di Giuliano Koren



molte aziende locali. L'Autorità portuale controlla il Consorzio di Sviluppo Economico Locale dell'Area Giuliana, che lei presiede dal 2017. «Sì e anche la Zona Industriale sta crescendo, con investimenti da parte di grosse aziende produttive. Il futuro del porto significa investire anche fuori e andare oltre al settore specifico dei trasporti marittimi. La logistica deve crescere assieme all'industria - spiega - perché il regime di Porto Franco può dare vantaggi veramente importanti». Un tema poco affrontato è quello immobiliare. «Invece è strategico: noi controlliamo sia la ZI che l'Interporto e dev'esserci armonia di sviluppo.



Gli investimenti stranieri

«La collocazione geografica è positiva, ma non aveva avuto concretizzazione. Gli investimenti da parte dei porti tedeschi di Amburgo e Duisburg - spiega D'Agostino - significano che esiste un baricentro nuovo. È l'ammissione che il Friuli Venezia Giulia è strategico. Anni fa, se qualcuno aveva soldi da investire, non veniva qui; ora fanno ragionamenti sullo scacchiere del nord Adriatico, un risultato straordinario se si pensa che questi soggetti hanno sempre dimostrato scetticismo nei confronti dell'Italia: si gioca una partita importante». Un porto, per sua stessa natura, deve avere investimenti internazionali, ma c'è un altro tema da considerare. «Vero, è quello che non sono i soldi a determinare la competitività, ma le idee. Se le idee nascono in loco, come a Trieste, allora vengono sposate da investitori internazionali. Qui non accade quello che è successo al Pireo dove i Cinesi hanno portato sia i soldi che le idee». Si è parlato molto della Via della Seta: «L'accordo è stato siglato con una società cinese e prevede 3 progetti: uno in Cina, uno in Slovacchia e uno a Trieste.

Le clausole vanno rispettate - puntualizza -, volevamo fare piattaforme logistiche in Cina, ma ora resta al palo tutto l'accordo, se non c'è qualcuno pronto ad andare avanti. Non serve gravitare attorno ai cinesi e non saremmo diventati succubi loro, come da qualche parte si diceva». E gli Australiani? «Sono venuti un paio di volte, ma forse oggi siamo troppo piccoli: servono milioni di mq». Il modello di business di Trieste è diverso da quello di Capodistria (Slovenia)? «Noi siamo una landlord authority, concediamo per poterci lavorare; Capodistria non ha questo modello, ma ha gestione diretta da parte dello Stato, che fu utile per lo sviluppo iniziale, ora li penalizza. Un ulteriore punto di forza nostro, tant'è che gli ungheresi hanno mollato Capodistria per venire a Trieste ed essere autonomi. Prima o dopo devono modificare il sistema, come stanno facendo nella realizzazione della Capodistria-Divaccia dove si diventerà soci nell'operazione. Pure le ferrovie austriache (ÖBB) si muovono e stiamo per farle entrare nella società che gestisce gli Interporti di Ferneti (Trieste) e di Cervignano».

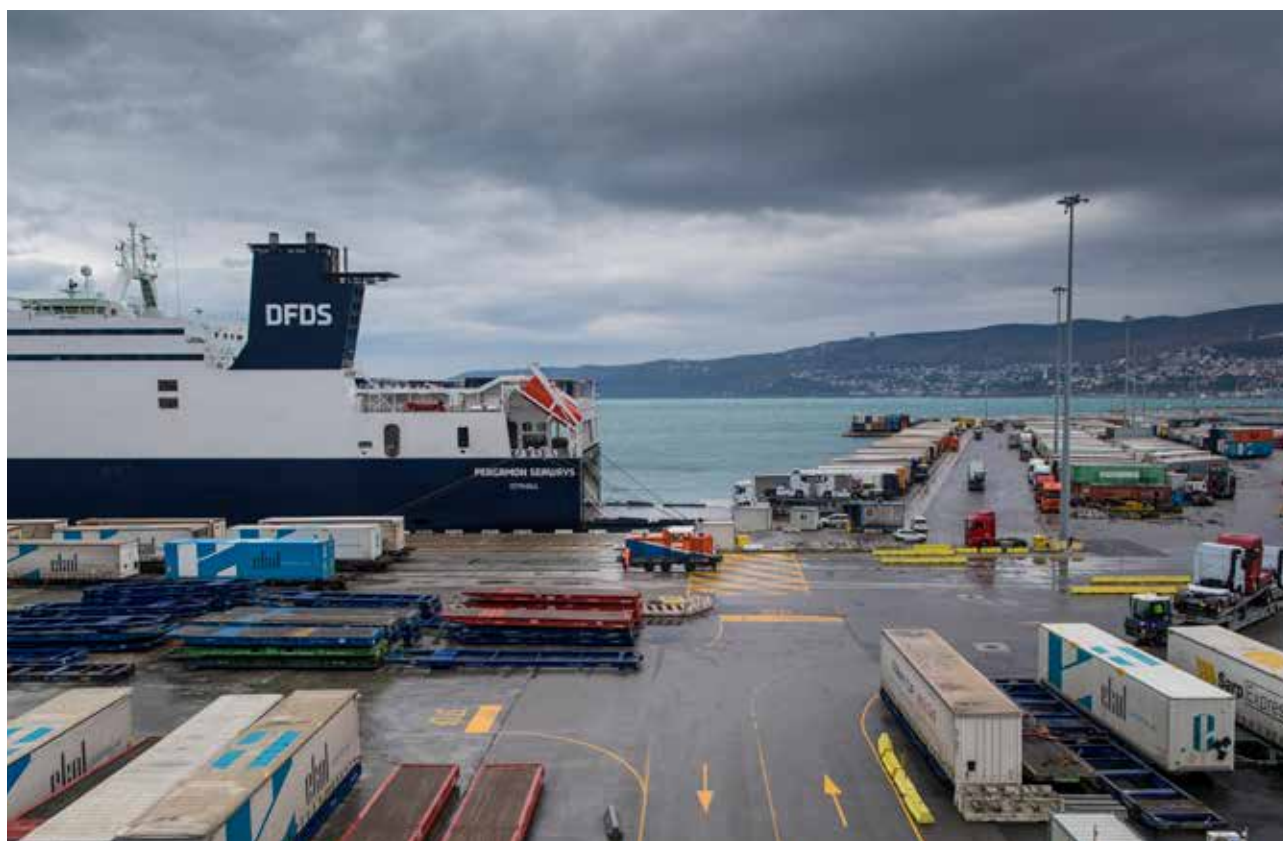
Entrare nell'immobiliare, anche se ci sono speculazioni, è un business ed è frutto di una scelta precisa. L'importante è portare a casa tutti gli elementi di valore per il territorio; solo se presidiamo tutta la catena ci possiamo permettere di "svendere" qualcosa, per avere un vantaggio nelle trattative. La complessità è totale: dall'industria ai treni, dalle concessioni alle crociere». Il traffico ferroviario ha raggiunto i livelli pre-Covid: nei primi 6 mesi del 2021 i treni movimentati sono stati 4.657, con un + 19,47% rispetto allo stesso periodo 2020. Qual è il ruolo di Rete Ferroviaria Italiana (Rfi)? «Di Rfi ne parlo in maniera entusiastica:

negli ultimi 6 anni si è dimostrato un soggetto importante di dialogo, tant'è che siamo l'unica Autorità Portuale ad avere una direzione ferroviaria interna. Abbiamo investito pesantemente e abbiamo in ballo più di 200 milioni da spendere, anche su Monfalcone». Fra le infrastrutture regionali c'è l'Autoporto di Gorizia. «Forse è più corretto definirlo interporto – chiosa D'Agostino – ed è un punto importante che andrebbe a completare il sistema logistico, grazie alla localizzazione geografica e per lo stoccaggio di prodotti deperibili. Ora la società di gestione è del Comune di Gorizia al 100%: l'idea su cui stiamo lavorando è di far valutare la struttura e farla

"Lo sviluppo del porto riguarda tutta la regione"

conferire dal Comune nel capitale dell'Interporto di Ferneti di cui possiede già una quota». Il Porto Monfalcone sta crescendo in modo molto importante, dove Rfi ha rilevato il terminal. «Parliamo del 20-30% in più di merci, un'attività che si è accavallata col traffico crociere. Stiamo pensando ad un terminal nuovo per i passeggeri che oggi gravitano su Trieste: sembrerebbe che senza particolari interventi si possa partire già nel 2022.

Il porto. Intermodalità nave-treno @Foto di Giuliano Koren



Il Recovery plan ha stanziato 409 milioni di euro per lo scalo giuliano. «Sono molti e abbiamo già individuato come investirli: una parte servirà all'elettificazione delle banchine, per garantire una maggior sostenibilità ambientale. In questo senso stiamo proponendo un agreement per obbligare tutte le navi che si avvicinano a Trieste e a Monfalcone ad usare carburanti a bassa emissione, quindi meno inquinanti, già da 4 miglia e siamo a buon punto. Altri fondi del Recovery plan - illustra Zeno D'Agostino - andranno ad integrare gli investimenti ungheresi di Adria Pont, con dragaggi e bonifiche nella zona delle Noghere, con banchinamento parziale del terminal e collegamento alla viabilità. Inoltre, 80 milioni serviranno per il raddoppio della capacità ferroviaria dello scalo: dal rifacimento dei nodi di Campo Marzio e Aquilinia, alle linee che collegheranno le Noghere a Bagnoli della Rosandra. Sono previste manutenzioni straordinarie e migliorie al terminal contenitori del Molo VII, portando la banchina a 780 metri e l'acquisto di nuove gru, mentre 180 milioni sono destinati all'ex area a caldo della Ferreria, per un nuovo svincolo autostradale, con dragaggi davanti alla Piattaforma Logistica e la costruzione della nuova stazione di Servola, con un importante investimento che arriva da Rfi. Noi abbiamo preferito finanziare progetti differenziati».



Il porto. Piattaforma logistica @Foto di Schirra Giraldi

Perché Monfalcone è ben collegata all'autostrada, alla ferrovia e all'aeroporto. Per fidelizzare le compagnie, sia Msc che Costa, sono socie del terminal e si è costruito un sistema per passeggeri. In futuro sarebbe importante farlo in Porto Vecchio. Ma va sperimentato e vanno eliminate le gru».

Una crescita complessiva, con tanti risultati, grazie ai numerosi e validi collaboratori che affiancano Zeno D'Agostino e ad un lavoro operativo e sinergico dietro le quinte, portato avanti con le Istituzioni. ♦



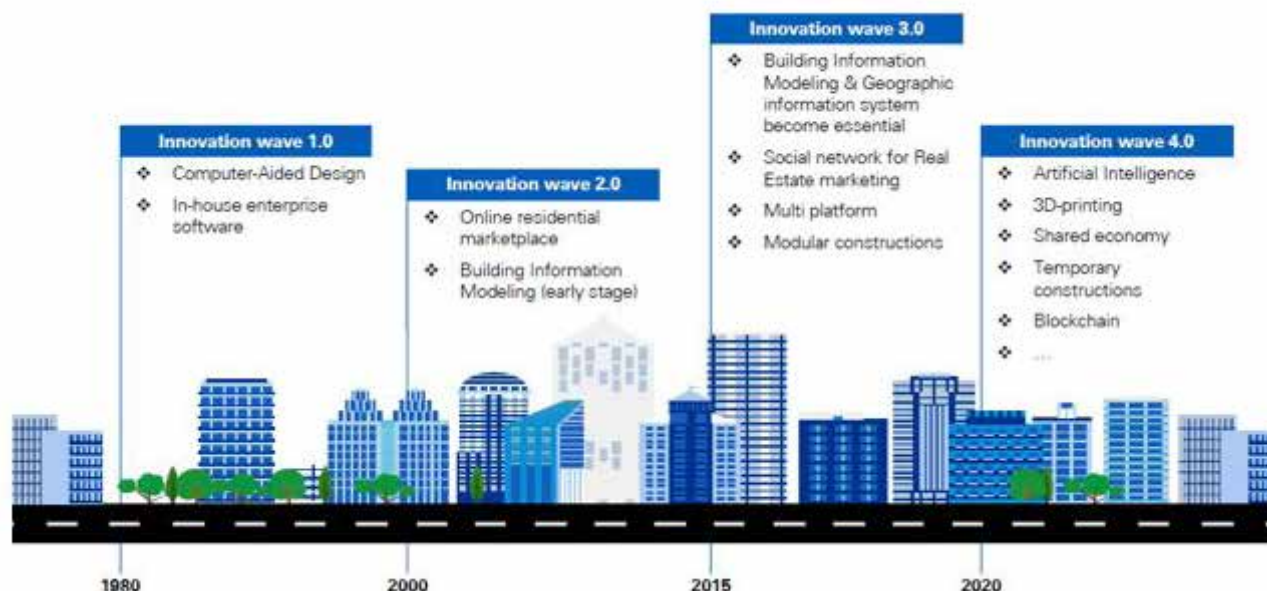
Strategie di digitalizzazione del Real Estate in risposta alla crisi

La crisi economica causata da quella sanitaria da Covid-19, è stata una forte spinta al processo di digitalizzazione come risposta alla crisi, specie in Europa dove la diffusione delle tecnologie digitali è ancora bassa. Dall'ultimo report European Investment Bank sullo status della digitalizzazione, si evince un gap dell'Europa rispetto agli USA: solo il 40% di imprese del settore construction nell'Unione Europea, rispetto al 78% negli Stati Uniti, riferiscono di aver adottato almeno una tecnologia digitale, differenza dovuta anche dall'elevato impiego di droni e IoT negli USA incentivato dalle peculiarità del territorio statunitense caratterizzato da ampie distanze. Questa posizione di subalternità dell'Europa rispetto agli USA è ribaltata se si analizzano i numeri di start-up digitali e brevetti: l'Europa è leader nella green innovation, ossia dell'applicazio-

ne delle tecnologie digitali ai temi del contenimento delle emissioni di CO2 e al risparmio energetico. Infatti, il 14% delle imprese EU che rientrano nell'Osservatorio sono green, contro il 5% degli USA, e l'Unione Europea supera anche gli Stati Uniti per la quota di digital green imprese (32% contro 28%). Alla luce di queste osservazioni sembrerebbe che digital e green siano le due key words della strategia di superamento della crisi: l'80% delle imprese digitali ha dichiarato elevati profitti nel 2020 e il 55% delle imprese green digital ha incrementato il personale nel 2020. Comparando le diverse nazioni europee mediante l'EIBIS Digitalisation Index si evidenzia la posizione nella parte bassa della classifica dell'Italia che risulta essere sotto la media europea. Il report evidenzia come le aziende digitali ottengano risultati migliori e siano più dinamiche in quanto godono

di una maggiore produttività del lavoro, crescono più velocemente e hanno una gestione più efficiente. Analizzando la digitalizzazione rispetto alla dimensione e all'età delle aziende, si evidenzia come le aziende più grandi abbiano tassi di adozione digitale più elevati delle piccole imprese, mentre quest'ultime tendono a essere persistentemente non digitali e ciò danneggia ulteriormente l'Italia, caratterizzata da un tessuto economico di piccole-medie imprese spesso a gestione familiare. Guardiamo le declinazioni del PropTech.

**Digitalizzazione
delle imprese
europee:
Green & Digital
binomio vincente**



Fonte grafico. KPMG Real Estate Advisory, Real Estate Innovations Overview, 5 th Annual Edition July 2020

Dal 1980 in poi il settore del Real Estate è stato interessato da diverse innovazioni: questo contesto di forti cambiamenti ha causato un'accelerazione nella direzione della digitalizzazione del real estate che si declina mediante due neologismi ormai molto diffusi tra gli operatori di settore, ossia:

- Il PropTech (Property + Technology), ossia il nuovo modello di business che vede le tecnologie e il digitale applicati al settore immobiliare diffuso a partire dal 2015.

Il ConTech (Construction + Technology), cioè le tecnologie a supporto della progettazione e/o della costruzione di edifici o infrastrutture (es. sistemi CAD e BIM) fino a ricomprenderne l'intero life cycle nato nel 1980 con il CAD.

I macrosettori che riguardano lo sviluppo delle PropTech sono:

- Real Estate FinTech: si concentra sulla fase transazionale della proprietà immobiliare, incluse le relative informazioni a supporto delle transazioni commerciali. Questo settore, tuttavia, include anche gli investimenti immobiliari tramite strategie di crowdfunding, i mutui, la gestione dei portafogli e la conversione di immobili residenziali tramite mercati secondari.
- Smart Real Estate: facilita l'operatività e la gestione degli asset immobiliari a diverse scale. Lo Smart Real Estate riguarda sia edifici che usano sia edifici che supportano piattaforme hi-

gh-tech ed è in stretta relazione con il ConTech.

- Sharing Economy: punta, invece, sulla fase di utilizzo degli immobili; in particolare sul cosiddetto "consumo collaborativo", al cui interno si annovera la condivisione di residenze e la condivisione dello spazio di lavoro o commerciali.

- Professional Service: si concentra, infine, su soluzioni tecnologiche in grado di sostituire le figure tecniche dei diversi settori; raccoglie diverse realtà che si occupano di servizi nel mondo real estate, dalla blockchain con servizi automatizzati per gestioni di proprietà e registri catastali, alla consulenza, al marketing, alle indagini territoriali.

- Il settore immobiliare, caratterizzato da una asimmetria informativa e dalla presenza di informazioni presenti perlopiù sotto forma cartacea, può essere innovato in modo sostanziale dalla diffusione del PropTech da diversi punti di vista:

- Information: digitalizzazione dei dati facilitando l'accesso alle informazioni del mercato di massa in modo rapido ed economico.

- Transactions: diffusione di piattaforme a supporto delle operazioni di compravendita, locazione o richiesta di un mutuo.

- Management and control: cellulari e tablet sono diventati delle dashboard che consentono una facile gestione e controllo di diverse operazioni. →

Questi punti di vista si possono declinare in differenti strategie operative:

- Portfolio Management: Strumenti utilizzati dagli investitori immobiliari per analizzare le opportunità di investimento immobiliare e prendere decisioni più informate per massimizzare il rendimento atteso entro un livello appropriato di esposizione al rischio integrati in ambiente GIS.
- Construction Management: Tecnologie all'avanguardia che mirano a facilitare e migliorare la pianificazione, la progettazione, la gestione e la costruzione

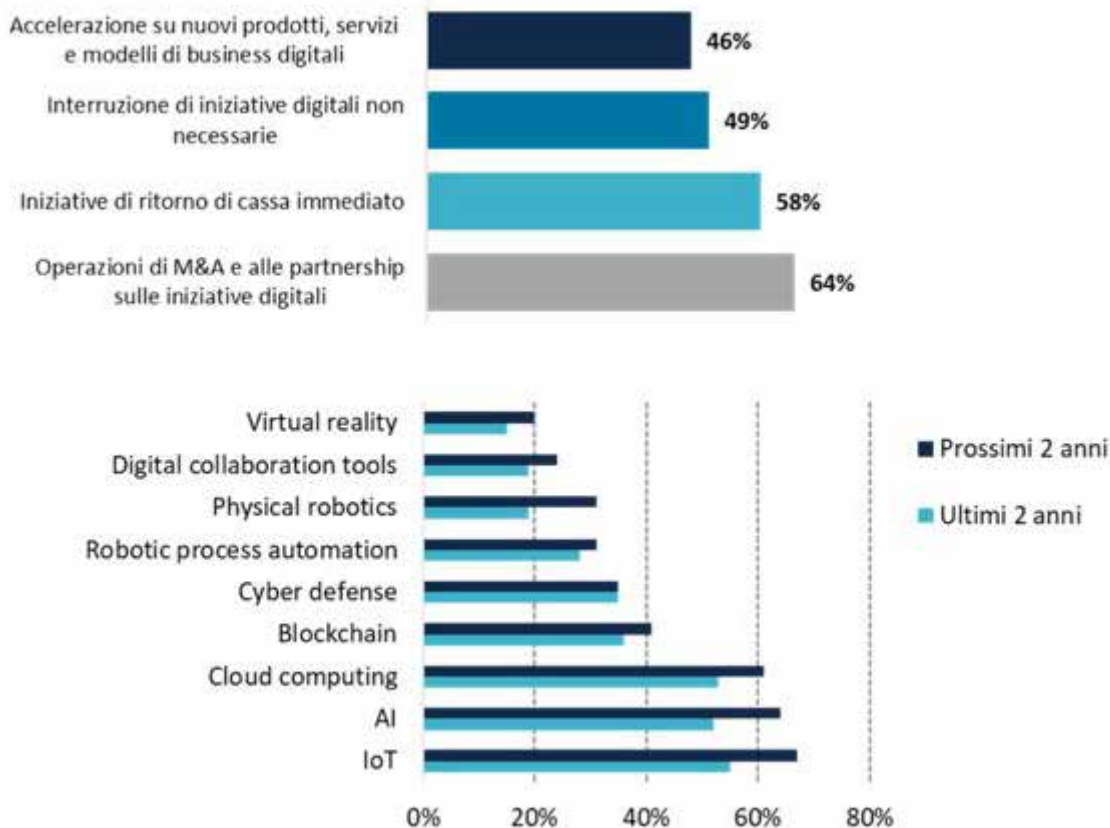
- di nuovi edifici, come strumenti di visualizzazione delle costruzioni e piattaforme di gestione per progetti BIM-based.
- Indoor Mapping: Software che aiutano e migliorano la visualizzazione di un edificio e fornisce dati spaziali su una mappa digitale 2D o 3D. Aiutano a progettare e ottimizzare il design e il flusso futuro degli edifici valutando interferenze (si pensi alla gestione dei percorsi negli edifici scolastici, alberghieri, ospedalieri, ecc.).
- Rental/Sale search: piattaforme che mettono in contatto domanda e offerta sia essa di locazio-

Differenti strategie operative per superare la crisi

ne (breve o lungo termine), di compravendita o di co-working.

- Real Estate Agent Tools: strumenti ad uso degli agenti immobiliari finalizzati a supportare il cliente nell'adeguata posizione dell'immobile oggetto di commercializzazione nel mercato di riferimento e a una sua adeguata promozione. →

Fonte grafico. Strategie di digitalizzazione del Real Estate come risposta al Covid-19





DIGITALIZZAZIONE

al servizio del Real Estate

MA-RE: MONITORING ASSETS IN REAL ESTATE

SMART INSPECTION

TOOL PER IL RATING ESG DEGLI ASSET

ENERGY MODELING

TOOL PER LA VALUTAZIONE DELLA BUILDING COMPLIANCE

DMS - DOCUMENT SYSTEM MANAGEMENT

RINA **PRIME**
VALUE SERVICES

WWW.RINAPRIME.COM

La necessità di estendere le tecnologie digitali al real estate sta diventando un'opportunità come evidente dai risultati del survey di EY secondo cui il 64% degli intervistati dichiara che, la principale strategia per aumentare la resilienza aziendale consiste nello spostamento dell'attenzione dallo sviluppo interno alle operazioni di M&A e alle partnership sulle iniziative digitali; gli investimenti maggiori in tale direzione riguardano l'Internet of Things (IoT), l'intelligenza artificiale e il Cloud computing. Nello specifico, nelle aziende PropTech nel 2019 sono stati investiti globalmente 26 miliardi di dollari e, nonostante l'inevitabile rallentamento causato dalla crisi, il settore ha reagito positivamente. Per analizzare il sentiment del PropTech in Italia si è fatto riferimento al Monitor 2020 che ha evidenziato che, contrariamente a

quanto rilevato nel Monitor 2019 dove le aziende PropTech italiane identificate risultavano essere suddivise in maniera piuttosto omogenea fra le quattro categorie individuate, nel 2020 la categoria Professional Service si è dimostrata prevalente sulle altre, facendo registrare una crescita del 40% rispetto all'edizione del 2019. Indicatore fondamentale dello sviluppo del settore PropTech è l'adozione di Key Enabling Technologies (KET) o tecnologie abilitanti. Dall'analisi delle risposte fornite nel questionario si evince che in generale ogni organizzazione utilizza in media 2,3 KET. Inoltre, indagando quali tecnologie sono più utilizzate nel settore, notiamo che il 57% delle PropTech utilizza "Big Data analytics" e "Data Science", seguito da "Data Sharing", "Artificial Intelligence" e "Machine Learning". "Il settore dell'immobiliare storicamente ha concepito l'innovazione più

Tecnologie digitali da necessità ad opportunità

come ricerca del veicolo di investimento maggiormente favorevole sotto il profilo fiscale. Quello delle costruzioni è stato un settore impermeabile ai cambiamenti, ancorato a tecnologie costruttive e impiantistiche consolidate nel tempo, mentre il comparto dei servizi immobiliari ha da tempo puntato sulle tecnologie digitali come strumenti per aumentare la qualità dei prodotti e ottimizzare tempi e costi. Tale cambiamento è stato ostacolato dalla presenza di un'ingente quantità di documentazione cartacea (pensiamo alla due diligence) e dalla necessità di interfacciarsi con le strutture della PA scarsamente digitalizzate" afferma Piercarlo Rolando, CEO & Founder di RINA Prime.

Nuovi servizi per il Real Estate

REMOTE INSPECTION

 SMARTPHONE/TABLET SMART APPRAISAL PRIME Sopralluoghi in remoto con smartphone e tablet. REMOTE APP INTERFACE • Perizie bancarie • Valutazioni/appraisal • Sopralluoghi con elevata numerosità di immobili	 SMARTPHONE/TABLET WEB APPLICATION KIBER Sopralluoghi in remoto in modalità real time con smartphone e tablet. REAL TIME HUMAN GUIDED • Project monitoring • Controlli tecnici • Alta sorveglianza • Due Diligence • Ispezioni	 KIBER HELMET WEB APPLICATION KIBER Sopralluoghi in remoto in modalità real time con elmetto, dotato di telecamera, microfono, cuffie, torcia e termocamera. REAL TIME HUMAN GUIDED • Project monitoring • Controlli tecnici • Alta sorveglianza • Due Diligence • Ispezioni	 ISPEZIONI CON DRONI Sopralluoghi con l'ausilio di droni per ispezioni aeree su cantieri complessi. Ispezione e controllo di aree sensibili e/o a rischio. HUMAN GUIDED • Ispezioni su infrastrutture complesse
--	--	--	---



La digitalizzazione dei servizi immobiliari non ha visto tanto la creazione di nuove tecnologie quanto piuttosto l'applicazione di quelli esistenti e diffuse in altri settori. In questo scenario, RINA Prime Value Services gode di una posizione privilegiata in quanto, l'appartenenza al gruppo RINA, assicura già il possesso di numerose tecnologie digitali, patenti e brevetti, quindi è stato solo esteso il loro utilizzo all'immobiliare. La digitalizzazione dei servizi nel real estate non deve essere concepita solo come l'applicazione di tecnologie innovative ai classici servizi immobiliari, cioè non è solo il passaggio dalla data room alla virtual data room, dal disegno cartaceo bidimensionale a quello tridimensionale, dalla visita degli immobili dal vivo a quella mediante la realtà aumentata, dalla ispezione mediante

un operatore a quella attraverso i droni, dall'analisi mediante fogli di calcolo agli AVM, ecc. "La digitalizzazione dei servizi nel real estate è parte di un processo di condivisione delle informazioni fra i differenti professionisti che gravitano intorno all'immobile dai vari punti di vista, utile sia per l'ottimizzazione dei tempi e della qualità dei vari servizi sia per la gestione degli engineering systems of buildings e degli utenti. Questo significa gestire in modo efficiente gli impianti degli edifici (minimizzando i costi e le emissioni di gas climalteranti in funzione della reale occupazione degli immobili), studiare i percorsi di diverse categorie di utenti (evitando affollamenti o sovrapposizione di attività incompatibili), concentrare in un'unica piattaforma tutte le informazioni dell'immobile (permettendo che in occasione di un evento "straordinario" si può cre-

are una strategia ad hoc per fronteggiarlo), ossia creare dei "digital asset" precisa Piercarlo Rolando. Solo in questo modo si potrà effettivamente avere un "Building Lifecycle Management" efficace e si avrà il passaggio dal modello "lineare" a quello "circolare-interattivo" che permette di avere una maggiore conoscenza dell'asset e una conseguente minimizzazione di tutti i rischi ad esso connesso (dai rischi di investimento a quelli legati alla sua gestione). Naturalmente gli immobili non sono delle entità autonome ma sono strettamente connesse con il tessuto infrastrutturale ed economico nel quale si collocano, sono dei nodi di una rete che bisogna potenziare proprio mediante l'infrastruttura digitale accompagnata da un cambiamento culturale di maggiore condivisione delle informazioni verso la creazione delle smart city.→

In questo modo impareremo a fare delle scelte “data-driven”, ossia analizzando e incrociando dati geolocalizzati riferiti a determinate aree, sarà possibile individuare e collegare in modo più efficace soluzioni abitative e persone, in base a stili di vita, livelli di traffico, sicurezza del vicinato, inquinamento acustico e ambientale, andamento delle condizioni climatiche, presenza di scuole, trasporti e servizi al pubblico e così via.

La spinta propulsiva al cambiamento, già avviata dall'Agenzia per l'Italia Digitale dalle direttive europee sugli open data, ha subito una accelerazione dalle esigenze venutosi a creare dalla crisi sanitaria da Covid-19 e dalle conseguenti limitazioni agli spostamenti e alle interazioni sociali. La pandemia ha comportato, da un lato, l'emersione di una nuova sensibilità circa la necessità di una maggiore digitalizzazione

Collegare le soluzioni abitative alle persone

delle amministrazioni pubbliche e delle imprese, da un altro lato, il superamento di una ritrosia culturale che fino ad ora è stato un freno alla transizione digitale del Paese. ♦

Chi è RINA Prime Value Services

E' la Legal Entity di RINA - società multinazionale che fornisce un'ampia gamma di servizi ad alto valore aggiunto nei settori energia, marine, certificazione, infrastrutture, trasporti e industry - operante in ambito immobiliare, controllata da RINA al 50% e per il restante 50% dai soci fondatori di AxiA.RE.

La Società dispone della filiera completa di servizi in grado di proteggere e di incrementare nel tempo il valore del capitale immobiliare in ogni fase dell'investimento, dal concept/fattibilità all'elaborazione progettuale, dalla fase di costruzione alla fase di gestione e dismissione. È una realtà che unisce professionisti di altissimo standing, track record di eccellenza, strumenti innovativi e altamente performanti. Dispone infatti di esperti con qualifiche e accreditamenti così come previsti dai vari protocolli AP LEED BREEAM, WELL, GRESB, di specialisti nella gestione dell'energia (Energy Manager e Certificatori energetici), di ESG analyst certificati (CESGA), e di esperti in GRI Standards, GRI Global Reporting Initiative, PRI Principles for Responsible Investment.

CEO di RINA Prime Value Services è Piercarlo Rolando. Professionista con una lunga esperienza nel settore Real Estate, nel 2016 ha fondato AxiA.RE SpA con l'incarico di CEO e consigliere, società che oggi è incorporata in RINA Prime Value Services, quale Business Unit dedicata alla Valuation.

Dal 2014 al 2016, è stato Direttore Strategie e Sviluppo dei «Real Estate Services» del Gruppo Prelios, nonché Responsabile della Business Unit «Integrated Services» con l'incarico di Presidente Operativo delle tre società del Gruppo che opera nei Servizi: Prelios Integra, Prelios Valuation e Prelios Agency. Dal 1992 al 2013 per REAG, del Gruppo American Appraisal (oggi Duff & Phelps), ha ricoperto incarichi di crescente rilievo, fino alla nomina di Direttore Generale di Gruppo e Managing Director. Sempre in REAG è stato fondatore e CEO di REAG 4 Loans, società leader nella valutazione per le Banche in fase di erogazione del credito. Dal 2017 Rolando è Presidente della Commissione Valutazioni di Assoimmobiliare.



*Il partner ideale
per la riqualificazione
del tuo patrimonio edilizio*

- VALUTAZIONE REQUISITI DELL'IMMOBILE
- STIPULA DEI CONTRATTI
- PROGETTAZIONE DEGLI INTERVENTI
- ESECUZIONE DEI LAVORI
- ASSISTENZA FISCALE
- RICHIESTA INCENTIVI

Prime Green Solutions è il partner ideale per complessi condominiali, imprese, fondi immobiliari e privati. In qualità di general contractor affianca il condominio in tutto il processo, dalla progettazione, alla realizzazione degli interventi sino alla fase di accesso agli incentivi.

L'approccio integrato di Prime Green Solutions consente l'ottimizzazione dei tempi, dei costi e della qualità di tutto il processo di gestione degli incentivi fiscali.



UN GRANDE NETWORK SU TUTTO IL TERRITORIO NAZIONALE

L'iniziativa



L'Italia è leader del mercato obbligazionario “High Yield”

Andrea Pescatori
Milano

Le aziende si finanziano sempre più tramite i mercati finanziari e utilizzano meno il sistema bancario tradizionale. È il pensiero di Andrea Pescatori, amministratore delegato di Ver Capital, una società che segue il mercato High Yield europeo fin dall'inizio. Ecco la sua opinione. Il mercato obbligazionario corporate high yield europeo è cresciuto moltissimo negli ultimi dieci anni, quintuplicando le sue dimensioni, passando da un valore di 100 a circa 500 miliardi. Le aziende, dunque, si finanziano sempre di più tramite mercati finanziari e meno attraverso il tradizionale sistema bancario. Questa crescita è stata determinata dal progressivo processo di disintermediazione bancaria. Dopo la crisi del 2008 – con i fallimenti ban-

cari, le strette regolatorie del mercato e l'avvento di Basilea IV - una grossa parte del debito corporate, in precedenza erogato sotto forma di prestiti bancari, è stato sostituito da emissioni obbligazionarie sottoscritte da investitori istituzionali. La crescita dimensionale del mercato europeo rende i corporate bond, ed in particolare il segmento HY, una asset class sempre più liquida e più diversificata, facendone un ambito di interesse e un'opportunità anche per il mondo retail. Gli investitori possono contare sul fatto che molte delle aziende all'interno del segmento high yield europeo sono multinazionali e leader di mercato: tra i nomi italiani, per esempio, troviamo TIM, Webuild, Leonardo, e alcune emissioni di Unicredit.... Gli emittenti italiani rappresentano una percentuale sempre più

importante. Infatti, se nel 2012 l'Italia rappresentava poco meno del 3%, oggi vale ben il 20% del mercato HY europeo ed è diventata il primo mercato di questo settore. I tassi di interesse ai minimi storici nel corso degli ultimi dieci anni hanno indubbiamente stimolato la crescita del settore High Yield.

**Prodotti liquidi
con la possibilità
di verificare
il proprio
investimento**

**Il nostro Paese
vale il 20%
di un mercato
che è arrivato
a toccare
quota
500 miliardi**



Andrea Pescatori.

Amministratore delegato
di Ver Capital

In un contesto in cui le politiche monetarie rimangono molto accomodanti e circa 13 trilioni di titoli obbligazionari (principalmente governativi e Investment Grade) offrono rendimenti negativi, l'asset class obbligazionaria corporate high yield rappresenta una risposta per chi cerca ritorni ed al contempo una volatilità e rischio più contenuti rispetto all'equity. Ad oggi i rendimenti euro HY sono interessanti, infatti si attestano attorno al 4% con una duration media pari a circa 4 anni. La soluzione migliore per avvicinare questo mercato per un investitore retail è quella di acquistare un fondo, sia perché nella maggior parte dei casi l'investimento minimo su una singola obbligazione parte da 100mila euro, sia perché il fondo consente di beneficiare di una gestione attiva, con diversificazione dell'investimento su più aziende e settori, realizzata da professionisti. Tra i protagonisti di questa asset class Ver Capital è una società di gestione indipendente che segue il mercato High Yield europeo sin dagli inizi. I fondi gestiti da Ver Capital in questo mercato sono

prodotti semplici nella loro strategia di gestione, non hanno importi minimi di acquisto e non hanno né commissioni di entrata né di uscita; vi è la totale libertà di movimentare qualsiasi importo in qualunque momento senza oneri. Sono prodotti liquidi, su cui si entra e si esce ogni giorno, con la possibilità di verificare quotidianamente il valore del proprio investimento e che distribuiscono cedole sulla base dei rendimenti realizzati. La gestione di questi fondi è improntata all'analisi fondamentale, ovvero allo studio del modello di business degli emittenti e del mercato in cui operano, stressandone e valutando gli elementi di potenziale criticità. Ver Capital è uno dei pochi player italiani attivi su tutta la gamma del credito: obbligazioni high yield, corporate loans, private debt. Ver Capital serve attualmente, con i propri prodotti, sia investitori istituzionali che retail: questi ultimi proprio sul fronte dei prodotti obbligazionari HY. ♦

MBA

Master Universitario in Business Administration

Di cosa si tratta?

Programma formativo a tempo pieno di un anno, rivolto a laureati di tutte le aree disciplinari, che intende formare figure professionali capaci di supportare la Direzione delle PMI

Perché questo MBA?

- Elevata employability
- Mix tra teoria e pratica
- Forte enfasi sulle soft skills
- Numerosi laboratori e project work
- Percorso estremamente professionalizzante
- Elevato coinvolgimento delle aziende partner
- 4 mesi di «training on the job» grazie allo stage obbligatorio
- Faculty composta da Docenti universitari, manager e professionisti di elevato profilo

Due modalità di erogazione:

- distance learning (didattica online)
- tradizionale (didattica in aula)

Info e iscrizioni:

Coordinamento Organizzativo
Alessia Graziani, Federica Paoli
011/6399205-244

Direttore
Prof. Stefano Bresciani
stefano.bresciani@unito.it

Informazioni di dettaglio
(*ammissione, costi, programma*):
www.saamanagement.it

SAA – School of Management, Via Ventimiglia, 115, 10126 Torino





Più occupati Puglia da record

Mauro Zangola

Torino

Nelle ultime settimane si sono moltiplicati i segnali di ripresa dell'economia italiana sulla base di previsioni svolte da organismi pubblici e privati. Uno dei più autorevoli è l'OCSE che a luglio ha diramato il suo Bollettino sulle Prospettive Economiche dal quale risulta che in Italia il PIL crescerà del 4,5% nel 2021 e del 4,4% nel 2022. Secondo queste stime, il PIL dell'Italia dovrebbe tornare ai livelli pre-pandemia del 2019 nella seconda metà del 2022. Quanta di questa crescita si tradurrà in nuovi posti di lavoro? In che misura la ripresa già in atto nel nostro Paese sarà in grado di ridurre i disoccupati e, soprattutto, l'esercito delle persone inattive in età da lavoro cresciute a ritmi assai sostenuti nel 2020 e nei primi mesi di quest'anno? Quanta di questa ripresa fornirà nuove occasioni di lavoro alle categorie più deboli: le persone poco qualificate, i giovani e le donne? Una domanda più che legittima alla quale stando ai dati più aggiornati,

possiamo dare risposte parziali, molto differenziate a livello territoriale e, nel complesso, poco confortanti. Nei giorni scorsi il Ministero del lavoro e delle Politiche Sociali ha pubblicato il Rapporto sull'andamento dei rapporti di lavoro alle dipendenze attivati e cessati nel 2° trimestre 2021. Una categoria di lavoratori molto importante che rappresenta più del 70% degli occupati, in crescita prima dell'inizio della pandemia a differenza del lavoro autonomo coinvolto in una crisi che non sembra aver fine. Secondo questa importante fonte di dati amministrativi nel 2° trimestre 2021 in Italia sono stati attivati 1.742.000 rapporti di lavoro; rispetto al 1° trimestre 2021 il numero dei rapporti attivati è sceso del 24%. Nello stesso periodo i rapporti di lavoro cessati sono stati 1.800.000. Rispetto al trimestre precedente le cessazioni sono aumentate del 13%. Per effetto di questi andamenti il "saldo" tra rapporti di lavoro avviati e cessati è passato da +699.405 a -58.413.

Nell'arco dei 6 mesi sono il saldo è positivo per 640.992 unità. Il risultato ottenuto a livello nazionale è il frutto di situazioni assai differenziate a livello regionale. I risultati meno confortanti e nello stesso tempo sorprendenti sono stati attenuati nelle due regioni leader del vecchio triangolo industriale. Il Piemonte e la Lombardia. In Piemonte, nell'arco dei sei mesi, il saldo tra rapporti di lavoro avviati e cessati è stato positivo ma molto contenuto (+1346); in Lombardia praticamente nullo (-21). Hanno fatto molto meglio le altre regioni del Nord e, sorprendentemente, anche quelle del Sud. In Veneto il saldo è +74.668; in Emilia Romagna +73.668; in Toscana +33.523; nel Lazio +33.155, in Campania +73.252, ma la palma per la migliore performance se la aggiudica la Puglia dove il saldo fra rapporti di lavoro avviati e cessati nell'arco dei primi 6 mesi del 2021 è risultato pari a + 121.877. Si tratta di un risultato che è la somma di andamenti positivi dei saldi in entrambi i trimestri, mentre tutte le altre regioni hanno registrato valori negativi del saldo nel 2° trimestre per effetto di cadute anche consistenti dei rapporti di lavoro avviati e di aumenti altrettanto significative dei rapporti di lavoro cessati. E difficile trarre da questi dati indicazioni fondate su quale sarà l'evoluzione del mercato del lavoro in Italia nei prossimi mesi. ♦

Il Futuro



Come raggiungere obiettivi di business e autonomia nell'orario

Cristina Vercerni
Milano

L'anno e mezzo appena trascorso ha avuto un grande impatto su vari aspetti della vita professionale, cambiando routine e metodi di lavoro. Ma la nuova normalità ha modificato anche la valutazione della performance di dipendenti e collaboratori? E se sì, come? Per restituire una fotografia dell'attuale situazione sul tema hr performance evaluation, InfoJobs, la piattaforma numero 1 in Italia per la ricerca di lavoro online, ha interpellato gli hr delle aziende clienti su tutto il territorio nazionale, la maggior parte delle quali sotto i 50 dipendenti. Il primo dato che emerge è che le aziende non hanno cambiato, rispetto al passato, le loro tradizio-

nali modalità di valutazione delle risorse (65,2%), che rimangono efficaci per il proprio business. Ma sono mutati i parametri di valutazione: nella nuova normalità la voce fondamentale è l'autonomia nella gestione del lavoro (31,8%), seguita dalla capacità di ideare e integrare nuove modalità di comunicazione dei risultati (27,3%), ma anche nuovi modi di condividere e fare squadra (22,7%), soprattutto nel nuovo contesto di lavoro agile. Ma come viene effettuata, attualmente, la valutazione di una risorsa? Dal punto di vista metodologico, il più utilizzato rimane il colloquio periodico (79,4%) che permette di scambiare opinioni in un confronto diretto, spesso af-

fiancato dalla compilazione di un file condiviso con obiettivi, task e valutazione (27,9%) o da una scheda riassuntiva a cura del valutatore (19,1%). È invece ancora poco utilizzato (10,3%) il sistema gestionale online, che permette di affidarsi a uno strumento esterno, oggettivo e strutturato.

**Il colloquio
periodico resta
il metodo
più utilizzato
per "ascoltare"**

**Sondaggio
su come la nuova
normalità
ha modificato
anche la valutazione
della performance
di dipendenti
e collaboratori**

InfoJobs.

La piattaforma per la ricerca del lavoro online

© Foto di Daria Shevtsova da Pexels



La valutazione è affidata per la maggior parte al diretto responsabile/manager in linea gerarchica (35,3%), ma anche a più figure (23,5%) che comprendono oltre al responsabile diretto anche risorse umane, top management e a volte un consulente esterno. Il coinvolgimento diretto e attivo del professionista è ancora poco utilizzato: solo il 32,4% dei rispondenti dichiara di avere in piano un percorso di autovalutazione per tutte le figure aziendali, l'8,8% lo prevede solo per il top management, mentre oltre la metà delle aziende dichiara di preferire solo la valutazione top down (58,8%). Dal punto di vista della periodicità, lo sviluppo e le performance di un collaboratore vengono messe sotto la lente d'ingrandimento soprattutto con cadenza annuale (30,9%) oppure su richiesta della risorsa (26,5%) anche se, a detta delle aziende rispondenti, l'ideale sarebbe un percorso continuativo di monitoraggio progressivo (30,9%), o almeno una cadenza trimestrale (26,5%).

Dovendo fare un bilancio su che cosa abbia più valore oggi, rispetto al passato, nella valutazione delle performance, le aziende sono d'accordo: il raggiungimento dei risultati di business prefissati è fondamentale (57,4%) e a esso fa seguito la capacità di innovare e la flessibilità nell'adattarsi a richieste e cambiamenti (42,7%). Il rispetto delle skills richieste dal relativo livello professionale, in una scala gerarchica, è al terzo posto (29,4%). E le aziende sono d'accordo anche su quello che ormai conta meno nella valutazione: perde terreno il 'cartellino', le ore passate sul posto di lavoro non sono determinanti (39,7%), così come non è ormai importante il luogo dove viene eseguito il lavoro (33,9%). →

"Il periodo che ci stiamo lasciando alle spalle - commenta Filippo Saini, head of job di InfoJobs - ha cambiato per molte modalità di lavoro e gli assetti del lavoro tradizionale. Questo mutato contesto sta cominciando ad avere effetti sulle aziende e a creare nuove necessità, come un'evoluzione dell'analisi della performance. Un passaggio non semplice né immediato, che richiede innanzitutto un attento studio delle nuove priorità dell'azienda:

sapendo quali sono gli obiettivi di business, possiamo capire quali sono le risorse realmente performanti o come fare per renderle tali". Un altro segnale positivo che testimonia la voglia delle aziende di guardare alle sfide future investendo sulle proprie risorse per potenziarne le performance, è la propensione delle stesse a investire ancor di più in formazione; il 72% delle aziende ha potenziato l'offerta formativa per i dipendenti, rafforzando l'offerta dei corsi

Propensione delle aziende ad investire in formazione

già a disposizione (35,4%) che quindi sono risultati vincenti, o sviluppato la modalità e-learning grazie a partnership e accordi con enti formatori (27,1%). ♦

Imprenditori. @Foto di Ivan Samkov da Pexels



Aiutiamo le imprese a **reperire capitali** per cogliere **nuove opportunità** di business ed **espandere** l'ambito di operatività.

Per innovare costantemente i processi e i prodotti aziendali diventa strategico l'accesso al mercato del capitale, sia esso a debito oppure in equity.

In questo quadro il supporto di professionisti esperti nella consulenza e dell'intermediazione può fare la differenza.

Siamo specializzati in

- Bond e mercati finanziari internazionali
- Nuove fonti finanziarie
- Ristrutturazioni societarie
- Debt structure audit
- Debt restructuring consulting

Le nostre sedi

- Torino
- Cuneo
- Firenze
- Arezzo
- Roma

info@europeadvisorysrl.com

Lo studio



Lavoro sostenibile I cardini sono equità e meritocrazia

Rossana Bottari
Roma

Maggiore autonomia, disponibilità al cambiamento, ingaggio e motivazione ad investire sul proprio percorso professionale: questo il quadro che emerge indagando la percezione che le aziende hanno delle condizioni dei loro dipendenti in questo particolare momento storico. Non mancano segnali di stress, stanchezza e timore, maggiormente avvertiti nelle aziende che non prendono in considerazione la sostenibilità. In un momento storico caratterizzato da transizioni demografiche, tecnologiche ed ecologiche, si deve sostenere e agevolare la cooperazione fra persone, organizzazioni, corpi intermedi, parti sociali, mondo della scuola e istituzioni per contribuire a realizzare uno sviluppo sostenibile. In questo contesto Gi Group - pri-

ma multinazionale italiana del lavoro - è profondamente convinta che il lavoro debba assumere centralità e debba essere reso sostenibile per le persone, le organizzazioni e la società. Per questo Gi Group ha deciso di impegnarsi in un percorso che ha l'obiettivo di definire un modello di lavoro sostenibile, che possa essere concreto, misurabile e replicabile. GiGroup ha condotto una survey da a livello nazionale (su un campione di 200 aziende e di 1.000 persone, tra i 15 e i 64 anni, statisticamente significativo per generazione, sesso e area geografica) con l'obiettivo di avere una fotografia della percezione di aziende e persone, comprendere quali priorità e iniziative si aspettano dalle istituzioni, oltre alle priorità nella ricerca di lavoro. La pandemia ha portato le organiz-

zazioni ad investire maggiormente in smart working, digitalizzazione, flessibilità: le realtà che già sono attive o certificate rispetto al tema della sostenibilità e le realtà di grandi dimensioni, hanno mostrato una maggior implementazione di queste soluzioni, evidenziando allo stesso tempo un minore impatto sulla riduzione di produttività e di risultati economico-finanziari.

**I risultati
della ricerca
su grandi
e medie
imprese**

Otto aziende su 10 ritengono i propri dipendenti ingaggiati, autonomi, aperti al cambiamento e motivati

Studio Gi Group.

Multinazionale del lavoro

©Foto di Marc Mueller da Pexels



Gli elementi che rendono sostenibile il lavoro per aziende e lavoratori. Le aziende ritengono che la misura più importante per favorire la sostenibilità del lavoro consista nell'investire nelle politiche attive del lavoro. Tra gli elementi ritenuti rilevanti per rendere un lavoro sostenibile emergono meritocrazia equità e inclusione ambiente di lavoro positivo e sicurezza del lavoro (sicurezza nel medio-lungo periodo, sostegno nelle transizioni, solidità aziendale), indicati da oltre il 45% delle imprese con un voto pari a 9 o 10. Le aziende già attive o certificate rispetto alla sostenibilità ritengono che gli elementi principali per rendere il lavoro sostenibile siano sviluppo personale e professionale (61,8%), meritocrazia equità e inclusione (59,2%), ambiente di lavoro positivo (59,2%) e innovazione (57,9%). Le aziende di piccole dimensioni indicano come terza voce per rendere il lavoro sostenibile gli aspetti economici (retribuzione, benefit e welfare soddisfacenti) (43,2%) mentre le grandi danno a tutte le voci importanza maggiore e indicano al secondo posto, al pari di sicurezza, lo sviluppo personale e professionale (51,8%) e al terzo posto aspetti economici e

management (50%). Per i lavoratori, gli elementi che rendono un lavoro sostenibile sono la regolarità (contratto, contributi, pagamenti) (46,9%), a cui seguono equità e meritocrazia (40,2%) e la corretta intensità del lavoro, indicata da circa il 40% del campione, e la retribuzione di benefit e welfare soddisfacenti 37%. Quando le persone ricercano un lavoro, oltre la metà del campione vorrebbe svolgere un lavoro che lo appassiona e oltre un quarto preferirebbe un contratto a tempo indeterminato. Analizzando il dato per generazione, l'ordine delle preferenze non cambia. Tuttavia, nella Generazione Y cresce l'importanza attribuita al contratto a tempo indeterminato (con la percentuale più alta rispetto agli altri cluster 35,1%), mentre scende sotto il 50% la percentuale di chi vorrebbe un lavoro che li appassiona (42,0%). ♦

Approfondimento



Un supporto per affrontare questo periodo di difficoltà

Cristina Pacina
Roma

Il Senso di solitudine, claustrofobia da appartamento, disturbi del sonno, accompagnati da angoscia, paura, stress emotivo: sono alcuni degli effetti del lockdown imposto per sconfiggere l'emergenza Covid19. Per far fronte a questo trauma collettivo nasce www.glipsicologionline.it, la piattaforma online ottimizzata per navigazione mobile che offre gratuitamente a tutti i cittadini un servizio di consulenza psicologica grazie alla collaborazione di numerosi esperti iscritti all'albo nazionale. A 48 ore dal lancio, sono già state effettuate 600 ore di ascolto con 75 psicologi. Quando le risorse personali sembrano azzerarsi ed emergono le difficoltà emotive è necessario l'interven-

to di un professionista che possa rappresentare una guida affidabile per farsi accompagnare in un cambio di prospettiva, che possa aiutare a cogliere un'opportunità in questa situazione di criticità, che possa suggerire come convivere con le proprie emozioni e comportarsi nei confronti dei propri conviventi o dei figli, che possa normalizzare ciò che si sta vivendo e dare informazioni su come la mente reagisce nelle situazioni stressanti. A maggior ragione, un supporto è necessario quando un familiare si ammala e la separazione diventa necessaria o, ancora di più, nel caso si debba affrontare un lutto a distanza e in mancanza di un rito che aiuti a rielaborarlo.



**Arriva
glipsicologionline.it
piattaforma
gratuita
per tutti
in tempo
di restrizioni**

Psicologi. Per aiutare chi è in difficoltà



Come funziona? Su www.glipsicologionline.it è possibile prenotare in forma anonima fino a tre colloqui psicologici con uno specialista iscritto all'albo nazionale. I professionisti sono presentati con foto, nome e ambito di specializzazione così da consentire a chiunque di rivolgersi alla persona più adatta ai propri bisogni. Le sedute avvengono a distanza in video conferenza o solamente con voce, durano circa 30 minuti e la privacy di chi ne usufruisce è garantita dalla piattaforma che usa la cifratura end-to-end e dalla deontologia degli psicologi, psichiatri e neuropsichiatri abilitati. I quali si asterranno dal fornire suggerimenti o indicazioni di natura medica. Le sessioni non sostituiranno una terapia psicologica, ma sono da intendersi come interventi mirati a superare la complessità emotiva di questo momento. Durante gli incontri verranno accolti i bisogni del paziente, avviato un lavoro di stabilizzazione degli stati emotivi e di decompressione dello stress. Al presentarsi di casistiche complesse e specifiche, come i casi di violenza domestica e di valutato rischio di suicidio, il professionista indirizzerà i pazienti verso i servizi territoriali o gli ordini regionali di riferimento. ♦

www.glipsicologionline.it è nato da un'idea di Mauro Orso, startupper e ad di WiD.academy, presidente di AnomaliaStudio e di Collegamenti Italia Onlus: in questo progetto è responsabile del team di assistenza e si occupa dell'operatività. Collabora come referente per gli psicologi Mattia Cis, psicologo psicoterapeuta, membro practitioner dell'associazione Emdr Italia, docente e supervisore presso Iserdip Milano. Giovanni Benedetti, amministratore delegato di shots.it, è responsabile della divisione tecnologica e implementazione web. Hanno scelto di sostenere www.glipsicologionline.it Paolo Stella, Cristina Fogazzi, M&C Saatchi, Wid Academy e Mysweetquarantine, che insieme contano oltre un milione di follower.

Orizzonti internazionali



Saint Martin

La corsa per ripartire

Irene Bertucci*
Roma

Con una superficie di 87 km², l'isola è il territorio abitato più piccolo del mondo ad essere diviso fra due stati diversi: la parte meridionale, nota come Saint-Martin, faceva parte delle Antille Olandesi fino al 2010, mentre ora è diventata una nazione costitutiva del Regno dei Paesi Bassi; la parte settentrionale comprende la Collettività di Saint-Martin ed è una comunità d'oltremare dipendente della Francia, che fino al 21 febbraio 2007 era compresa nel territorio della Guadalupa. I dati della pandemia a Saint Martin, sia lato francese che lato olandese restano preoccupanti. A causa dell'attuale situazione anche i viaggiatori completamente vaccinati potrebbero essere a rischio di contrarre e diffondere varianti di COVID-19.

L'isola che ha nel turismo la principale, se non l'unica, fonte della sua economia inizia ad avere concreti segnali di difficoltà. Le numerose spiagge cristalline, meno affollate nella parte francese a maggiore vocazione naturalista e decisamente più votate al divertimento nel lato olandese, insieme alla capacità di offrire vacanze per tutti i generi e per tutte le tasche (dal turismo all-inclusive sino ai proprietari dei mega yacht che fanno assistenza e rifornimento nei porti super attrezzati dell'isola), sommato al vantaggio di disporre di un aeroporto internazionale (dove si può vivere l'emozione di vedere atterrare gli aerei pochi metri sopra la propria testa mentre si sta in spiaggia) hanno da tempo fatto dell'isola una delle mete più richieste dei Caraibi. Saint Martin

è anche centro di iniziative bizzarre come quella che due eccentrici inglesi, William Slayter e John Coward hanno realizzato nel 1994 nella parte francese: si tratta della "Fattoria delle Farfalle", una specie di "campana di vetro" che custodisce oltre 40 specie viventi di farfalle, in uno scenario caratterizzato da splendidi giardini con svariate specie botaniche floreali, piccole cascate, stagni tropicali popolati da pesci giapponesi, il tutto condito da un sottofondo di musica ipnotica. Per la verità, l'iniziativa non fu fortunata nel primo periodo della sua vita: dopo solo un anno dalla sua fondazione, infatti, la struttura fu completamente distrutta da un furioso uragano, e ai suoi fondatori, privi persino della copertura assicurativa, non rimase altro che ricostruire da

Anche la "Fattoria delle Farfalle" tra le attrazioni dell'isola

Saint Martin. © foto Wikimedia Commons



zero la fattoria, chiedendo prestiti ad amici e familiari, dotandosi questa volta di una solida polizza multi sinistri. Con l'avvento e il persistere della pandemia Covid-19 Saint Martin si trova a dover esaminare come poter ancora sopportare la riduzione del turismo intercontinentale, in specie quello europeo e statunitense che anche grazie al cambio per il fiorino delle Antille olandesi ancora in uso sul versante Orange dell'isola consentiva prosperosi introiti agli operatori del settore. Nel 2016, quasi 1,8 milioni di visitatori sono giunti sull'isola con una nave da crociera e circa 500.000 visitatori sono arrivati attraverso l'aeroporto internazionale Princess Juliana. Il turismo crocieristico a St. Martin ha generato occupazione diretta per 4.897 residenti che hanno guadagnato \$ 101,6 milioni di salari annuali. Aggiungendo il contributo indiretto che risulta dalla spesa di quelle imprese locali che sono i destinatari diretti delle spese dei passeggeri, dell'equipaggio e delle compagnie di crociera, il settore crocieristico

diretto ha generato un contributo totale per l'occupazione di 9.259 posti di lavoro e \$ 189,1 milioni di salario durante l'anno di crociera 2015/2016. Questa analisi denominata "Contributo economico del turismo alle economie di destinazione" della spesa relativa alle crociere e il suo impatto sulle economie delle filiere coinvolte in questo business è stata condotta da Business Research and Economic Advisors (BREA) per conto della Florida-Caribbean Cruise Association (FCCA) e le destinazioni di crociera partecipanti un'analisi. Sembrava un mercato sempre più in espansione ma l'uragano violento del 2017 e la pandemia dal 2019 hanno messo in ginocchio l'economia turistica dell'isola e proprio l'appartenere a due stati sovrani Europei ha consentito ai residenti franco olandesi di non tracollare definitivamente. In questa stagione in corso si aspettavano dei timidi segnali di ripresa per il turismo ma la variante Delta ha completamente falcidiato le prenotazioni dal nord America (Usa e Canada) senza contare ancora le

restrizioni e le eventuali quarantene di rientro a carico turisti europei. In conclusione voglio ricordare come, riottenuta l'isola dagli spagnoli nel 1621, decisero i francesi e gli olandesi di stabilire i confini tra le due parti. Un giorno alle prime luci dell'alba un corridore francese da nord e un corridore olandese da sud partirono stabilendo che il confine sarebbe stato il punto del loro incontro, il francese si dimostrò un po' più veloce dell'olandese (la leggenda dice che questi aveva fatto qualche sosta in più per bere ma non acqua) ecco perché la parte dell'isola francese è più grande di quella olandese. Non è un caso che al nord francese sono più salutisti e un turismo più slow mentre nella parte olandese prevalgono alcol, vita notturna e casinò. Comunque adesso ci sarà da correre per entrambe le parti per far ripartire l'economia turistica di Saint Martin.♦

* PhD Economics and Development
LUISS

Voci artigiane



"Francia partner ideale per il turismo"

In collaborazione con CNA
Cuneo

Si è svolta presso l'ex Chiesa di San Francesco una conferenza di approfondimento sul tema turistico dal titolo "Visitez l'Italie" con il contributo della Camera di Commercio di Cuneo e Fondazione CRC. Dopo i saluti iniziali della Presidente della Camera di Commercio di Nizza Patrizia Dalmasso e l'Assessore al Turismo del Comune di Cuneo Luca Sarale, hanno sfilato al microfono le personalità locali del mondo dell'accoglienza cuneese oltre che numerosi volti delle istituzioni Piemontesi e Liguri. Il Consigliere Regionale Paolo Bongioanni, il Presidente di CNA Cuneo Mauro Carlevaris, il Vice presidente della Fondazione CRC Ezio Raviola, i Presidenti delle ATL di Cuneo e Langhe e Roero Mauro Bernardi e Luigi Barbero, il Presidente di Federalberghi Cuneo Giorgio Chiesa, Il Presidente del Miac Marcello Cavallo, il Vice Presidente Vicario della Camera di Commercio di Cuneo Luca Chiappella, nonché la presidente del Comitato Polo Food Wine Annalisa Genta. Un nutrito parterre che ha permesso di convogliare gli interessi del settore economico più colpito dalla crisi da Covid 19 per discutere di opportunità





**Cna Cuneo
e la Camera
di Commercio
Italiana di Nizza
hanno organizzato
la conferenza
sul Turismo
della ripresa**



Visitez l'Italie.
La conferenza sul Turismo
della Cna Cuneo

di ripresa e necessari collegamenti e collaborazioni tra Italia e Francia. "Dobbiamo puntare ad una visione più dinamica del concetto di turismo, oltrepassando confini e regioni per proporre un'offerta più ampia ed arricchire le soluzioni disponibili al cliente finale. Per una regione di confine come il Piemonte, la Francia rappresenta il partner ideale nella costruzione di progettualità stabili e innovative" ha spiegato la Presidente Patrizia Dalmasso. In quest'ottica la Camera di Commercio Italiana di Nizza propone da più di un anno due applicazioni e guide turistiche multi-lingua per visitare l'Italia e la Costa Azzurra che prendono il nome rispettivamente di Visitez l'Italie e Costazzurra.

IL PROGETTO 10 COMUNI

Dopo la presentazione delle opportunità di promozione della Camera di Commercio Italiana di Nizza attraverso i progetti turistici e l'Applicazione Visitez l'Italie, è andato in onda un video rappresentativo delle destinazioni aderenti all'iniziativa 10 Comuni: Cuneo, Genova, Imperia, La Spezia, Bra, Alassio, Urbino.

Destinazioni che hanno creduto e puntato sulla promozione turistica in un grave momento di crisi e che oggi beneficiano di risultati eccezionali in termini di presenza francese in città. I rappresentanti di queste municipalità hanno poi preso la parola per spiegare l'unità di intenti e l'importanza di aderire ad un progetto di promozione turistica in Costa Azzurra, come quello promosso dalla Camera.

Erano presenti Magda Rosso, in rappresentanza della città di Alassio, Giuseppe Fossati, vice Sindaco di Imperia, Biagio Conterno Assessore al Turismo del Comune di Bra.



L' iniziativa non si é limitata all sola conferenza. Cuneo, nominata capitale del progetto Visitez l'Italie 2021, ha ospitato una delegazione di giornalisti francesi. Due giorni di approfondimento sulla promozione turistica, l'evoluzione e la trasformazione delle città italiane, con focus sulla gastronomia, l'outdoor, la storia e la cultura che legano alcune destinazioni di confine alla vicina Francia. Un'esperienza che ha coinvolto sette articolisti francesi, delle più rinomate testate della Costa Azzurra, che hanno intrapreso un viaggio incoming di conoscenza attraverso la città Piemontese, meta che vanta peraltro uno storico gemellaggio con la città di Nizza. I giornalisti hanno goduto della visita alla città con un pranzo presso il Ristorante dell'Hotel Lovera Palace, a base di prodotti del

territorio, e accompagnati da una guida turistica, hanno avuto il piacere di scoprire la storia affrescata delle sale Comunali, nonché le vicende della Resistenza e l'evoluzione architettonica di una città fortezza, le cui mura sono state abbattute solo nel 1801 con l'arrivo di Napoleone e che da Via Roma a Piazza Galimberti manifesta oggi il pieno della sua bellezza. Dopo la degustazione di un gelato artigianale presso il rinomato bar del Corso e una degustazione di Birre al Baladin di Piazza foro Boario, la delegazione francese ha anche goduto di una vista dall'alto, con una visita notturna alla magnifica Torre civica. L'indomani, con il ritorno in Costa Azzurra, i giornalisti conservano il ricordo di un territorio eccezionale, seconda tappa dei viaggi organizzati dalla Camera di Commercio di Nizza nell'ultimo anno; la città di Cuneo verrà raccontata sulla carta stam-

Cuneo capitale del progetto Visitez l'Italie

pata e i suoi itinerari diffusi sulle più importanti emittenti della Costa Azzurra, con l'obiettivo assicurato di promuovere chi come la città Piemontese, crede nelle iniziative turistiche della Camera di Commercio Italiana di Nizza. Nel frattempo personalità e istituzioni del mondo turistico hanno acquisito una consapevolezza assoluta: turismo é unione, collaborazione e relazioni. Solo attraverso una rete di iniziative ed una visione futuristica si può costruire l'accoglienza di oggi e di domani.

©Foto di archivio



È in edicola

giornale delle Assicurazioni

N. 2 LUGLIO 2021 € 5

Newspaper

N. 2 LUGLIO 2021 | € 5



L'associazione, guidata da Simone Ranucci Brandimarte, ha definito un piano di 13 punti per realizzare una vera rivoluzione digitale nel mercato assicurativo



INSURTECH OBIETTIVO UN MILIARDO DI INVESTIMENTI

ABBONATI!

Un nuovo servizio per la formazione
dei professionisti dell'Associazione
italiana brokers di assicurazioni

Il tradizionale momento di incontro promosso dall'associazione ha messo in luce la figura del Risk Manager

**CON SOLI 25,00 EURO AVRAI DIRITTO A RICEVERE 5 NUMERI
E CON 23,00 EURO LA VERSIONE DIGITALE IN PDF**

Chiama il n.0171.392201 (dalle 8,30 alle 12,30)

Invia una email a diffusione.newspapermilano@gmail.com

Conto corrente bancario n IT44U0853001000000260109959
intestato a PAPER-ONE S.R.L.

Visita il sito www.newspapermilano.it



In Toscana nasce il primo “Atelier del vino”

David Taddei
Chianti

Anche nei luoghi e nei lavori dove la tradizione è più forte, c'è sempre spazio per l'inventiva e la creatività. Nel cuore del Chianti Classico, dove si produce vino da secoli, forse da millenni, le regole sembrano codificate. Eppure un giovane vignaiolo, partendo da zero, ha ribaltato il tavolo su come si commercializza un vino di grande qualità, tra lo scetticismo generale. Niente canale Horeca, niente Gdo e neppure enoteche, addirittura nessuna rete di vendita: Il suo vino si vende solo nella cantina e on line. Non è una scelta figlia del Covid, risale a 7 anni fa. Lui è Sergio Sardelli e l'azienda vinicola è “Il Cellesse”. **Quando hai deciso di dedicarti a questa avventura**

Nel 2000, ma ho impiegato molto tempo per imparare a fare l'agricoltore, poi ho iniziato a vendere l'uva, dopo il vino sfuso e finalmente nel 2013 sono partito con la mia produzione”. **Da dove hai cominciato?** Intanto tornando a casa. Mi ero trasferito in Spagna con i genitori che erano nel mondo della moda, ero uno studente universitario. Però mi mancava qualcosa. Così alla fine, sono tornato nel mio Chianti dove sono cresciuto. A Villa Rosa, una cantina storica. Però mancava ancora qualcosa. Così ho chiesto ai parenti il mio 25%, prendendo le vigne di Cellesse, utilizzate per la Riserva, e un rudere. Così sono partito. **I primi anni saranno stati duri**



Sergio Sardelli
**“Riesco a vendere
le mie bottiglie
senza una rete
commerciale”**

Nel Chianti. Un'idea innovativa per vendere vino di qualità



Durissimi, non avevo alcuna esperienza e c'era da ricostruire tutto, dal casolare alla vigna, pur essendo in una delle zone più vocate del Chianti Classico. Ho piantato personalmente le mie viti una per una. Devo ringraziare i vecchi contadini di Villa Rosa che nel loro tempo libero venivano ad aiutarmi. **Come ti hanno accolto i vignaioli del Chianti?** Bene alcuni. Altri, pochi in verità, mi hanno aiutato a capire il mestiere. Qualcuno invece mi ha accolto con molto scetticismo. Li capisco, ero giovanissimo, senza esperienza diretta, facevo investimenti enormi e, per loro, avevo idee un po' bislacche. Quando iniziai a imbottigliare mi presero un po' per matto!



Nei tunnel della cantina

Dal 2013 nella cantina di Maltraverso, collocata nei sotterranei dell'omonima villa, risalente al diciottesimo secolo, si producono e affinano i vini de Il Cellesse. Situata a brevissima distanza dalla superstrada che collega Firenze e Siena è facilmente raggiungibile. La storia di questi locali è affascinante. Scoperti quasi per caso sul fianco di una vecchia collina, Sergio Sardelli se ne innamora e decide di recuperarli. La cantina è composta da tre tunnel scavati nel tufo, che mantiene costanti temperatura e umidità, e rappresentano, oltre ad uno scenario stupendo, anche il luogo dalle caratteristiche perfette per l'invecchiamento e l'affinamento del vino. I tunnel, durante la Seconda Guerra Mondiale, furono il rifugio e la sicurezza per tutti i contadini delle campagne circostanti che cercavano riparo dai massicci bombardamenti che colpirono la zona. La cantina si trova ad una profondità che varia dai 3 ai 20 metri ed è scavata dentro la collina. I tunnel sono stati bonificati dalle radici delle piante soprastanti e dai sedimenti depositati in decine di anni di abbandono e riportati all'antico splendore, mantenendo i pavimenti e le strutture originali in cotto.

Nel primo tunnel c'è il ricevimento delle uve fresche. Raccolte a mano arrivano direttamente dai terreni de Il Cellesse in piccole cassette da 18 kg ciascuna. La fermentazione avviene in vasi vinari d'acciaio a temperatura controllata.

Nel tunnel più profondo si trovano le botti e le barrique in rovere francese per l'invecchiamento. I vini più giovani rimangono qui per 9 mesi, mentre, quelli più pregiati, per tre anni. In questo tunnel sta gran parte del segreto del buon invecchiamento dei vini poiché naturalmente permangono a 16°C e 85% di umidità.

Una volta imbottigliati, i vini più pregiati (Riserva e Gran Selezione) riposano per un periodo variabile da uno a due anni nel terzo tunnel, della capacità di 22mila bottiglie, dedicato all'affinamento.

Nel 2018, la zona d'ingresso alla villa che nei secoli scorsi doveva fungere di atrio e probabilmente punto di arrivo per carrozze e cavalli, è stata ristrutturata ricavando la sala degustazione e ristorante, punto nevralgico della cantina che crea un continuum tra i tunnel. Oggi Il Cellesse produce circa 40mila bottiglie ogni anno.

Mi dicevano: il vino si è sempre venduto così, perché cambiare? E a me non tornava. Soprattutto non tornavano i conti, vedevo la sproporzione fra la quantità e il valore del lavoro in vigna e in cantina, con un sistema commerciale a vantaggio dell'intermediario e non del produttore. I piccoli vignaioli che hanno continuato con quel format o avevano già un brand molto forte oppure hanno fallito, i margini erano e restano, troppo risicati. Cambiare mi sembrava una strada obbligata. **Se voglio acquistare le tue bottiglie come posso fare?** Solo in due modi. Ti colleghi allo shop virtuale del

sito o vieni da me in cantina. **Come fai a far tornare i conti senza rete commerciale?** Diciamo che li faccio tornare proprio grazie a questo, proprio perché non ce l'ho. **Raccontaci come è possibile?**

Aziende piccole, come la mia, non possono seguire una tipologia di vendita dove il prodotto non viene economicamente apprezzato. Sono strategie valide per i grandi produttori ma non per le winery boutique come siamo noi. Io e il mio team puntiamo sul rapporto diretto e sul nostro wine club. **Si dice che il tuo wine club sia molto esclusivo.** Con noi puoi seguire tutti gli step della vinificazione. Ogni cliente può disegnare la pro-

"Un wine Club esclusivo Ne fanno parte 35 persone"

pria etichetta e chiamare il suo vino con il nome che preferisce. **Il tuo Wine Club è gratuito?** Non tutti possono far parte del Wine Club, puntiamo sulla qualità del vino e delle persone. E per questo c'è il numero chiuso, solo 35 persone ne fanno parte e ovviamente non è gratuito. Aggiungo che siamo al completo, con lista di attesa. **Da dove vengono i membri del tuo club?** La maggior parte sono statuniten-

Il Cellesse. Una storia di successo nel mondo del vino



La tua è una storia di successo, qual è il segreto?

Il segreto è stato non mollare mai. I momenti duri ci sono stati per venti anni, però non bisogna mai mollare, seguire il proprio istinto e non aver paura di uscire dal branco.

Questa avventura vent'anni dopo, ne valeva la pena?

Sono contento della strada che ho fatto, rifarei tutto, però a quell'età. Oggi non ne avrei l'energia, è stata davvero una sfida estrema. Oggi l'agricoltura è anche uno stile di vita fashion e cool. Tanti giovani tornano alla campagna. Io ero una mosca bianca, l'unico, per questo avevo intorno tanto scetticismo. Sono contento che oggi le nuove generazioni riconoscano il valore del lavoro agricolo, mi rende orgoglioso".

Post covid, i canali di vendita stanno cambiando?

Sì e chiaramente l'on line sta prendendo forte vigore, ma devi curare personalmente il cliente finale. avere un e commerce senza avere una comunità non serve a niente. Non creiamo false aspettative. Immagino che l'idea del wine club e della comunità sia destinata a d avere sempre più successo. Con questo sistema il cliente è parte dell'azienda e non ti tradirà mai, nemmeno se trovasse vini simili a prezzi inferiori. Poi non dimenticare che tutti i soci del Wine Club diventano gli ambasciatori del brand che un po' è anche loro.



si ma ci sono anche europei, russi, australiani purtroppo non ci sono italiani. Sottoscrivono contratti decennali dove garantiamo una produzione e un prezzo fisso ai nostri vini e ai servizi. Tutto viene corrisposto in anticipo. Ognuno di loro ha la sua barrique, il suo luogo in cantina. Sono dei veri compagni di viaggio che condividono con me un certo stile di vita e di produzione.

In pratica il tuo è un Atelier del vino, dove ogni cosa è "su misura"

Sì, noi cerchiamo di personalizzare il vino sulle esigenze delle persone.

Stiamo per iniziare con degli incontri dedicati ai nostri clienti dove prima cerchiamo di capire i gusti della persona che abbiamo davanti e poi creiamo insieme la ricetta del vino che andrà a soddisfare le sue aspettative. Non più un vino per tutti ma un vino personalizzato sui gusti della persona. Sarà questa la nuova sfida nel nuovo millennio. ♦

Il personaggio

"Il giro del mondo in barca a vela tra avventura e business mancato"

Lorenzo Lombardi
Pistoia

Incontriamo Lorenzo Cipriani in un bar centrale della sua città natale, Pistoia. Mentre prendiamo il caffè si avvicina un signore di mezza età che gli dice "sei un grande ti ho seguito". Lui sorride un po' imbarazzato. Lorenzo Cipriani è uno storico dell'arte che profuma di salsedine. Da sempre impegnato nel sociale attraverso l'arte, skipper, da sempre amante del mare. Quando è nata l'idea del viaggio intorno al mondo? "Da sempre - ci risponde - del resto il giro del mondo in barca a vela è il sogno di ogni velista. Ho iniziato a fantasticare su questo viaggio sin da ragazzino, leggendo i romanzi di Salgari, Konrad, Stevenson". L'intervista prende "il vento" giusto. Si passa dal mare all'ar-

te, dalla filosofia ai sogni fino naturalmente all'economia. "Già il filosofo greco Talete diceva che l'acqua è il principio di tutte le cose; la vita nasce dal mare, le grandi esplorazioni marittime sono quelle che hanno portato alla scoperta di nuovi mondi. E sai una cosa?" Si interrompe lo skipper e ci sorride con uno sguardo un po' sornione un po' sognatore. "Nonostante la tecnologia moderna, nonostante gps e satellitari, quando sei in mare aperto, quando non vedi più la terra ferma da nessuna parte, le sensazioni che abbiamo provato io ed il mio compagno di avventura (Valerio Bardi skipper pratese e proprietario della barca) non credo fossero così diverse da quelle dei navigatori di



Lorenzo Cipriani
"Con il mio socio
avevamo venduto
tutte le tratte
ma la pandemia
non era stata
prevista"

Per saperne di più:
www.milantoexpedition.com



100 o 1000 anni fa. Il progetto Milanto-expedition è nato insieme all'amico e socio di avventura Valerio Bardi, in maniera molto dettagliata. Noi avremmo fatto il giro del mondo in barca in vela e ci saremmo pagati il tutto vendendo le tratte a chi voleva condividere una pezzina di avventura con noi. Abbiamo lavorato un anno al progetto, armare la barca, calcolare tutto nel dettaglio ed avevamo venduto già vendute tutte le tratte. Avremmo così realizzato il giro del mondo e realizzato un congruo guadagno. Siamo partiti a Gennaio 2020 e poi..."di nuovo sorride sornione e sognatore". E poi è scoppiata la pandemia mondiale! In mare aperto non abbiamo naturalmente internet così (ripartiti dalle Galapagos) quando siamo arrivati nelle Isole Marchesi (Polinesia Francese), il mondo si era fermato! Ci hanno intimato la bandiera gialla, quella di quarantena, la stessa situazione vissuta da navigatori ed esploratori ai tempi delle pestilenze. Da quel momento è cambiato tutto: le tratte (già vendute sulla carta) sono naturalmente saltate. Con Valerio ci siamo posti la domanda se continuare oppure no. Abbiamo deciso di continuare, da soli, facendo economia di tutto. Abbiamo avuto il coraggio di non fermarci, è iniziato il lungo viaggio del ritorno verso casa, la nostra Odissea, nel senso vero e filosofico del termine.

Lorenzo Cipriani (1971) di formazione storico dell'arte, lavora da anni nel campo della divulgazione culturale come scrittore, curatore di mostre, conferenziere e organizzatore di progetti rivolti al mondo della creatività e della promozione sociale. Come skipper naviga da più di venti anni. Ha realizzato un giro del mondo in barca a vela della durata di 18 mesi: partito a gennaio del 2020 con il progetto Milanto Expedition, Lorenzo si è trovato a dover affrontare l'emergenza della pandemia. Quando tutti i porti del Pacifico negavano l'accesso, le navigazioni negli oceani cessavano e le nazioni chiudevano le frontiere, la barca a vela Milanto ha continuato a navigare senza mai perdere la speranza di poter realizzare i propri sogni riuscendo a chiudere il giro del mondo nel giorno di Pasqua del 2021. L'impresa è stata seguita dalla trasmissione di RadioDue Caterpillar e nei prossimi mesi uscirà un suo libro che racconta questa fantastica avventura.



©Foto Navigando nell'Oceano Pacifico-Milanto Expedition

Racconto di più. Siamo rimasti fermi per un bel po' in quelle isole, poi appena ci sono stati timide riaperture siamo ripartiti. Ricordo che siamo stati gli unici. Ci siamo diretti a Tahiti e via via in altre isole alternando quarantene, tamponi e ripartenze. Arrivati in Australia siamo stati addirittura respinti e l'aereo della guardia costiera passava sopra di noi ogni giorno intimandoci di non entrare nelle loro acque territoriali". Ci viene spontaneo pensare a ciò che succede nel Mediterraneo da troppo tempo. Che sensazione dà esser respinti in mare? "Brutta. Noi abbiamo un desalinizzatore nella barca così non abbiamo mai rischiato di rimanere senza acqua, ma eravamo a corto di cibo ed abbiamo dovuto razionalizzarlo. Alla fine ci ha accolto l'Indonesia dove si è potuto fare rifornimenti, oltre che nuovi tamponi e quarantene" Raccontaci un momento difficile ed uno che non dimenticherai: "Il momento più difficile sicuramente un fronte freddo in mezzo al pacifico, temporale ed onde di 6 metri da solcare facendo attenzione a non venire travolti. Un errore poteva esser fatale. Momenti indimenticabili tanti, ma ne

cito uno particolare: quando siamo arrivati a Bora Bora, era tutto spento, ricordo solo un filo di fumo che veniva dall'isola. E mi sono reso conto di aver visto quelle isole come probabilmente le ha viste il navigatore James Cook. Era come un mix tra un futuro distopico ed un salto a piè pari nel passato. Economicamente alla fine come è andata? Un disastro naturalmente! Però il mare è un maestro di vita e ci insegna a conoscere noi stessi, a metterci in discussione. Certo è saltata la vendita delle tratte di mare, ma ne è nata una avventura unica e forse irripetibile, il giro del mondo durante una pandemia mondiale. Mi hanno chiesto di scrivere un libro, Caterpillar di RadioDue ci ha sempre seguiti e sostenuti e pochi giorni fa a Cervia, hanno organizzato un evento in cui vi erano 400 persone venute da tutta Italia per sentirci parlare. E chiaramente... stiamo organizzando un nuovo viaggio, sperando stavolta di poter vendere tutte le tratte". ♦

**INNOVATIVA
STRUMENTAZIONE
CHIRURGIA ROBOTICA**
per interventi
protesici al ginocchio

**RIVOLUZIONARIA
PIATTAFORMA**
per la chirurgia
guidata
della colonna

**ACCREDITATA
DALLA REGIONE
PIEMONTE
TRA I CENTRI
DI FASCIA A**

Verifica le nostre
liste d'attesa
su **www.ccbra.it**
tel. 0172 472400

L'ECCELLENZA DELLA CURA

Da oltre cinquanta anni sul territorio, offriamo ai nostri pazienti le migliori cure tramite il servizio sanitario nazionale, attraverso accordi con i principali circuiti assicurativi e privatamente. Medici specializzati nei più importanti settori della medicina, chirurgia e diagnostica, e personale qualificato per una struttura all'avanguardia nazionale. Affacciata sulle colline del Roero a soli 50 km da Torino, 80 km da Savona.

Casa di Cura privata Città di Bra

Via Montenero, 1 | 12042 Bra (CN), Italia
Direttore Sanitario: Dott. Camillo Scimone

**C/SA
DI CURA
CITTÀ
DI BRA**
ACCREDITATA
CON IL SERVIZIO
SANITARIO
REGIONALE

Mondo green

Teatro e Natura L'esperienza di Ivano Torre

Lorenzo Lombardi
Canton Ticino (Svizzera)

Il Malcanton, è una zona montuosa del canton Ticino, non lontana dalla capitale Bellinzona. Si chiama così perché, in antichità, i contrabbandieri passavano per quei boschi evitando le dogane. Oggi invece che la popolazione è concentrata nelle città, dei 12 Teatri che animavano la zona, ne è rimasto solo uno, il Teatro di Banco. Così nonostante il difficile momento storico nel settembre 2020 il musicista, batterista ed insegnante Ivano Torre, ha deciso di rilevarne gestione e direzione artistica con insieme l'aiuto delle sue tre figlie, in particolar modo Ilaria, insegnante di Yoga e ginnasta. **Ivano come ti è venuto in mente di iniziare questa avventura artistico-imprenditoriale?** Spesso me lo sono chiesto anche io! Ma per me è una vocazione: mi piangeva il cuore vedere morire tutti quei piccoli deliziosi teatri nella Valle. Per 20 anni ho diretto lo Spazio Culturale Temporaneo di Bellinzona, dove avevo anche una scuola di musica ed insegnavo batteria "a modo mio" così, grazie anche ad Ilaria abbiamo deciso di provare a far rinascere il Teatro di Banco. **Spiegaci meglio, che vuol dire "a modo mio"?** Quando insegno mi ispiro alla natura. Prima di insegnare la tecnica, insegnavo a respirare con la batte-





**In ogni evento
arte, ecologia,
musica,
movimento,
natura
e cucina vegan**

Passione.

Per saperne di più:

<https://teatro.dibanco.ch/>

<https://www.ivanotorre.ch/>



ria, a danzare a cantare e poi mettevo le bacchette in mano agli allievi. La stessa filosofia vale per il Teatro. Per prima cosa lo abbiamo riportato ad antico splendore, ripristinato il palco, dipinto con i colori degli antichi teatri toscani e poi appena ripresa la gestione abbiamo creato un palinsesto con 40 eventi. Nei nostri eventi, il pubblico e la natura sono protagonisti insieme agli artisti, in modo da creare una “energia artistica collettiva”, che peraltro funziona benissimo nelle piccole comunità. Chiaramente poi facciamo corsi di musica ed Ilaria, invece, si occupa di tutto quello che riguarda il movimento del corpo dallo Yoga ai seminari, sia negli spazi del Teatro che immersi nella natura.

Poi però avete dovuto affrontare nuove chiusure.

Esatto. Purtroppo diversi eventi sono saltati, ma ci siamo rimboccati le maniche. La Svizzera ed il Canton Ticino hanno previsto forme di sostegno ai piccoli Teatri ed all’arte tramite fondazioni locali, cantonali e nazionali. La più nota è sicuramente Pro Helvetia. Comunque è un momento non facile per chi fa cultura e vive di arte. Tuttavia, stiamo rimettendo in piedi la nuova stagione teatrale invernale, d’estate invece invece abbiamo sfruttato gli spazi esterni ed i monti che ci circondano per seminari ed eventi nella natura.

Ilaria, cosa ci racconti di questa rinascita?

In famiglia si è sempre respirato arte. Io però, anche se adoro la musica, ho preferito lavorare con le discipline psicofisiche. Sono insegnante di Yoga e sin da piccolissima facevo danza classica, e poi per tantissimi anni sono stata una ginnasta. Insomma il movimento è sempre stato fondamentale nella mia vita.

Da piccola, quando andavo alle elementari, coprivo il tragitto facendo la ruota!

Quale è il tuo ruolo nella direzione del Teatro?

Insegno Yoga, e farlo dentro un Teatro antico lo rende ancora più magico; seguo l’organizzazione degli eventi ed ho introdotto anche eventi culinari vegan: sono vegana ed ho “veganizzato” tutti in famiglia, papà compreso, e mia sorella Lavinia è persino diventata cuoca vegan, così abbiamo coinvolta anche lei. Tra i tanti eventi funziona tantissimo il Jazz della domenica mattina con pranzo a seguire. Venite a trovarci! ♦

EWine



EWine è la rubrica dedicata al mondo vitivinicolo italiano. Ogni mese vi presentiamo vini che potrete acquistare restando comodamente seduti a casa vostra, ovviamente attraverso le piattaforme di e commerce. EWine, infatti, propone recensioni esclusivamente di etichette che si trovano in vendita sul web attraverso piattaforme dedicate oppure attraverso siti aziendali.

Un terroir fra Italia e Slovenia. Non è sempre facile chiedere ad un vino di rispettare i confini statali. Accade così che l'italica Ribolla sia anche la Rebula slovena. Per tentare di rendere comprensibile questo capriccio geografico,

Il vino nella Rete Comodo da acquistare

i produttori del Collio Goriziano si sono uniti a quelli di Goriška Brda (il Collio Sloveno) per dare origine all'evento "Home of Rebula", l'ormai tradizionale appuntamento dedicato a questo grande vitigno e agli omonimi vini. Così, per una volta, faremo quattro passi oltre confine per recensire una Ribolla Gialla estera, ossia una Rebula.

* A cura di David Taddei



Cantina Klet Brda Bagueri Ribolla Gialla

La cantina Klet di Brda (Collio Sloveno) riunisce 400 vigneron ed esporta in ben 26 paesi del mondo. La Rebula o Ribolla Gialla, è il vino più caratteristico di questo territorio a cavallo fra le due nazioni che gode di un microclima quasi mediterraneo, protetto dai venti superfreddi, a nord, dalle Alpi e temperato dal mare Adriatico. Il suolo qui è di marne e arenarie, terreni poveri, drenanti, che limitano naturalmente la produzione di uva. Bagueri, prodotto in purezza, proviene da 4 diversi vigneti fra i 120 e i 250 metri di altitudine, con età delle viti tra i 15

ei 40 anni. Le uve sono raccolte a mano e il vino passa attraverso la fermentazione e l'invecchiamento in grandi botti di rovere. Di un bel giallo profondo con sfumature dorate, al naso sprigiona sentori agrumati con vaniglia e crosta di pane. In bocca è pieno, fresco e armonico. Si abbina a pesce bianco, frutti di mare, risotti bianchi e a tutti i piatti a base di tartufo fresco.

Gradazione alcolica 13,5% Vol.
Temperatura di servizio 12° C.

www.klet-brda.si



Cantina storica, nata da Achille Paltrinieri che vinificava già nel 1926. Leclisse è un vino in purezza ed un cru, le uve provengono del vigneto nella storica zona del Cristo di Sorbara. La zona più vocata, una striscia sottile fra i fiumi Secchia e Panaro con terreni alluvionali che danno grande nutrimento ai vigneti. Leggenda vuole che le truppe di Enrico IV, nel 1084, fossero sconfitte non da Matilde di Canossa ma dall'ebbrezza indotta dal vino di Sorbara. Leclisse rifermenta almeno tre mesi con il metodo Martinotti in autoclave.

Il colore è rosa tenue, quasi cipria, con un perlage fine e persistente. Al naso offre note di biancospino, buccia di mela rossa, frutti di bosco, vaniglia. In bocca è secco e pulito con buona acidità, retrogusto fresco e una nota fruttata. Ottimo come aperitivo, con le crudità di pesce e i frutti di mare ma anche con un classico tagliere di salumi oppure con il tradizionale bollito e i tortellini.

Gradazione alcolica 11% Vol.
Temperatura di servizio 8-10° C.

www.cantinapaltrinieri.it



Leclisse Lambrusco di Sorbara Doc



Oppidum Moscato di Terracina Doc

Una storia avventurosa ha portato i Pandolfo da Pantelleria, nel 1850, fino alla Tunisia e poi, nel 1964, proprio a Terracina. Qui la sapienza dei vigneron siciliani di moscato, incontra il vitigno che si coltiva dietro il Circeo fin dal 1600. Le uve di Terracina, assai apprezzate fra tutti i moscati per la loro aromaticità e raffinatezza, persero nei secoli importanza. La vinificazione secca del Moscato è difficile, solo una lentissima fermentazione permette di conservare i profumi. Per alcuni la sua aromaticità, più intensa e fine di un Gewurztraminer, è eccessiva. Il colore è giallo

paglierino intenso, al naso esplode di complessità e intensità con note di frutta tropicale, rosa appassita, albicocca. In bocca è pieno, con buona acidità, esuberante, con un finale piacevole di mandorla amara. Sta bene con i piatti di pesce elaborati, anche le frittiture o le zuppe, con gli affumicati, i formaggi stagionati o erborinati, servito più freddo anche come aperitivo.

Gradazione alcolica 13% Vol.
Temperatura di servizio 10-12° C.
Su www.webdivino.it a 8,40 Euro

www.cantinasantandrea.it

Lo scaffale

Edgar Morin ci invita a pensare globale, cioè a considerare l'umanità nella sua natura trinitaria, poiché ciascuno è nello stesso tempo un individuo, un essere sociale e una parte della specie umana. Sono riflessioni che espone nel libro "7 lezioni sul pensiero globale" pubblicato da RaffaelloCortina Editore.

Il testo risponde alla domanda su come legare tra loro le nostre conoscenze sull'umano, sulla vita, sull'universo. Come affrontare problemi che sono nello stesso

tempo complessi, fondamentali, intellettuali e vitali? Come situarci nell'avventura della vita e in quella dell'universo, tenendo conto del fatto che l'umano è interno all'universo e l'universo è interno all'umano? La risposta di Edgar Morin è luminosa di intelligenza e accessibile a tutti e, soprattutto, ci propone di scrutare il futuro senza cedere alla facilità dei luoghi comuni né alle ingiunzioni dell'attualità.

RaffaelloCortina Editore



7 lezioni sul pensiero globale

Edgar Morin



I 36 stratagemmi

Gianluca Magi

Gianluca Magi, storico delle religioni, orientalista e filosofo italiano, rilegge per noi l'antico trattato militare cinese, I 36 stratagemmi, che ci insegna a sconfiggere l'avversario con l'astuzia, perché il migliore stratega è colui che non combatte e, se costretto a farlo, si comporta come l'acqua: vince senza lottare. Il volume è un distillato di migliaia di anni di strategia bellica che va oltre l'ambito militare e diventa scienza per influenzare il comportamento umano. Raccoglie suggerimenti per vincere battaglie e guerre basati su una profonda saggezza

e un'acuta comprensione della psiche umana. Gli insegnamenti contenuti nel libro hanno superato i confini della strategia militare per essere applicati nei campi più diversi: dalla psicologia alla politica, dall'etica alle relazioni umane.

BUR saggi

MASTER EXECUTIVE

eCommerce Management e Strategie Digitali

Dopo il successo del master in eCommerce Management e Strategie Digitali Prosegue l'edizione 2021

Lo scenario economico attuale, come quello futuro, è caratterizzato dalla continua innovazione tecnologica e dalla crescente consapevolezza dei consumatori. Per questo l'eCommerce Manager è una figura strategica all'interno di qualsiasi azienda di prodotti o servizi che vuole mantenere e consolidare la propria competitività. Dopo il successo dell'edizione 2020 **SAA – School of Management** dell'Università di Torino, **Zerogrey** società specializzata in eCommerce e in outsourcing e **Progesia**, società specializzata in strategia di business, neuromarketing e pricing comportamentale, **organizzano il master Executive in eCommerce Management e Strategie Digitali** che è iniziato a giugno 2021 e terminerà a marzo 2022. Tanti gli argomenti trattati nei tre moduli: dai modelli di business nell'industria 4.0 alla comunicazione nella digital transformation, dall'omnicanalità alla normativa fiscale doganale e internazionale, dalle analisi metriche e digitali agli strumenti finanziari innovativi nell'industria 4.0 fino alla scelta del prodotto e alla costruzione di una vetrina in un eCommerce.

Il **master Executive in eCommerce Management e Strategie Digitali** si rivolge ai laureati (laurea di primo livello, laurea vecchio ordinamento, laurea magistrale, lauree straniere equipollenti) di ogni facoltà o dipartimento, a **manager, direttori e direttrici generali, direttori e direttrici commerciali e dipendenti con consolidata esperienza di lavoro** che vogliono approfondire le competenze in materia di eCommerce ed incrementare il proprio valore professionale e strategico. Alla teoria, svolta da docenti universitari e da affermati manager del settore, sono affiancate numerose esercitazioni pratiche progettate replicando le strategie dei più grandi brand internazionali.

L'obiettivo del master è formare una figura professionale capace di seguire e coordinare tutte le fasi della creazione e della gestione di un progetto eCommerce o multicanale. Un manager che abbia competenze trasversali in ambito digitale, gestionale, operativo e finanziario, in grado di valutare costi e tempi di realizzazione di un sito e ideare soluzioni che diano i maggiori benefici remunerativi sul progetto finale. Una figura professionale specializzata in strategie di marketing che abbia le skill per definire il timing, la politica di pricing e la linea guida di posizionamento del brand sul mercato.

Anche la terza edizione del master Executive in eCommerce Management e Strategie Digitali vede la presenza di prestigiosi partner nazionali e internazionali. Ai molti che hanno già partecipato alle edizioni precedenti se ne affiancano infatti di nuovi, altrettanto importanti. Essendo già ben focalizzati sui vari aspetti dell'eCommerce, i partner offrono ai partecipanti una visione a 360 gradi dell'industria sia a livello teorico che pratico.

Le lezioni si svolgono in modalità mista online e in presenza, anche con visite on-site presso i partner, sono full time una volta al mese il giovedì, venerdì e il sabato dalle ore 9.00 alle 18.00 e sono strutturate in modo che possa accedervi anche chi già svolge un incarico professionale. La parte teorica e quella pratica sono equilibrate e le nozioni acquisite vengono applicate attraverso esercitazioni e laboratori. Al termine di ogni sessione mensile ai partecipanti verranno richiesti dei feedback; è inoltre prevista l'attivazione di tirocini facoltativi presso le aziende partner e al completamento con successo del corso verrà rilasciato un certificato validato Saa - School of Management e Dipartimento di Management.

Il master si svolgerà presso la Saa, School of Management di Torino in via Ventimiglia 115.

Per informazioni e iscrizioni scrivere a info.master@progesia.com oppure contattare il n. 011 18861192.



CERTIFICATI CON CDR!

Ti offriamo consulenze specialistiche mirate al raggiungimento delle più importanti certificazioni di processo e prodotto in ambito:

| QUALITÀ |

| SALUTE E SICUREZZA |

| AMBIENTE |