storie - eccellenze - stili di vita

BUSINESS

DIGITAL VERS

inesspeople.it

mensil

A provadification

FRANK MEYER, Ceo di E.ON Italia

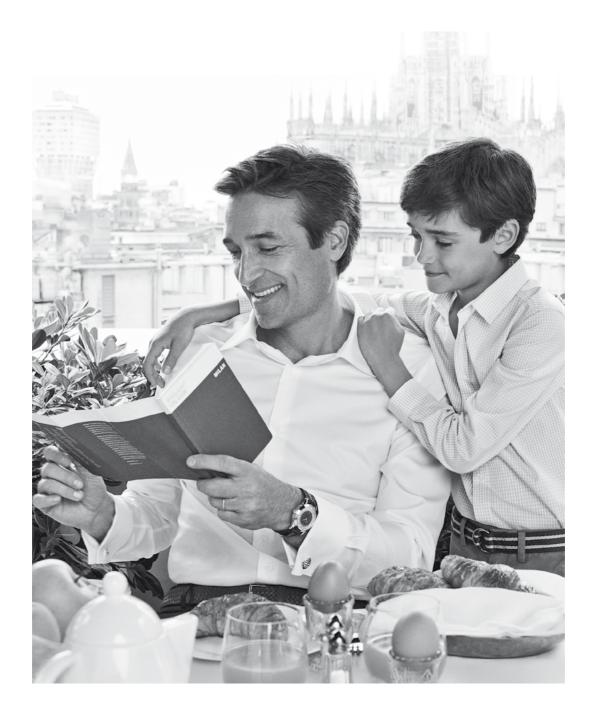
SPACE ECONOMY
UN MODELLO
PER LA RIPRESA

INNOVAZIONE Che fine ha fatto il piano Amaldi? PAGAMENTI Digitali ma non troppo

VIAGGI Andar per serie SMART WORKING Location da sogno



OGNI TRADIZIONE HA UN SUO INIZIO



UN PATEK PHILIPPE NON SI POSSIEDE MAI COMPLETAMENTE.

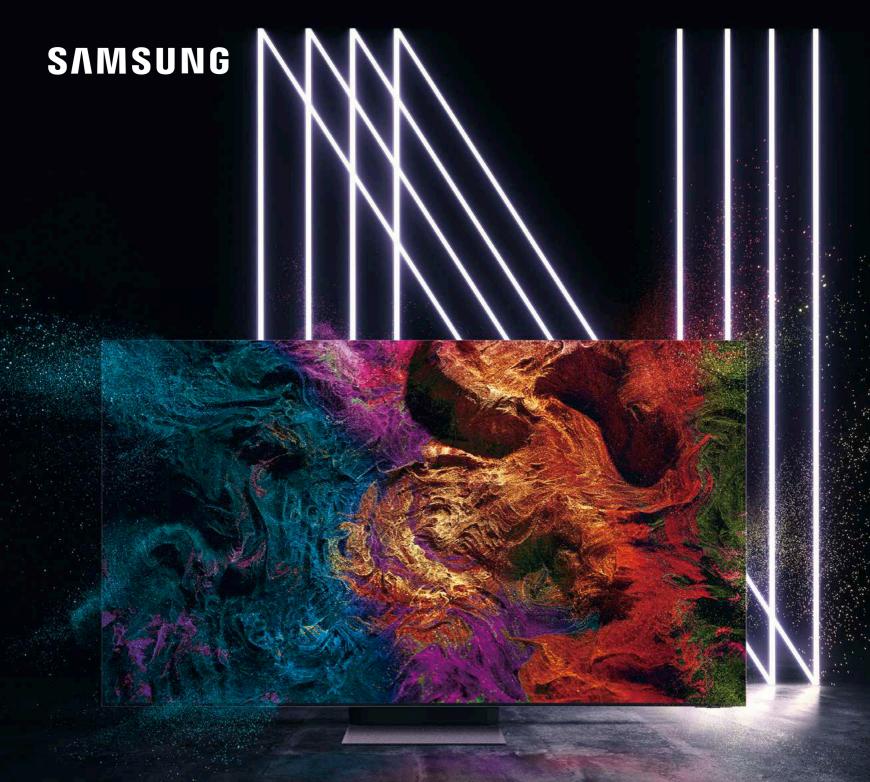
SEMPLICEMENTE, SI CUSTODISCE. E SI TRAMANDA.

ORA UNIVERSALE REF. 5230R



L'INDIRIZZO COMPLETO DEI CONCESSIONARI AUTORIZZATI E DEI CENTRI ASSISTENZA È DISPONIBILE SUL SITO PATEK.COM

PATEK PHILIPPE BOUTIQUES · MILANO Pisa Orologeria | ROMA Hausmann & Co.
RIVENDITORI AUTORIZZATI - ALESSANDRIA Gioielleria Coppo | BARI Rocca | BIELLA Boglietti Gioielli
BOLOGNA F. Veronesi & Figli | BRESCIA Gioielleria Fasoli | CAGLIARI Floris Coroneo | CAPRI Orologeria Trucchi | CATANIA Restivo
CORTINA D'AMPEZZO Bartorelli Gioiellerie | COURMAYEUR F. B. Aurum | CUNEO Rabino Mario & C. | FIRENZE Fratelli Piccini
FORTE DEI MARMI Bartorelli Gioiellerie | GENOVA Montres & Bijoux | MILANO Orologeria Luigi Verga | MILANO MARITTIMA Bartorelli Gioiellerie
NAPOLI Orologeria Trucchi | PADOVA Rocca | PALERMO Palumbo & Gigante | PORTO CERVO Floris Coroneo | REGGIO EMILIA Vaccari Gioielli
RICCIONE Bartorelli Gioiellerie | SANREMO Abate | TAORMINA Restivo | TARANTO Feni Gioielli | TORINO Astrua | TRIESTE Dobner
VENEZIA Gioielleria Fasoli | VERONA Gioielleria Fasoli | VICENZA Gioielleria Salvadori



Neo QLED 8K

La grandezza non ha fine, si evolve



QUANTUM MATRIX PRO

Tecnologia Mini LED per bianchi brillanti e neri profondi.



PROCESSORE NEO QUANTUM 8K

Straordinarie immagini in 8K grazie all'Al di un processore rivoluzionario.



OTS PRO

Audio dinamico, per immergerti completamente nello spettacolo.



INFINITY SCREEN

Cornice senza bordi per un'esperienza visiva oltre ogni limite.

Con la nuova Tecnologia Quantum Mini LED, la luce è al servizio dell'intrattenimento.
Microscopici led incantano l'occhio con colori brillanti che si stagliano sul nero più profondo.
Suoni tridimensionali seguono la scena per emozioni avvolgenti con Object Tracking Sound Pro.
La cornice senza bordi Infinity Screen lascia spazio alla magia delle immagini.

Samsung Neo QLED, che lo spettacolo abbia inizio.















FRANCES McDORMAND



UN FILM DI CHLOÉ ZHAO





AL CINEMA SALVO DISPONIBILITÀ DEI CINEMA

SEARCHLIGHT

Un Paese per giovani

Spero tanto che nel realizzare i buoni propositi contenuti nel Recovery Plan, il governo abbia modo di recuperare una delle assenze più assordanti della recente e passata politica italiana, quella relativa alle politiche giovanili. Questo non solo perché come genitori, parenti o educatori abbiamo a cuore il benessere di figli, nipoti o allievi che ci sono stati affidati, ma perché i giovani sono di tutti, del Paese, anzi - oserei dire - sono "il" Paese. E finché non ci convinceremo che è proprio valorizzando le forze nuove e fresche di una nazione, e facendo loro esprimere ogni potenzialità e prerogativa, alla lunga non ci sarà ripresa che tenga. Eppure, lungi da me la volontà di voler aggiungere allarme alla tragedia che stiamo vivendo, i dati ci dicono che non solo non abbiamo fatto un buon lavoro fino a oggi, ma addirittura che insieme alle donne, i giovani sono la categoria che potrebbe pagare più cara la crisi. Per questo ho apprezzato, almeno nelle intenzioni, la notizia dell'istituzione di un'Industry Academy che dovrebbe contribuire a recuperare quei 2 milioni di neet, under 29 che né studiano, né si formano, né lavorano, e che stazionano nullafacenti nelle nostre case.

L'idea sarebbe quella di provare a favorire l'incontro tra domanda e offerta di lavoro per aumentare la competitività delle imprese, sostenendo i processi di cambiamento digitali. E ce ne sarebbe bisogno,

visto lo scollamento tra esigenze industriali e formazione reale, con migliaia di posti di lavoro che rimangono vacanti per mancanza di personale qualificato. Ma vedremo, se son rose fioriranno. Se non altro, l'iniziativa va incontro ad almeno una delle direttrici che, secondo gli esperti, sono fondamentali per affrontare una politica per i giovani capace di far fronte alle varie fasi di sviluppo individuale delle nuove generazioni, come le misure di orientamento e sostegno all'istruzione e alla formazione, quelle destinate all'autoimpiego e all'imprenditorialità giovanile, le misure di sostegno all'accesso al mondo del lavoro e alla sicurezza sociale, nonché quelle dedicate alla famiglia e alla questione abitativa.

Come dire? Se non si affronta l'argomento nella sua complessità, si rischia di vanificare ogni qualsiasi sforzo profuso in un'unica direzione. Aggiungerei, per quanto mi riguarda, che bisogna smetterla di fare della questione giovanile motivo di contrasto generazionale: se si sostengono i giovani si penalizzano gli adulti, e viceversa... Così come dovremmo smetterla di avere un atteggiamento paternalistico della categoria a prescindere, per cominciare ad alzare l'asticella della meritocrazia e della responsabilizzazione del singolo e della sua comunità, in un Paese in cui ormai tutti "tengono famiglia" guarda caso, quasi sempre, a discapito altrui...

Vito Sinopoli



Dai una marcia in più al tuo business grazie a soluzioni uniche ed innovative. Alphabet contribuisce al successo della tua azienda con soluzioni di mobilità per lunghi e brevi periodi, flessibili, sostenibili e pensate su misura, in grado di rispondere alle tue esigenze e di ottimizzare il tuo budget. Ti supportiamo nell'elettrificazione della flotta, nell'introduzione del CarSharing aziendale, nell'adozione di strumenti che facilitano la gestione della mobilità dei tuoi collaboratori.



Aspettando i revenge spending

Secoli di letteratura così come millenni di storia e di cronaca lo hanno raccontato e continuano a raccontarlo molto bene: il rapporto tra le persone e il denaro è ancestrale, tanto da travalicare il mero istinto di sopravvivenza. Il dato segnalato da Abi è che durante la pandemia sui conti corrente degli italiani si sono accumulati oltre 162 miliardi di euro in più rispetto al periodo precedente: spinte dalla paura del peggio, le persone hanno deciso di fare provviste oltremisura. Anche perché, segregate in casa e con esercizi e attività economiche chiusi, le occasioni per spendere i propri soldi – fatti salvi e-commerce e delivery - sono stati veramente esigui. Si tratta a dire il vero di un fenomeno che è stato in questi mesi a lungo analizzato fino a indagarne anche gli aspetti neuroscientifici, visto che quando si parla di risparmio si attivano soprattutto le aree del cervello deputate alla emotività anziché quelle della logica e della razionalità. Insomma, quando si affronta il tema risparmio, per la stragrande maggioranza delle famiglie italiane, è la paura a dettare in modus operandi più che l'efficienza e l'efficacia delle proprie decisioni. Ma tant'è: poco o nulla si può fare su un meccanismo psicologico scavato tanto profondamente nelle nostre menti. Probabilmente, però, qualcosa è fattibile per il suo contrario. Ovvero per quando i mercati registreranno un revenge spending, e chi ha risparmiato in

questi mesi sfogherà la propria gioia impulsiva - anche come reazione ai mesi di disagio e clausura - spendendo senza rifletterci troppo parte dei propri risparmi. A tal proposito Lorenzo Dornetti, direttore di Neurovendita Lab, ha osservato: «Prepariamoci alla corsa allo shopping sfrenato, alla lotta per l'ultimo posto disponibile sull'aereo prenotato last minute, all'attesa senza mascherina di ogni bene di cui inutilmente ci siamo privati per mesi. Si tratta di assoluta irrazionalità». Suggerendo a seguire: «Ognuno dovrebbe massimizzare il beneficio, acquistando ciò che può e serve al miglior rapporto qualità/ prezzo, tenendo un orizzonte di medio periodo, senza farsi trascinare dall'affettività del "qui ed ora"». Vien da chiedersi a questo punto quale ruolo vorranno recitare le imprese in tale saliscendi emotivo. Avranno da scegliere tra l'approfittare dell'euforia del momento per rimpinguare le casse esauste oppure per ripensare prodotti e attività, innovativi e sostenibili, affinché il necessario processo di rinnovamento entri più velocemente in circolo. Perché se permetteremo che i tempi e le modalità in essere ante-pandemia riprendano ad attecchire come se nulla fosse successo, in seguito sarà più arduo, e in alcuni casi addirittura impossibile, intervenire per poter essere parte attiva di un mondo che dovrà ineludibilmente fare tesoro di quanto ci è accaduto.

Linda Parrinello

sommario businesspeople.it





17 INSIDER

- **18** Pictures
- 20 Numerology
- 22 Progetto manager
- 24 Into the future
- 26 People
- 28 Sustainability
- 30 Verba (non) volant



41 BUSINESS IS BUSINESS

42

Italia chiama Spazio

Il nostro Paese è un'eccellenza mondiale nella space economy. Potrebbe essere uno dei paradigmi su cui incentrare la ripresa?

48

Cashless, ma non troppo

L'Italia dei pagamenti digitali sta facendo enormi passi in avanti, ma è ancora molto lontana dal superamento del contante

54

Che fine ha fatto il Piano Amaldi?

Vi spieghiamo perché è vitale per un Paese come il nostro aumentare gli investimenti in ricerca pubblica per rilanciare l'economia



60

Data center fantastici e dove trovarli

Se i dati rappresentano il petrolio del terzo millennio, vi presentiamo una selezione delle "raffinerie" più affascinanti 66

Flotte, rimbocchiamoci le maniche!

Dopo anni di crescita, nel 2020 il noleggio ha dovuto piegarsi alla pandemia. Ma non mancano segnali positivi da cui ripartire



72

Innovazione in gioco

Puntando sull'innovazione, Sisal accelera il suo sviluppo internazionale. Ne parliamo con il Gaming Machines & Online Casino Managing Director, Marco Bedendo



HUBLOT BOUTIQUE MILANO



Via Verri 7, Milano

BIG BANG INTEGRAL

Blue ceramic case with integrated bracelet. In-house UNICO chronograph movement.



77 FREE TIME

78

Lo famo strano

Alle Maldive o in cima al Monte Bianco? Grazie allo smart working oggi l'ufficio può trasferirsi in ogni angolo del mondo



86

Andar per serie

Da Grey's Anatomy a L'amica geniale: perché non mettersi in viaggio sulle orme dei propri personaggi preferiti?

94

Lancette sempre più verdi

Le più interessanti novità dalla fiera dell'orologeria di Ginevra



98

Obiettivi opposti

Il Camera di Torino mette a confronto i lavori di Horst P. Horst e Lisette Model, due star della fotografia del XX secolo

101

Beauty Coach

Carolina Herrera prosegue nella sua esplorazione della femminilità contemporanea con una nuova Eau de Parfum

102

Estate a colori

Complementi d'arredo dalle sfumature vivaci per rallegrare la bella stagione

104

A ognuno il suo smartwatch

Per molti è un accessorio imprescindibile. Ecco una selezione delle ultime novità

106

India autentica

La chef Ritu Dalmia ha portato a Milano i sapori della sua terra e, dopo mesi di delivery, è pronta a ripartire

108

Un Grillo per la festa

Alla scoperta dell'uva bianca che promette di essere la più richiesta dell'estate



110

Entertainment

Gli appuntamenti da non perdere per il tempo libero

112

Sorridete, è tornata Jenny Eclair

Un romanzo che racconta 70 anni di storia europea

PEOPLE

Direttore responsabile Vito Sinopoli

Direttore editoriale Linda Parrinello

Cecilia Lulli (clulli@e-duesse.it) Matteo T. Mombelli (mmombelli@e-duesse.it)

Redazione grafica

Alda Pedrazzini (caposervizio), Luca Negri

Hanno collaborato a questo numero: Francesca Amè, A.P. Artemi, Nicole Berti da Carimate, Karin Ebnet, Paolo Gobbi, Andrea Gori, Andrea Nicoletti, Angelo Tommasi, Anna Tortora, Alberto Tundo

Coordinamento tecnico

Paola Lorusso - plorusso@e-duesse.it

Traffico

Elisabetta Pifferi - elisabetta.pifferi@e-duesse.it

Pubblicazione mensile 10 numeri l'anno Prezzo di una copia 5 euro. Arretrati 10,00 euro + spese postali. Reg.Trib. di Milano n. 238 del 10/04/2006. Iscrizione nel Registro Nazionale della Stampa n. 9380 del 11/04/2001 ROC n.6794

Fotolito: Target Color, Via Cassano d'Adda 13, 20139 Milano

Stampa: Poligrafici il Borgo S.r.l., Via del Litografo, 6, 40138 Bologna Per l'Italia: distribuzione SO.DI.P. "Angelo Patuzzi" SpA, Via Bettola 18, 20092 Cinisello Balsamo(MI) - Tel.02660301 Fax 0266030320

Informativa resa ai sensi degli articoli 13 - 14 Regolamento UE 2016 / 679 GDPR (General Data Protection Regulation)

Duesse Communication Srl, Titolare del trattamento dei dati personali, libera conferiti per fornire i servizi indicati. Per i diritti cui agli articoli 13 - 14 Regolamento UE 2016 / 679 e per l'elenco di tutti gli addetti al trattamento, rivolgersi al Responsabile del trattamento che è il Titolare di Duesse Communication Srl - Viale Giulio Richard 1/Torre A - 20143 Milano. I dati potranno essere trattati da addetti incaricati preposti agli abbonamenti, al marketing, all' amministrazione e potranno essere comunicati a società esterne, per le spedizioni della rivista e per l'invio di materiale promozionale

Copyright

Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte della rivista può essere riprodotta in qualsiasi forma o rielaborata con l'uso di sistemi elettronici, o riprodotta, o diffusa, senza l'autorizzazione scritta dell'editore. Manoscritti e foto, anche se non pubblicati, non vengono restituiti. La redazione si è curata di ottenere il copyright delle immagini pubblicate, nel caso in cui ciò non sia stato possibile, l'editore è a disposizione degli aventi diritto per regolare eventuali spettanze.

DUESSE COMMUNICATION SRI Viale Giulio Richard 1/Torre A - 20143 Milano Tel. 02.277961 Fax 02.27796300 / e-duesse.it

Amministratore Unico

Vito Sinopoli

Numero chiuso in redazione il 26/04/2021

Scopri tutte le offerte abbonamento su http://abbonamenti.e-duesse.it/ Servizio abbonamenti servizioabbonamenti@e-duesse.it tel. 02277961





FORUM COMUNICAZIONE

16 ORE di trasmissione in diretta
4.000 VISITATORI e 2.000 MANAGER partecipanti unici
100 SPEAKER C-Level Executive di Aziende e Istituzioni
20 SESSIONI di Talk Show, Speech e Tavoli Tematici
TARGET Comunicazione | Digital | Public Affairs | Marketing |
Relazioni Pubbliche | Media Relations | Event Industry

9 GIUGNO: MARKETING & COMMUNICATION DAY 10 GIUGNO:
DIGITAL
TRANSFORMATION
DAY

Il **Forum della Comunicazione** è il principale appuntamento italiano dedicato alla comunicazione e all'innovazione digitale, rappresenta un luogo unico ove manager e professionisti possono formarsi e comunicare con la comunità politica, economica, scientifica e sociale del Paese. www.forumcomunicazione.it | www.comunicazioneitaliana.it

2021 FORUM COMUNICAZIONE





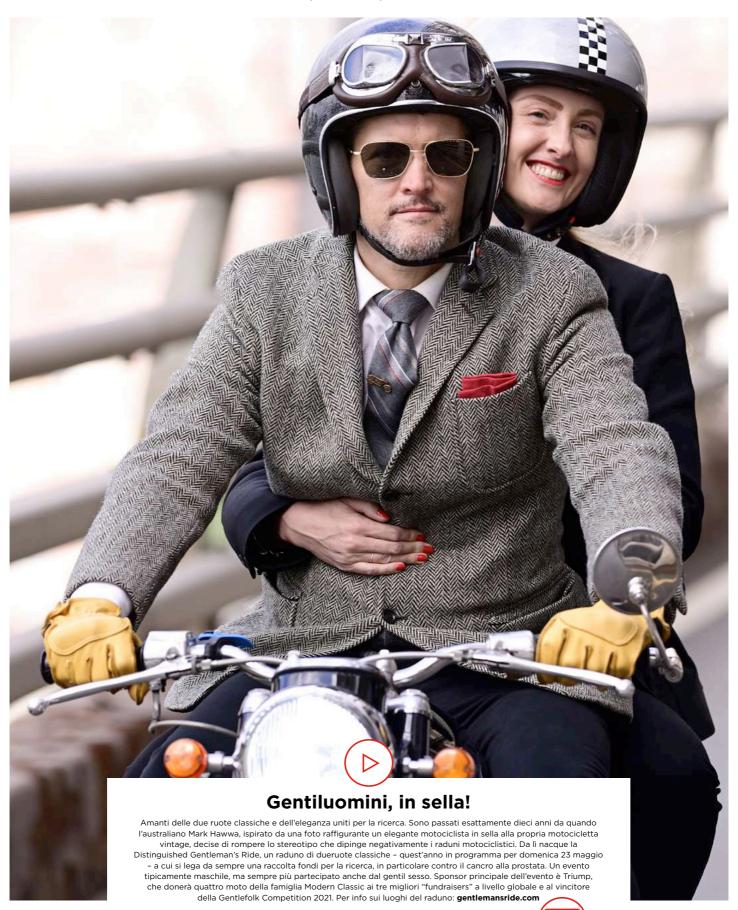
CAMBIANO LUXURY LEATHER LIMITED 1000

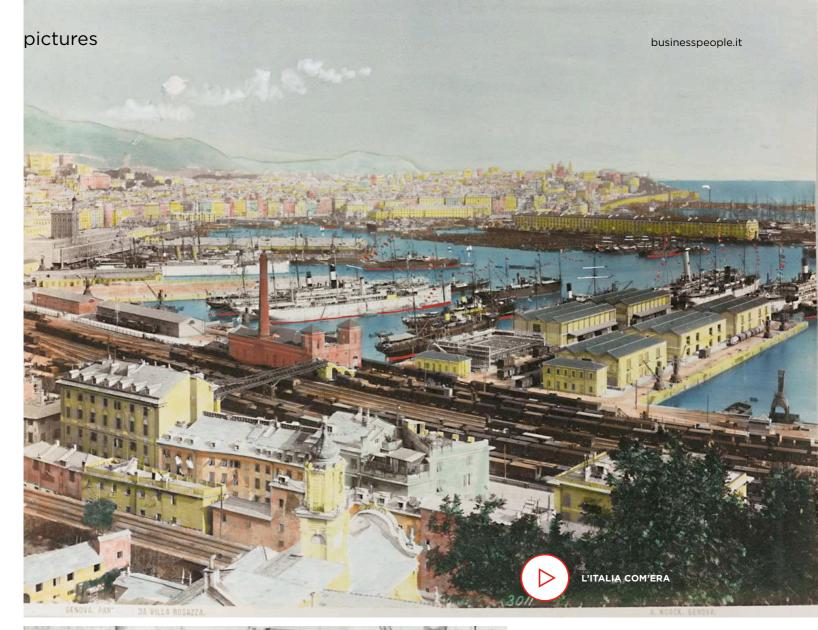
Cambiano Luxury Leather Limited 1000, è un prezioso oggetto da collezione senza tempo. L'iconica Pininfarina Cambiano viene impreziosita dall'esclusivo pellame della selleria Pininfarina lavorato a mano con impunture a contrasto. Un archivio di pelli pregiate recuperate dal processo produttivo delle prestigiose Sportcars ONE-OFF edition Pininfarina, scelte una ad una con passione e cura dei dettagli, espressione del grande talento creativo artigianale unico dell'handmade in Italy.



INSIDER

APPUNTI, SPUNTI, IMAGES & CO.



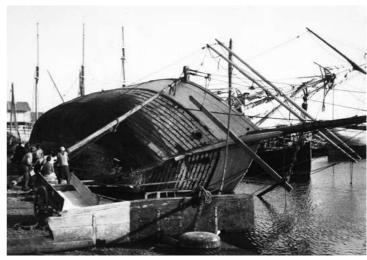




L'Italia com'era

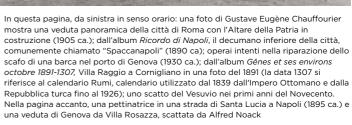
trade affollate e cantieri a pieno regime, maestosi paesaggi di città in fermento, ma anche chioschetti di artigiani e scene di vita quotidiana, come operai e lavandaie al lavoro e scugnizzi in giro per le strade. È lo straordinario spaccato di un'Italia non così lontana, descritta attraverso il ricco catalogo di immagini del Novecento degli Archivi Alinari e offerto dal progetto L'Italia, com'era, un format in onda sul sito foglieviaggi.cloud e curato da Vittorio Ragone grazie anche al lavoro di giornalisti e scrittori. Il racconto del nostro Paese del secolo scorso si delinea attraverso dieci videofotogallery, che raccontano eventi cardine e storia locale di altrettante grandi città: da Roma a Firenze, passando per Napoli, Genova, Bologna, Bari, Milano, Torino, Venezia e Palermo.









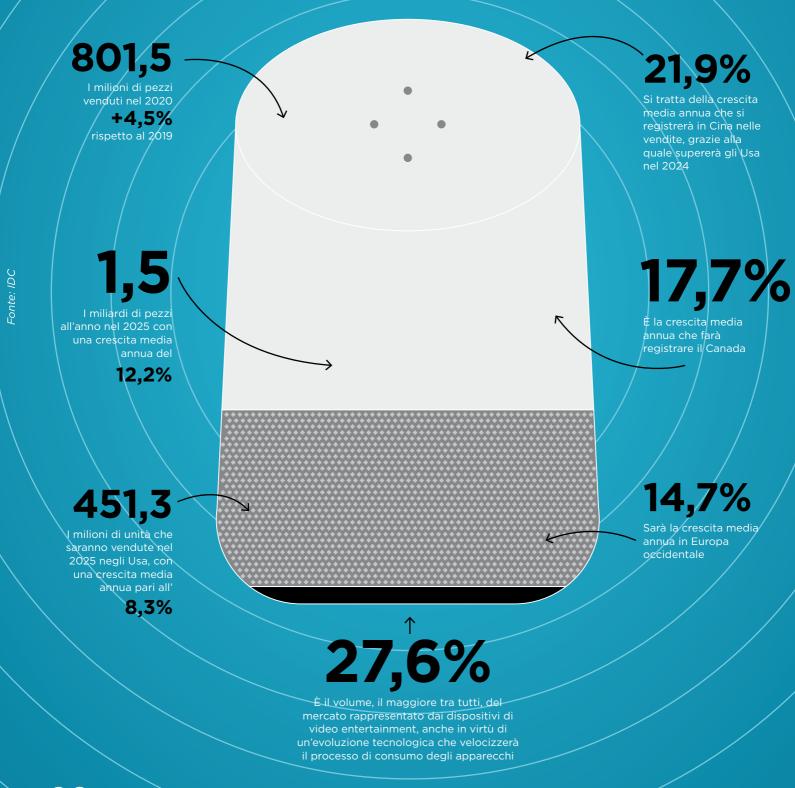






HOME, SMART HOME

Tra i settori che hanno beneficiato del fermo legato alla pandemia ci sono senz'altro quelli legati all'acquisto di dispositivi inerenti l'home entertainment e la sicurezza domestica. E il meglio arriverà nel 2025









U.S. POLO ASSN.
SINCE 1890

Official licensee BONIS S.p.a. | www.bonis-spa.com





Follow us on Instagram @uspoloassneur

progetto manager



Mario Mantovani

È presidente di Manageritalia, la federazione nazionale dei dirigenti, quadri e professional di commercio, trasporti, turismo, servizi e terziario avanzato. L'associazione rappresenta in tutto il Paese oltre 37 mila manager e alte professionalità



PANDEMIA: SCIENZA A MACCHIA DI LEOPARDO

La classificazione delle regioni con colori, che rappresentano lo stato di gravità della pandemia nei diversi territori, è stata presentata con una veste di scientificità che puntava a rassicurare cittadini e amministratori locali sull'oggettività delle valutazioni. E anche ora, iniziando a parlare di riaperture dei settori più penalizzati dalle norme, si afferma che le decisioni saranno prese su informazioni oggettive. I dati utilizzati sono oggettivi, le intenzioni dei governi sono buone, ma possiamo davvero dire che decisioni importanti, come quelle di chiudere o riaprire interi settori e territori, sono state prese in modo razionale? I dati misurati accuratamente sono sempre "oggettivi", ma la scelta di quali adottare condiziona in larga parte il risultato. Oggi non ha senso, né sarebbe possibile, tentare di riscrivere la storia recente della pandemia in Italia e nel resto d'Europa, ma eventi simili potrebbero ripetersi. Dobbiamo utilizzare tutti gli strumenti scientifici a disposizione.

Il limite più grave dei modelli utilizzati nei Paesi europei è la misurazione dei soli effetti del contagio, senza indagarne seriamente le cause, liquidate superficialmente come assembramenti, frequentazione di scuole, ristoranti, alberghi, spiagge, strade, piazze, mezzi pubblici, ma anche boschi, parchi e strade di campagna. Considerazioni di buon senso, ma poco suffragate da dati; solo ora cominciano ad apparire studi sui contagi che parrebbero assolvere le scuole e i luoghi all'aperto. Per tanti luoghi e attività, condannate come "non

essenziali" (tutte le attività produttive e d'ufficio sono essenziali?) non ci sarà mai controprova. Nell'approccio scientifico alla pandemia ci si è giustamente affidati alle competenze dei virologi e alla ricerca orientata ai vaccini, ma si sono quasi ignorate le tecnologie di tracciamento e le rilevazioni campionarie sistematiche. Forse avremmo avuto chiusure ancor più severe, probabilmente molto più mirate (qualcuno ha misurato i flussi interni nelle regioni molto estese? Ha senso un dato medio su territori e popolazioni così grandi?), certamente avremmo potuto concentrare meglio le forze e i controlli. Le proposte di utilizzare un'app di tracciamento come Immuni hanno creato un blocco psicologico, per la possibile invasione della privacy da parte dei controllori. È un tema difficile, me ne rendo conto, ma non è troppo tardi per riaprirlo. Si dibatte giustamente sul passaporto vaccinale e sull'obbligo, perché non farlo anche sul tracciamento? Pur tra mille dubbi, la pandemia ci ha riportato a contatto quotidiano con la scienza, con i suoi benefici, con l'accettazione dei suoi limiti e approssimazioni. Perché tenere in magazzino tanta parte dell'arsenale scientifico disponibile, scartando a priori un sistema sofisticato di tracciamento, di rilevazione tempestiva, d'isolamento reale (non a casa con i familiari), di chiusura del ciclo infettivo? Non è troppo tardi per fare un passo avanti, lasciando i colori sulla cartina delle regioni a un passato volenteroso,

ma approssimativo.







Damiani: il Cfo è Claudio D'Ambrosio

Continua il rafforzamento del management del gruppo Damiani con la nomina di Claudio D'Ambrosio a capo della divisione Finance. Il manager, ex Ernst & Young, proviene dal ruolo di Cfo e Investor Relator di Ratti, azienda quotata e produttrice di tessuti pregiati.

Invernizzi torna in Emporia Telecom Italia

Dopo quattro anni da Country Director Italy iniziati nel 2011, Mauro Invernizzi torna in Emporia Telecom Italia come amministratore delegato. Al manager, già a.d. di Doro Italia, il compito di guidare il ritorno del marchio di telefonia over 60 in Italia.

Chiara Fracassi cresce in Amplifon

Dopo circa quattro anni come Global Brand & Customer Experience Director dell'azienda, Chiara Fracassi ha assunto l'incarico di Marketing Director di Amplifon per l'Italia.



McDonald's Italia

Raffaele Daloisio

Chief Marketing Officer

Raffaele Daloiso è il nuovo Cmo di McDonald's Italia. Bocconiano, ex Unilever e McKinsey, il manager vanta una consolidata esperienza nel mondo del marketing. Daloiso proviene da un'esperienza decennale in Barilla, dove ha acquisito sempre più responsabilità locali e internazionali che lo hanno portato alla nomina di Chief Marketing Officer. Cisco Italia

Gianmatteo Manghi

Amministratore delegato

Vanno a Gianmatteo Manghi le redini di Cisco Italia. Il manager subentra ad Agostino Santoni, scelto per ricoprire il ruolo di vicepresidente per il Sud Europa del gruppo. Manghi, 56 anni, è in Cisco dal 2000 e negli ultimi sette anni è stato direttore commerciale per la filiale tricolore. In precedenza, ha avuto esperienze professionali in Ericsson e Digital Equipment.

Takeda Italia

Annarita Egidi

General Manager

Cambia la guida della farmaceutica Takeda Italia con Annarita Egidi che subentra a Rita Cataldo, nuova General Manager di Takeda Francia. Con esperienze in Recordati, GlaxoSmithKline e Pfizer, Egidi è in azienda dal 2013, dove fino al 2018 ha ricoperto il ruolo di Market Access Director e, successivamente, quello di Country Head dell'Oncology Division.

Federmanager conferma Stefano Cuzzilla

Stefano Cuzzilla è stato confermato presidente di Federmanager. Attualmente al suo secondo mandato, l'amministratore delegato di I.W.S. guiderà la federazione dei dirigenti del settore industriale e servizi fino al 2024.

Jelena Petrovic a capo di Allergan Aesthetics

Allergan Aesthetics, parte del gruppo AbbVie, ha affidato a Jelena Petrovic l'incarico di General Manager per l'Italia oltre che di a.d. per Allergan Spa. Medico con un'esperienza pluriennale nel settore farmaceutico e dell'health care, Petrovic succede a Nicola Di Menna.

Fastweb: la sostenibilità a Lisa Di Feliciantonio

In Fastweb da 12 anni, Lisa Di Feliciantonio ha assunto l'incarico di External Relations & Sustainability Officer dell'azienda. A lei il compito di coordinare le relazioni esterne, la comunicazione interna e i programmi di sostenibilità ambientale e sociale.

Miniconf punta su Coppari

Miniconf ha rinforzato il team manageriale con la nomina di Claudia Coppari a Merchandiser and Design Director. Con un'esperienza ventennale in aziende del fashion, tra cui Gucci e Roberto Cavalli, Coppari supervisionerà le collezioni di tutti i brand del gruppo.

Azzola guida Colt in Italia

Colt Technology Services ha scelto Carlo Azzola come Country Manager Italia. Negli ultimi 13 anni in azienda, Azzola ha ricoperto incarichi di crescente responsabilità, fino alla promozione a Global Sales Enablement Director e President of the Board of Italy.

Apollo Vredestein sceglie Domenico Gatti

Da questo mese Domenico Gatti è il nuovo Cluster Director per l'Europa sud-occidentale di Apollo Vredestein, tra i principali produttori europei di pneumatici. Il manager, oltre 20 anni in Pirelli, entra nel gruppo dopo l'esperienza all'interno di FinTyre Group.



Tecnica Group

Giovanni Zoppas

Chief Executive Officer

Da questo mese Giovanni Zoppas è il nuovo Ceo e direttore generale di Tecnica Group. Per Zoppas, negli ultimi tre anni alla guida di Thélios, si tratta di un ritorno, avendo già lavorato con l'azienda in veste di direttore generale di Nordica tra il 2003 e il 2006 nel processo di riorganizzazione del brand dopo l'acquisizione da parte della stessa Tecnica Group. Ferrarelle

Marco Pesaresi

Direttore generale

Marco Pesaresi è il nuovo direttore generale di Ferrarelle. Il manager romano, che approda nel gruppo dopo un'esperienza trentennale maturata nelle aree Sales, Marketing e Trade Marketing di colossi internazionali del settore come Coca-Cola Hbc, Unilever e Sab Miller, riporterà direttamente al presidente, Carlo Pontecorvo.

Avis Budget Group Italia

Rita Rossi

General Manager

È Rita Rossi la prima donna a ricoprire in Italia il ruolo di General Manager di Avis Budget Group. In azienda dal 1989, Rossi ha ricoperto diversi ruoli tra cui direttore operativo e direttore delle risorse umane. Più recentemente, è stata direttore veicoli commerciali, gestendo l'integrazione dei brand AmicoBlu e Morini Rent.

Euro Media Group Italia: c'è Guadagnini

L'ex Milan e Sky Italia Fabio Guadagnini è stato nominato Chief Commercial Officer del polo italiano di Euro Media Group (Emg), gruppo operante nella fornitura di mezzi, strutture e servizi per il mercato televisivo e cinematografico e per i grandi eventi sportivi.

Paolo Porta Ceo di Hunter

Hunter, storico marchio di moda britannico, ha affidato a Paolo Porta l'incarico di Chief Executive Officer. Da oltre 20 anni nell'industria del luxury fashion, Porta ha recentemente lavorato in Jimmy Choo come Svp of merchandising and licensing.

Elica promuove Cocci

In seguito alle dimissioni dell'a.d. Mauro Sacchetto, il cda di Elica ha scelto il Cfo Giulio Cocci come sostituto. Classe '70, il manager vanta un'esperienza internazionale di oltre 20 anni nel settore degli elettrodomestici, maturata in realtà come Indesit e Whirlpool.





La carica dei 101

A pochi mesi da uno dei più importanti appuntamenti sul futuro del Pianeta, una lettera firmata da numerosi premi Nobel spinge i leader mondiali verso un rapido abbandono dei combustibili fossili

olitici e uomini di legge, mprenditori e scienziati accomunati da una delle più importanti onorificenze mondiali e da una reale preoccupazione per il futuro del Pianeta. Sono i 101 premi Nobel firmatari di una lettera che invita i governi di tutto il mondo ad aderire a un trattato di non proliferazione sui combustibili fossili per affrontare la crisi climatica in atto. Insieme al Dalai Lama (in foto). primo firmatario del documento, un'élite di scienziati, romanzieri ed ex presidenti che esortano i leader mondiali a un «piano di trasformazione» che di accesso a tutto il mondo alle energie rinnovabili. «Il

cambiamento climatico sta minacciando centinaia di milioni di vite, mezzi di sussistenza nei continenti e migliaia di specie», si legge nella lettera dove si dà la colpa principalmente all'utilizzo da parte dell'uomo di combustibili fossili come carbone, petrolio e gas. «La soluzione è chiara», scrivono i 101 premi Nobel. «I combustibili fossili devono essere mantenuti nel sottosuolo. I leader, non l'industria, detengono il potere e hanno la responsabilità morale di intraprendere azioni coraggiose per affrontare questa crisi». L'appello arriva a pochi mesi dalla 26esima Conferenza delle Parti sul cambiamento climatico delle Nazioni Unite

(Cop26), organizzata per la prima volta dal Regno Unito, in collaborazione con l'Italia. I negoziati sul clima di Glasgow (1-12 novembre 2021) costituiranno il più grande vertice internazionale mai ospitato Oltremanica: riuniranno oltre 30 mila delegati, tra cui capi di Stato, esperti climatici e attivisti, per concordare un piano d'azione coordinato per affrontare il cambiamento climatico. Il documento, ovviamente sostenuto da numerosi gruppi ambientalisti e think tank di tutto il mondo, può essere firmato anche da privati cittadini, aziende, organizzazioni e anche Stati.

Per approfondire: fossilfueltreaty.org





Cate Blanchett

Attrice

Se non emergiamo cambiati da quello è successo negli ultimi dodici mesi, siamo dei pazzi. Io nel mio piccolo cerco sempre di cambiare. Però ho visto come è stato difficile, per milioni di persone in tutto il mondo, tornare a vivere. Da quello che è successo, dobbiamo cogliere gli elementi positivi.



Sergio Castellitto

Attore e regista

La sorella che hai davanti è una donna, un giorno incontrerà un uomo da cui si aspetterà di essere trattata come devi trattarla tu, e tu uomo un giorno incontrerai una donna a cui dovrai dare lo stesso trattamento che tua sorella pretende da te.



Se non ti vergogni della prima versione del tuo prodotto, l'hai lanciato troppo tardi.



Matteo Bussola

Scrittore

Alleviamo spesso inconsciamente le bambine a essere educate e docili, a "comportarsi bene", a manifestare la loro sensibilità senza troppi problemi, mentre dai bambini accettiamo in genere con maggiore facilità che siano più indisciplinati e liberi. E, soprattutto, insegniamo ai maschi, fin da piccoli, a proteggersi dalla propria fragilità. "Non piangere, che sei un ometto", quante volte lo abbiamo sentito dire? La verità è che la fragilità, le difficoltà, le crepe andrebbero accolte invece che nascoste, proprio per crescere sani ed equilibrati. Perché, come diceva Leonard Cohen, «è proprio dalle crepe che entra la luce».



Megan Reitz

Docente di Leadership e Dialogo alla Hult International Business School

L'8% dei dipendenti non condivide ciò che crede potrebbe avere un impatto negativo sulla loro organizzazione o azienda. Oltre tre quarti di loro hanno idee che potrebbero migliorare l'azienda in cui lavorano, ma il 40% non le condivide formalmente sul luogo di lavoro.





BRESCIANI

Sostenibilità e digitalizzazione sono al centro della strategia di sviluppo di FRANK MEYER, da aprile Ceo di E.ON Italia. Perché, come la crisi in corso ci ha insegnato, queste sono le uniche strade possibili per garantirci un domani e l'azienda intende dare un contributo significativo per migliorare la vita di tutti (e diventare la numero uno per le soluzioni energetiche sul mercato tricolore)







Costruire un grande futuro per E.ON Italia basato sulla sostenibilità e sul coinvolgimento dei clienti nel cambiamento energetico. Ispirare e sfidare i propri collaboratori a costruire insieme la storia, cogliendo l'opportunità unica offerta dagli investimenti europei nel Paese. Essere davvero rilevante per il futuro della Penisola, dando il proprio contributo all'economia perché diventi più verde. Frank Meyer ha assunto il ruolo di Ceo della filiale tricolore di E.ON dallo scorso 1 Aprile, ma ha già le idee molto chiare sul nostro mercato e sulle sue priorità per il futuro dell'azienda in Italia. Merito del suo profilo manageriale fortemente improntato su una visione internazionale e, probabilmente, anche del lavoro svolto per creare e sviluppare la divisione del Gruppo dedicata alla fornitura di soluzioni energetiche innovative per la casa (Future Energy Home) e per la mobilità elettrica, che gli ha fatto conoscere da vicino diversi mercati europei e non solo. Del resto, Meyer ha dalla sua anche la "fortuna" di lavorare in uno dei pochi gruppi a livello internazionale che può dire di non aver sofferto in modo eccessivo la crisi in corso. «La pandemia non ha lasciato segni indelebili sui bilanci di E.ON», spiega. «I suoi effetti negativi sul fatturato globale sono stati limitati e saranno ampiamente recuperati nei prossimi anni. Nel 2020 il Gruppo ha dato prova di stabilità e resilienza e di essere in grado di agire tempestivamente e in modo sistematico mettendo in atto contromisure efficaci per mitigare i rischi. Per questo posso dire che alla fine siamo soddisfatti dei risultati raggiunti». Non sorprende visto che nel 2020 E.ON ha registrato un fatturato di 60,9 miliardi di euro, con un utile netto adjusted di 1,6 miliardi. «E anche la filiale italiana ha un costante trend di crescita», sottolinea Meyer.

Per chi lavora nel campo dell'energia quello della sostenibilità è un tema chiave, e in seguito alla pandemia sembra si sia diffusa una maggiore consapevolezza in merito. Cosa potremmo fare come cittadini, aziende e istituzioni per farla stabilizzare nella coscienza collettiva?

Credo che per uscire da questa crisi sia imprescindibile mettere a punto un piano incentrato sulla sostenibilità. Dobbiamo considerare la pandemia come una chance per investire in infrastrutture e soluzioni "green", è un'occasione irripetibile da non perdere. È l'unica strada da intraprendere e devo dire che molti Paesi sembrano averlo capito. E anche le singole persone. In questo contesto i consumatori sono sempre più consapevoli della centralità del loro contributo per guidare il cambiamento. La verità è che molti, me compreso, hanno imparato che la vita può cambiare completamente in brevissimo tempo e in qualsiasi momento. Per questo stiamo riflettendo su cosa possiamo imparare da questa crisi e su come prevenirne altre in futuro. In questo senso, un tema centrale per l'umanità intera è quello del global warming: credo che ora finalmente la gente si sia resa conto delle sue possibili conseguenze, del fatto che potrebbe davvero cambiare le nostre vite se non interveniamo urgentemente. Forse è perché sono ottimista per natura, ma credo davvero che questa crisi, con i gravi effetti che ha avuto su tutti noi, ci abbia insegnato molto e che sfrutteremo quanto abbiamo appreso per combattere la più grande sfida che al momento si presenta all'umanità: il riscaldamento globale appunto.



Ha da poco assunto il suo ruolo di guida della filiale italiana, l'idea del Paese che si era fatto a distanza è la stessa che ha avuto una volta arrivato?

Anche se ho da poco assunto questo ruolo, non è la prima volta che vengo a contatto con l'Italia e la sua cultura. A partire dal 2016, sono stato responsabile per la creazione della divisione di E.ON dedicata allo sviluppo di soluzioni energetiche innovative per la casa (Future Energy Home, ndr) e la mobilità elettrica, un business che si è espanso rapidamente in 12 Paesi, Italia compresa. Anzi l'Italia è stata la prima a raggiungere il break even in questo settore. Negli anni ho quindi avuto la possibilità di farmi un'idea del mercato tricolore, credo che abbia grandi potenzialità e che sia strategico per il nostro gruppo. L'entusiasmo, la creatività, l'impegno e la passione del team italiano mi hanno sempre colpito e devo dire che l'accoglienza ricevuta è stata un'ulteriore conferma del fatto che insieme potremo fare un buon lavoro.

Quali sono le potenzialità del mercato tricolore cui si riferisce?

Oggi più che mai, abbiamo una grande opportunità di concretizzare un significativo contributo alla società italiana sul fronte della transizione energetica per migliorare la vita di tutti. E.ON ha un ricco portfolio di soluzioni energetiche "green" che si rivolgono a famiglie, aziende e comunità, come ad esempio le città. Il governo ha fissato obiettivi molto ambiziosi nel campo delle energie rinnovabili, offrendo programmi di finanziamento specifici per l'installazione di sistemi fotovoltaici, soluzioni di accumulo, pompe di calore e stazioni di ricarica per veicoli elettrici. E noi, per fare un esempio, siamo tra i maggiori operatori del Paese per quanto riguarda i sistemi fotovoltaici e intendiamo continuare a crescere. E poi le persone vivono nelle città e noi abbiamo progetti specifici per le loro future infrastrutture.

Immagino ci saranno anche delle criticità da affrontare...

Direi che ci sono tante sfide quante opportunità. Sicuramente un punto su cui lavorare è incrementare la consapevolezza del mercato, aiutare le istituzioni, le imprese e le

cover story

persone in generale a conoscere le soluzioni e i vantaggi che E.ON può offrire. Le nostre dimensioni in Italia, ci consentono di essere più snelli e veloci di altri competitor. Ciò che ci caratterizza è la concretezza: vogliamo dimostrare di essere i migliori sul campo, un player importante sul mercato italiano delle soluzioni, in grado di offrire, ai nostri clienti, la migliore esperienza e il miglior servizio possibili. Il nostro livello di customer experience è già molto buono, ma possiamo fare ancora di più per innovare e convincere i nostri clienti, e non solo loro, che E.ON è un'azienda affidabile, che propone le migliori soluzioni sul mercato e che siamo un partner su cui poter contare. Non solo, vogliamo diventare fortemente digitali: è per questo che abbiamo già tracciato un percorso ambizioso in questo senso negli scorsi anni, che ora svilupperemo ulteriormente.

C'è un progetto italiano precedente al suo arrivo che apprezza particolarmente e pensa di proseguire o, addirittura, potenziare?

A dire il vero ce ne sono molti. E.ON è tra le aziende italiane certificate come Great Place to Work, ciò dimostra – ed io ne sono convinto – che se vogliamo portare sul mercato prodotti eccellenti, dobbiamo agire, prima di tutto, al nostro interno, essere un'azienda fatta di persone che amano intensamente quel-

Un mercato libero offrirà grandi benefici ai consumatori, purché le regole siano chiare per tutti



lo che fanno e vogliono davvero dare il meglio per i nostri clienti. Poi vorrei rafforzare il progetto di costruzione di una Future Energy Home, una casa del futuro che possiamo avere già oggi, grazie all'integrazione di sistemi fotovoltaici, sistemi di riscaldamento e soluzioni di mobilità elettrica: l'obiettivo è guidare questo mercato e generare valore per il Paese. Inoltre, intendiamo prendere sempre più parte a grandi progetti legati alle infrastrutture. Penso, per esempio, alla partnership con il gruppo internazionale Lendlease, per lo sviluppo e la gestione di una rete riscaldamento e raffreddamento innovativa a MIND Milano Innovation District, il distretto dell'innovazione che sorgerà nell'area dell'ex sito di Expo 2015. Abbiamo sia l'esperienza internazionale che le capacità per questo tipo di progetti in grado di creare valore aggiunto per i cittadini e contribuire a un mondo più sostenibile. In aggiunta, a proposito di sostenibilità non posso che citare iniziative come Odiamoglisprechi, che negli anni ha promosso una maggiore consapevolezza e comportamenti virtuosi tra i cittadini. Seguono poi i nostri due progetti core in questo ambito, ovvero E.ON Boschi, che dal 2011 ha portato a piantumare più di 100 mila alberi in selezionate riserve naturali sul territorio italiano, contribuendo all'assorbimento di oltre 74 mila tonnellate di CO2, e più di recente, Energy4blue, un'attività che ci vede impegnati nella salvaguardia degli oceani e degli animali marini attraverso progetti concreti per combattere l'inquinamento da materie plastiche.

Come diceva, lei si è occupato di creare e sviluppare la divisione di E.ON dedicata alla fornitura di soluzioni energetiche innovative per la casa e la mobilità elettrica. Come si immagina la casa del futuro?

Per me la casa del futuro è a zero emissioni di CO2, in grado di produrre l'energia di cui ha bisogno, garantire il giusto isolamento, poi offrire un sistema di gestione dei consumi che sia davvero "intelligente" che permetta al cliente di tenere tutto sotto controllo, assicurandosi il massiL'Italia ha pianificato di avere, entro il 2030, 6 milioni di auto elettriche. Meyer ritiene, infatti, che la mobilità elettrica e la sua diffusione siano un primo passo indispensabile (ma non sufficiente) per rispettare i target di sostenibilità fissati dal Paese



mo del comfort riducendo al minimo gli sprechi. Infine, integrare soluzioni di e-mobility. Oggi abbiamo le tecnologie e le soluzioni per fare in modo che tutto questo possa già essere realtà!

Si parla molto di costruire una nuova normalità globale, in quest'ottica che ruolo ritiene reciteranno le fonti energetiche alternative e la tecnologia?

Tante cose cambieranno e, in realtà, diverse sono già cambiate. Siamo e saremo in una fase di grandi mutamenti e sono convinto che l'umanità abbia imparato e imparerà ancora molto. In questo contesto, la tecnologia potrà aiutarci a fare un grande passo avanti in termini di riduzione delle emissioni e, in generale, negli aspetti di sostenibilità. Ora abbiamo come mai prima la possibilità di investire in infrastrutture. Mi chiedo perché ogni nuova casa non debba avere già pannelli solari, batterie e soluzioni per la mobilità elettrica? Perché dovremmo vivere in una società che accetta che venga costruito ex novo qualcosa che non sia a prova di futuro? Di conseguenza queste tecnologie evolveranno, verranno prodotte su più larga scala e diverranno più efficienti, quindi migliori, più economiche, più affidabili. Inoltre, credo che potremo dare una forte spinta alla e-mobility. L'estinzione dei motori diesel è ormai inarrestabile, il futuro è rappresentato dalla mobilità elettrica la cui tecnologia evolverà molto in fretta, migliorando ulteriormente la ricarica e la gestione di questi veicoli, aumentandone il comfort, fino ad arrivare alle auto a guida autonoma. Tutto questo offrirà grandi vantaggi all'ambiente, ma anche alle persone. L'Italia ha pianificato di raggiungere, entro il 2030, 6 milioni di auto elettriche. E se la e-mobility è sicuramente una necessità, non possiamo fermarci solo a questo, ma abbiamo bisogno di molto di più: penso ad esempio a come rendere green il gas o a come possiamo sviluppare nuovi strumenti per immagazzinare l'energia verde. Non abbiamo ancora tutte le tecnologiche necessarie, ma sono certo che nei prossimi due anni non mancheranno innovazioni in questo campo. In ogni modo, visto che sono sempre stato un sostenitore della filosofia "un passo alla volta",

la mobilità elettrica e la sua diffusione sono un primo passo indispensabile senza il quale non potremo nemmeno sognarci di raggiungere i target di sostenibilità già fissati. Dopodiché dovremo pensare anche a soluzioni innovative.

Sul fronte della mobilità elettrica si dice che, in Italia, un forte limite alla sua diffusione sia la scarsità di colonnine di ricarica disponibili.

Le infrastrutture sono importanti, ma non rappresentano l'unico ostacolo. La prima cosa da dire è che quando guidi davvero un'auto elettrica, e io lo faccio da tempo, ci si accorge che l'80% delle ricariche vengono effettuate a casa o al lavoro, solitamente i due luoghi in cui passiamo più tempo in maniera continuativa. Quindi, il primo impegno, soprattutto per chi lavora in questo settore deve essere dimostrare ai propri consumatori che un'auto elettrica non è più costosa rispetto alle auto tradizionali e c'è modo di ricaricarla comodamente. Il secondo passaggio è rendere la ricarica a casa e sul posto di lavoro davvero semplice e soprattutto ben radicata sul territorio.

La mobilità elettrica è, dunque, uno dei punti chiave della transizione energetica, un tema centrale nel campo della sostenibilità, che da sempre è alla base del modello di business di E.ON. Ogni azienda, però, formula a suo modo il concetto di sostenibilità: qual è la sua definizione?

Per me significa offrire ai clienti soluzioni green e sostenibili al 100%. Nessuna utility ha oggi già raggiunto questo obiettivo, tuttavia E.ON si è impegnata fortemente per questo e, sia a livello globale che qui in Italia, ha una strategia chiara per sviluppare il proprio business in maniera totalmente sostenibile, ridefinendo anche uno stile di vita che sia davvero sostenibile per tutti noi.

Un altro elemento chiave in tema di transizione energetica è l'innovazione tecnologica, che voi perseguite internamente, ma anche investendo in start up. Come le selezionate?

Lavoriamo in diversi modi con aziende innovative e start up − tramite acquisizioni, →

cover story

partecipazioni o partnership – perché crediamo che nessuno possa offrire ai clienti le migliori soluzioni lavorando da solo, ma che sia necessario creare un ecosistema di partner. E questa secondo me è una soluzione vincente sia per i consumatori sia per tutte le imprese coinvolte, che fanno appunto network e trovano vantaggio dalla cooperazione. Inoltre, nessuna azienda né tantomeno E.ON può essere esperta e innovativa in ogni campo: noi per primi dobbiamo concentrarci su ciò che meglio riflette le nostre competenze e unirci ai migliori partner in settori diversi rispetto a quello dell'energia. Non è facile, è un lavoro quotidiano di scouting, che richiede di tenere sempre la mente aperta, di cambiare radicalmente e in fretta sulla base delle innovazioni del mercato. Bisogna stare all'erta, osservare, imparare, lavorare con gli altri per non rimanere indietro.

Può farci qualche esempio?

Il nostro obiettivo è fornire ai consumatori la possibilità di produrre energia e consumarla in modo efficiente e consapevole beneficiando di un'offerta complementare e che può coprire tutta la filiera dell'energia. Per questo, due anni fa, abbiamo acquisito Solar Energy Group, azienda specializzata nella progettazione e installazione "chiavi in mano" a clienti residenziali di impianti fotovoltaici, sistemi di accumulo, impianti solari termici e servizi per l'efficienza energetica, quali pompe di calore e servizi di assistenza e manutenzione dedicati. Ancora prima, nel 2017 E.ON Italia ha acquisito La Casa delle Nuove Energie, azienda attiva nella fornitura a clienti residenziali e business di servizi e soluzioni per l'efficienza energetica, come pompe di calore, illuminazione efficiente e domotica, e per la generazione distribuita, tra cui il fotovoltaico. Nel giugno 2019, inoltre, siamo entrati nel capitale di BikeSquare per fare un passo avanti sul fronte della mobilità e del turismo sostenibili. Lavorare con queste aziende ci aiuta a fare economie di scala, evolvere e crescere insieme, per rendere le soluzioni più innovative accessibili a un numero sempre maggiore di persone.

Oltre che con clienti residenziali, lavorate anche con le imprese. I cosiddetti



Strettamente personale

Cosa le piace fare nel tempo libero? Sempre che il lavoro gliene lasci...

È fondamentale averne! Amo il mio lavoro, perché mi permette di dare un contributo per rendere il mondo un posto migliore, però credo davvero che tutti abbiano bisogno di coltivare anche altro nella vita, qualcosa che ci aiuti a migliorare e a ricaricarci. Per quanto mi riguarda, quel qualcosa è la mia famiglia: mia moglie. i miei due figli, i miei genitori e una piccola cerchia di amici fidati. Cerco di trascorrere più tempo possibile con i miei figli di 9 e 11 anni, è davvero una bella età, ci permette di fare tante cose insieme: giocare, imparare, esplorare, divertirci. E poi mi piace leggere, un'altra attività che amplia i propri orizzonti. E non intendo solo per imparare cose nuove, ma anche per rilassarmi

Cambiare lavoro e Paese non è solo una sfida a livello professionale, ma anche personale. Come si è preparato?

Fino a oggi penso di aver lavorato in qualcosa come 25 Paesi. Ovviamente non si è sempre trattato di incarichi a lunga scadenza, ma includo anche i vari progetti che ho seguito. Sud Africa, Kenya, Corea del Sud, Italia, Uk... sono troppi per citarli tutti. Adoro viaggiare. Ho sempre imparato qualcosa da ogni cultura e perlopiù ho imparato di più quando ho potuto parlarne la lingua, perché solo così non sei più uno straniero, ma puoi entrare realmente in contatto con la cultura locale, conoscere le persone. Imparare nuove lingue ti arricchisce molto e ti permette di entrare davvero in connessione con la natura di una cultura diversa. Ora sto studiando l'italiano: credo sia anche una questione di rispetto, ora che vivo qui.

Qual è la prima cosa che ha in mente di fare appena il Covid lo permetterà?

A dire il vero, ne ho parecchi di programmi! Ci sono diversi posti che vorrei visitare e spero che vivere qui mi permetterà di non essere più solo un turista, ma di sperimentarne personalmente la cultura, la storia, la natura e lo stile di vita della Penisola. E vorrei anche farmi dei nuovi amici italiani!

PPA sono davvero la formula del futuro?

Non è così semplice definire se sia davvero questa la formula del futuro. Abbiamo di sicuro bisogno di energia verde, di un modo per incrementare la nostra capacità di produrla e di come poterla contrattualizzare: un esempio sono i Power Purchase Agreement, ma non è detto che siano l'unico. Dobbiamo incentivare la flessibilità e oggi non è ancora chiaro come questo possa esser fatto con i PPA. Per cui direi che ci sono potenzialità e opportunità, ma c'è ancora molto da fare in questo campo.

Terzo campo d'azione per E.ON sono le soluzioni per le città, come già accennava parlando del progetto MIND di Milano e della joint venture con Lendlease. Quali sono, secondo lei, i vostri punti di forza in questo campo?

E.ON ha una forte expertise in questo campo, abbiamo diversi altri progetti in corso in Italia e, più in generale, in Europa. Quello che ci rende unici è che abbiamo in portfolio delle innovazioni davvero interessanti. Nel progetto MIND, ad esempio, siamo stati selezionati tra partner eccellenti proprio per alcune peculiarità della nostra offerta tecnologica e per la nostra expertise internazionale. In questo contesto, la soluzione di E.ON si basa sulla digitalizzazione per ottimizzare i flussi di energia nel sistema e ridurre la necessità di generazione primaria. Essa prevede la connessione di ogni edificio dell'area MIND ad una rete riscaldamento e raffreddamento di quinta generazione basata sulla tecnologia ectogrid che, grazie al suo sistema di gestione digitale automatizzata ectocloud, recupererà e riciclerà l'energia di scarto tra le diverse utenze, essendo il sistema nel suo complesso completamente integrato con le infrastrutture locali esistenti e con la possibilità quindi di massimizzare così la collaborazione con il territorio.

Liberalizzazione del mercato dell'energia in Italia: se ne parla da anni ed è stata più volte rinviata. Ora forse ci siamo. Cosa significa per E.ON e come lavorerete in questo contesto?

Se guardiamo al mercato italiano, è ancora alto il numero di persone che non sono entrate nel mercato libero e questo limita la concorrenza rispetto al livello già raggiunto in altri Paesi. Dunque, la liberalizzazione è un grande passo e credo si stia finalmente andando nella giusta direzione. Stiamo esplorando le opzioni a nostra disposizione in questo campo e stiamo a vedere come realmente evolverà il mercato, ma sono convinto che potremo contribuire in maniera rilevante come E.ON e che un mercato libero possa offrire grandi benefici ai con-

sumatori, purché ci sia una cornice normativa che fissi regole chiare per tutti.

La sua esperienza manageriale maturata in diversi Paesi e la conoscenza delle lingue le conferiscono un profilo internazionale: come risulta l'Italia delle imprese vista dall'estero?

Ammiro la creatività, l'ottimismo e lo spirito d'iniziativa che caratterizza gli italiani, e queste qualità si riflettono nel lavoro delle imprese, nei mercati e più in generale nell'economia del Paese. Non sono caratteristiche comuni, credo quindi che in Europa ne avremmo molto bisogno. Dobbiamo essere affidabili al 100% in ciò che offriamo a partner e consumatori, ma al contempo essere disposti a evolverci continuamente, ben sapendo che la perfezione non esiste e che ci sarà sempre qualcosa da migliorare. È questo che facciamo in E.ON, e in Italia una tale filosofia di lavoro è facilmente applicabile perché le persone hanno già questa mentalità.

Di solito, in effetti, si riconosce agli italiani una grande creatività, ma si dice che facciano poi fatica a concretizzare idee e progetti. Lei che è stato incluso dal quotidiano tedesco *Handelsblatt t*ra i 100 principali innovatori della Germania, può darci qualche suggerimento in proposito?

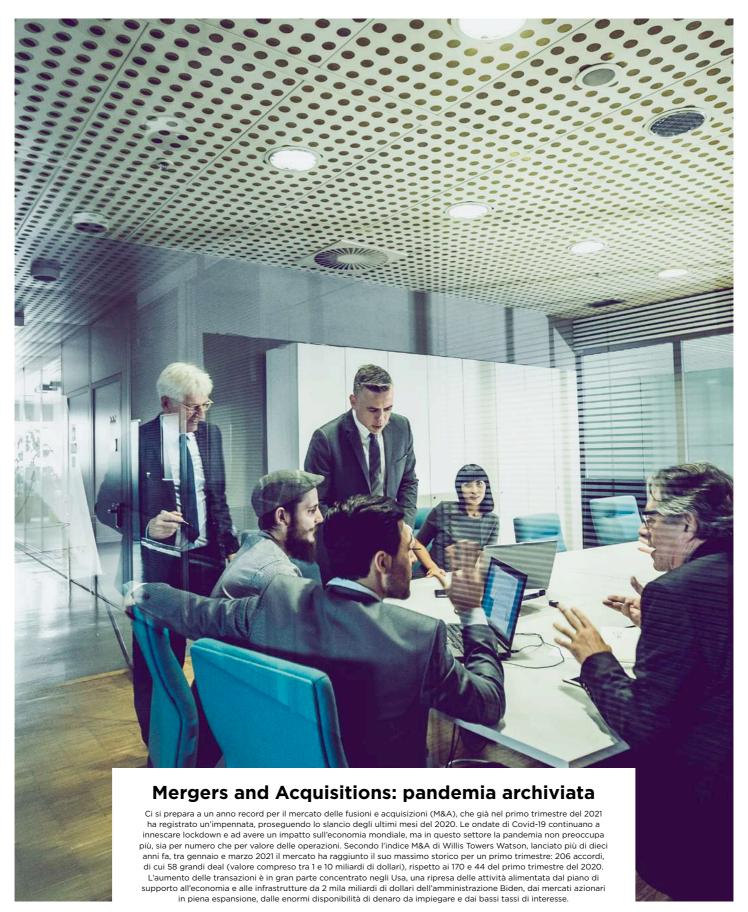
In realtà, guardando all'Italia non mancano di certo esempi di grandi innovazioni o eccellenze ideate, progettate e diffuse a livello globale. E ammetto di non essere nella posizione di poter dare chissà quali consigli agli italiani. Ho sempre ammirato la loro capacità di pensare in modo creativo. Mi lasci fare l'esempio del Superbonus: il governo italiano ha dimostrato di avere il coraggio per prendere una decisione radicale. Poi si può sempre discutere di come ogni cosa avrebbe potuto essere fatta meglio o in modo diverso, ma è una prova di come gli italiani sappiano pensare in grande, fuori dagli schemi e prendere decisioni importanti e coraggiose. Quello che intendo fare in E.ON è proprio indirizzare tale creatività, perché le energie siano incanalate nel modo giusto e si possa offrire ai clienti il massimo in termini di servizi.





BUSINESS IS BUSINESS

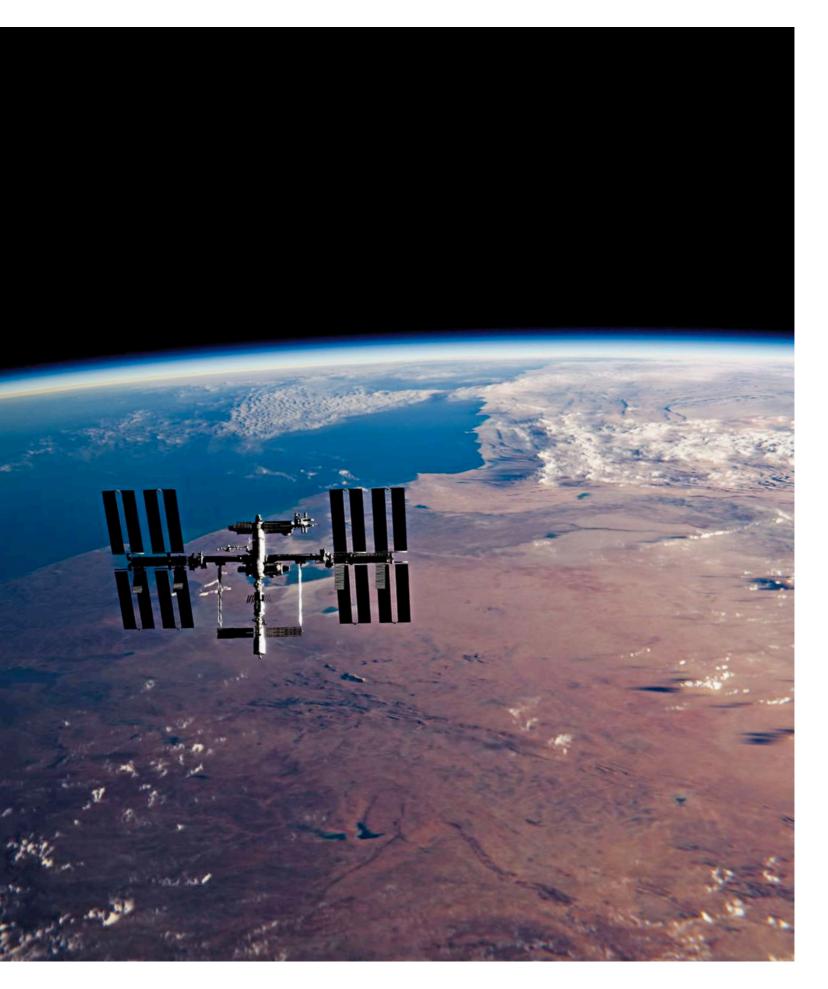
PERSONE FATTI & AFFARI DAL MONDO



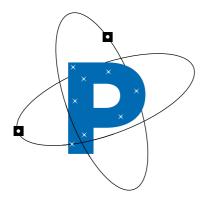
ITALIA CHIAMA SPAZIO

A sorpresa, un Paese che da decenni risente della mancanza di una seria politica industriale, si rivela un'eccellenza mondiale nella cosiddetta space economy. Merito di un piano strategico lungimirante e della collaborazione tra impresa e università. Potrebbe essere questo uno dei paradigmi su cui incentrare la ripresa economica?

di Alberto Tundo



economy businesspeople.it



Per quanto possa sembrare paradossale, è proprio nel freddo e nell'oscurità dello Spazio che l'Italia brilla di più. Lo stesso Paese da decenni senza una politica estera né industriale, che alterna l'improvvisazione agli scongiuri, in ambito spaziale si desta e diventa una potenza. La settima al mondo, per la precisione. Si è parlato molto della partecipazione italiana al Lunar Gateway, con Thales Alenia Space (Tas), joint venture tra la francese Thales (67%) e Leonardo (33%) che costruirà i due moduli abitativi I-Hab e Halo o 6 dei nuovi 12 satelliti di seconda generazione di Galileo (vedi intervista) ma è difficile tenere il conto di tutte le commesse ottenute dalle imprese italiane recentemente. Si dovrebbero contare i tre satelliti della costellazione Skylark chiesti a Tas dalla canadese NorthStar Earth&Space, i due moduli pressurizzati da aggiungere alla Iss, l'Axiom Orbital Segment, i dieci razzi Vega C e 34 motori P120 che Avio, leader nel campo della propulsione spaziale fornirà ad ArianeGroup o la costellazione microsatellitare Andromeda, sulla quale Argotec è al lavoro insieme al Jet Propulsory Lab della Nasa. E poi ci sono i contributi alle missioni ExoMars, Mars Sampler Return... Ciò che fa dell'Italia un player di primo livello è un cluster industriale integrato e completo, cioè in grado di coprire tutti i segmenti della filiera industriale, dall'hardware spaziale, con una leadership riconosciuta nei moduli abitativi e pressurizzati, passando per l'elettronica e i software di bordo fino alla gestione di servizi e applicazioni prodotte da tale impalcatura. Una filiera in cui abbondano pmi e start up altamente specializzate, come Officine Stellari, che progetta e produce telescopi ground based e space based di altissima precisione, la comasca D-Orbit, che forte su tutto il ciclo di missione spaziale - presidia un mercato molto promettente, quello dello space waste management, o Aiko che applica A.I. e machine learning alle missioni spaziali. È una filiera composta da circa 200 aziende, pmi nell'80% dei casi, che assorbono un totale di 7 mila dipendenti e generano una produzione che vale 16 miliardi di euro, prevalentemente orientata all'export (70%). Un segmento piccolo, ma con un effetto traino non trascurabile in termini economici e occupazionali. Per ogni euro investito nel segmento aerospaziale italiano se ne producono in media 2,5 di Pil, e ogni nuovo posto di lavoro nel comparto ne genera quattro nel resto del sistema economico. Le 200 imprese strettamente aerospaziali, infatti, sono servite da una supply chain che tra subappaltatori e fornitori di seconda e terza fascia conta 4 mila aziende. «Sono imprese di dimensioni non grandissime che non fanno produzione di massa, ma che proprio per questo sono particolarmente adatte all'industria, in cui non si producono satelliti a ritmo industriale su modelli standardizzati ma pezzi unici, modelli che si devono adeguare all'esigenze, alle missioni e agli obiettivi del cliente, che variano costantemente. Qui la capacità italiana di produrre pezzi su misura è un punto di for-

Tenete d'occhio i big data spaziali

Il punto di vista di Massimo Comparini, a.d. di Thales Alenia Space Italia



Thales Alenia Space Italia è impegnata su molti fronti, qual è il progetto più importante?

Da un punto di vista scientifico, direi tutto ciò che stiamo facendo per il ritorno dell'uomo

sulla Luna, perché l'esplorazione di altri pianeti sarà un piano di lavoro fondamentale dei prossimi anni, forse anche decenni. Quindi, sono particolarmente importanti tutti i progetti relativi al Gateway, la stazione spaziale lunare, cui contribuiremo costruendo l'International Habitat (I-Hab), il modulo abitativo (europeo) più complesso, e fornendo la

struttura primaria di Halo, l'altro modulo abitativo (americano). Siamo, inoltre coinvolti nella costruzione del tunnel pressurizzato e dotato di finestre, Esprit, che è un modulo di servizio della stazione lunare, I-Hab potrebbe essere l'architettura di riferimento per la costruzione del primo shelter lunare, cioè della prima struttura abitativa posata

sulla superficie della Luna. Da un punto di vista industriale, però. non posso non citare lo sviluppo. la realizzazione e la produzione dei primi sei satelliti della costellazione Galileo di seconda generazione, che ci è stato affidato dalla Commissione europea, per la quale Galileo è uno dei Flagship Programme.

A proposito, questo contratto è stato definito epocale. Perché?

Per due ragioni. Perché lo sviluppo di questi satelliti di seconda generazione pone l'Europa all'avanguardia anche nel campo dei sistemi di navigazione e l'Italia guiderà non solo la parte di sistemistica, di architettura e di operations, ma anche il segmento spaziale, Inoltre. consentirà lo sviluppo di tecnologie, relative soprattutto al mondo digitale

che favoriranno l'erogazione di servizi più sofisticati, flessibili e sicuri.

Su che tipo di filiera può contare la sua azienda?

La supply chain di Thales Alenia Space in Italia conta un centinaio di imprese di primo livello, alcune delle quali sono strategiche, perché con noi e con il nostro azionista nazionale Leonardo, hanno sviluppato tecnologie e



sono parte di un processo che va avanti da anni, ad esempio nel campo dei moduli pressurizzati, e altre più innovative, anche start up, nel campo dell'A.I. e dei nuovi algoritmi. Ma la filiera include anche gli spinoff universitari e i centri di ricerca, cioè non è limitata alla sola componente puramente industriale.

Com'è stato possibile arrivare

a questi risultati in un Paese abituato a improvvisare e senza una politica industriale da

decenni? L'Italia si è sempre caratterizzata per la grande attenzione al settore spaziale e per la continuità di investimenti. Negli ultimi anni, però, con la legge che ha riorganizzato la governance, le attività spaziali sono state messe al centro di un quadro strategico che ha

visto l'emergere di una visione sistemica dello Spazio, cioè della capacità non solo di sviluppare un progetto ma anche di analizzarne le ricadute sul tessuto economico, in termini di nuovi servizi, nuove applicazioni e anche le ricadute sui settori adiacenti. Quei principi di politica industriale che magari in altri settori forse sono venuti meno o

hanno perso salienza qui, invece, ci sono tutti.

Qual è l'ambito della space economy più rilevante?

In termini di ricadute potenziali, credo che l'osservazione della Terra dallo Spazio sia l'ambito più interessante. In primo luogo, perché ci consente di generare una grande quantità di big data spaziali dai quali ottenere informazioni preziose per

temi molto importati, come la sostenibilità, ma utili anche per supportare lo sviluppo delle attività economiche. Oggi per esempio, attraverso i big data spaziali, riusciamo a concepire un'agricoltura più produttiva e più sostenibile, possiamo gestire meglio il territorio e monitorare lo stato delle infrastrutture. I dati raccolti dallo Spazio,

però, saranno fondamentali anche per la transizione digitale: qui il tema non è solo la geolocalizzazione sempre più precisa quanto la connettività. Bisogna pensare ai satelliti e alle costellazioni di satelliti come nodi della rete di prossima generazione. Tutto questo è parte integrante della transizione digitale del Paese e della nostra società.



za. Nel complesso, si tratta di un'impresa che assomiglia molto a quella tipica italiana: piccola dimensione, grande specializzazione tecnica, senza necessariamente una profonda base scientifica. Naturalmente questo è un limite, perché si produce ancora poco in termini di brevetti, ma si fa sicuramente innovazione», spiega Matteo Landoni, economista dell'Università di Milano e autore per il Mulino de L'impresa spaziale italiana. Insieme, fanno da battistrada e, innovando, consentono quello che in gergo si chiama technology transfer. «Quando parliamo di trasferimento tecnologico non dobbiamo più pensare al propellente che viene poi utilizzato per il trasporto civile o alla tuta spaziale che diventa un tessuto artificiale che viene poi usato nella moda. Dobbiamo pensare ad applicazioni sempre meno fisiche, concrete, e sempre più relative all'ambito dei servizi digitali», avverte il docente. E l'Italia può muoversi con sicurezza in questo settore grazie a Telespazio, altra joint venture tra Thales e Leonardo però a quote invertite (è Leonardo ad avere il 67%), leader nel campo dei servizi satellitari e della geoinformazione, il cui gioiello è il Centro spaziale del Fucino, che con i suoi 132 mila metri quadrati e le 170 antenne è il più grande al mondo. Attraverso la sua società veicolo, E-Geos, Telespazio commercializza i big data spaziali prodotti da Cosmo Skymed, primo sistema duale (militare e civile) di satelliti radar, italiano, posizionando bene la Penisola in un mercato in forte espansione, quello dei dati prodotti dall'osservazione terrestre, utili per il monitoraggio del territorio, delle infrastrutture strategiche, anche abilitando la cosiddetta predictive maintenance, e al servizio di un'agricoltura ipertecnologica. «Una bella particolarità di questa industria», spiega ancora Landoni, «è di essere complessa, varia e distribuita territorialmente. Non ci sono solo raggruppamenti nel classico Nord-Ovest tra Milano e Torino, o a Roma, nel caso dell'impresa pubblica, ma s'incontrano realtà interessanti ovunque, anche al Sud. Due su tutte: l'area tra Bari e Mola di Bari, dove si trovano molte imprese che utilizzano i dati prodotti dall'osservazione terrestre, come Planetek e Sitael, e poi quella tra Napoli e Benevento,

Il bello di questa industria è che è distribuita a livello territoriale



che produce imprese interessanti, di piccole dimensioni, private e dinamiche». Qui il modello dei distretti industriali funziona ancora: sono 12, guidati dal Cluster nazionale tecnologico aerospazio, che aggrega tutti gli attori della filiera tricolore. Attori la cui forza sta proprio nella loro capacità di fare sistema, aiutati da uno Stato a sua volta abile nello sviluppare e aggiornare una visione organica e strategica. Lo ha fatto con la definizione di un Piano strategico per la space economy, con la legge di riforma della governance aerospaziale e la creazione di un comitato interministeriale per le politiche relative allo Spazio, ma anche con scelte lungimiranti, come quella di contribuire al budget dell'European Space Agency con un miliardo in più, aumentando il peso politico del Paese e, quindi, assicurando alle proprie imprese un maggior numero di contratti. Poi ci sono il Primo Space, il primo fondo di Venture Capital per investire sulle start up aerospaziali o la Fondazione Amaldi, istituita dall'Agenzia spaziale italiana e dal consorzio di ricerca Hypathia per sostenere la ricerca applicata nel settore dello Spazio. Un ecosistema fertile nato in un Paese che, quando non improvvisa, può arrivare sulla Luna.





Cashless, manon troppo

L'Italia dei pagamenti digitali sta facendo enormi passi in avanti, ma è ancora molto lontana dal superamento del contante. Ecco a che punto siamo e cosa ci aspetta

di Anna Tortora



Il 2021 sarà ricordato come un anno di svolta per molti aspetti della vita quotidiana. Il distanziamento fa ormai parte del modo in cui le persone si approcciano al mondo esterno. Nemmeno il caffè al bar sarà proprio come prima, non ci saranno le monetine lasciate distrattamente sul piattino, perché il denaro contante è destinato a scomparire. Non subito, ma avverrà. La transizione era già in agenda durante il governo Monti, ma è negli ultimi tempi che si percepisce in maniera prepotente.

Già nel 2018 il 37% delle famiglie italiane utilizzava per i pagamenti la carta di credito, movimentando 240 miliardi di euro in versione digitale (dati Polimi). Poi con i lockdown prolungati, che hanno portato anche una certa propensione alla diffidenza rispetto al contatto sociale (come sot- →

money

tolinea una ricerca del Fatebenefratelli), i pagamenti alternativi al contante sono letteralmente esplosi. In particolare grazie al boom dell'e-commerce (+12%), visto da molti come unica soluzione per l'approvvigionamento di beni, evitando attese in coda e soprattutto il contatto con possibili veicoli di infezione, come il contante maneggiato da estranei.

Il volume totale delle transazioni cashless alla fine del primo anno di pandemia, dal 29% del 2019 è balzato al 33% del totale dei pagamenti in Italia, pari a 268 miliardi di euro. In valore rispetto all'anno precedente rivela un lievissimo -0,7% - complice lo stop a molte attività - che però spicca accanto al calo molto più importante del 13% registrato dai consumi su base nazionale. Secondo una recente ricerca Mastercard, sette italiani su dieci riconoscono ai pagamenti digitali un ruolo chiave durante il lockdown. Il 69,9% degli intervistati ha dichiarato di utilizzare più spesso le carte di credito e debito, che per il 75% diventeranno il mezzo principale di pagamento del futuro, con la modalità contactless che segue a ruota.

A convincere gli italiani è servita anche la grande operazione Italia Cashless, con il cashback di Stato, affiancato a partire da gennaio 2021 dalla lotteria degli scontrini. Operazione discussa, ma che secondo il rapporto 2021 sui pagamenti digitali stilato dalla Community Cashless Society di European House-Ambrosetti, porterà a conti fatti diversi vantaggi. A cominciare dall'emersione del sommerso e dell'evasione Iva, che ammonterebbe a 9,2 miliardi di euro da qui al 2025, ma parallelamente anche l'aumento di quei consumi crollati nell'ultimo anno (aumentata propensione all'acquisto per il 39% degli intervistati). Che il ca-

businesspeople.it

shback di Stato abbia avuto successo è fuori discussione, stando ai 5,8 milioni di italiani che hanno aderito al programma nella sola fase sperimentale, dall'8 al 31 dicembre. Il dato è incoraggiante, ma ancora non sufficiente a proiettarci nel futuro.

Nonostante l'indubbio sprint del 2020, in

Italia di una *cashless culture* non si può ancora parlare. Il ruolo del contante nella nostra economia – anche se in calo – è ancora preponderante. Nel nostro Paese la penetrazione del digitale (il Cashless Intensity Index, elaborato dalla Cashless Society di Ambrosetti) è attualmente dell'11,2% e ci

37%

La quota di famiglie italiane che utilizava la carta di credito per i pagamenti nel 2018 **33**%

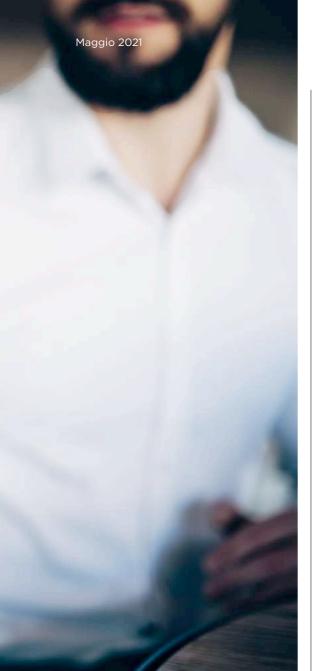
Il volume delle transazioni cashless nel 2020 sul totale dei pagamenti 69,9%

La parte di persone che ha dichiarato di utilizzare più spesso le carte di credito e di debito 11,2%

Il dato fotografa il poco encomiabile Cashless Intensity Index dell'Italia, tra i peggiori al mondo **4,7**mld

Si tratta dei pagamenti effettuati in euro con dispositivi wearable **268**mld

L'ammontare in euro delle transazioni digitali in Italia nel 2020





Il nostro rimarrà un Paese ibrido

Il punto di vista di Emilio Petrone, a.d. di Mooney



Rendere i pagamenti e i servizi transazionali semplici, sicuri e a portata di mano. Questa l'ambizione di Mooney, la prima realtà italiana di Proximity Banking & Payments, nata a gennaio 2020 dall'accordo tra SisalPay e Banca 5 (Gruppo Intesa Sanpaolo). Un anno più tardi. lancia la propria carta prepagata con iban italiano su circuito Visa. attivabile in pochi minuti presso la rete di vendita Mooney, dando ulteriore spinta al cashless Sull'evoluzione di Mooney abbiamo parlato con l'a.d., Emilio Petrone.

Possiamo dire di essere in un'ipotetica fase 2 del cashless? Cosa si può fare per velocizzare la transizione?

L'evoluzione del cashless in Italia è iniziata già anni fa e sta progredendo bene. Soprattutto nell'ultimo anno, in cui la pandemia ha imposto maggiori restrizioni negli spostamenti, si è registrata una crescita importante e siamo entrati in una fase di maggiore maturità Anche per quanto riguarda Mooney la percentuale di cashless sta aumentando e

nel 2021 supererà il volume delle transazioni in contanti.

Quando torneremo alla libertà di circolare e di acquistare nei punti fisici, questa tendenza sarà confermata?

Credo che le nuove abitudini dei consumatori proseguiranno, al meno in parte, anche nell'era post Covid. L'ascesa del cashless continuerà e noi. come azienda, la stiamo favorendo. Allo stesso tempo, è difficile immaginare un'Italia totalmente cashless. C'è ancora un ampio seamento di popolazione che preferisce pagare in maniera tradizionale e che noi riteniamo sia importante servire. Vogliamo essere un'azienda per tutti con un'offerta completa di servizi di pagamento, transazionali e di mobilità fruibili sia sulla nostra rete retail, sia online, Facciamo dell'omnicanalità il nostro punto di forza: essere vicini ai nostri clienti è importante per un'azienda che integra nella propria strategia di business per l'inclusione finanziaria

Che sviluppo ci sarà nel settore delle carte?

In Italia c'è ancora ampio spazio per la penetrazione delle carte di pagamento perché la loro diffusione è ancora al di sotto della media europea. In particolare, noi puntiamo sulle carte prepagate che sono sempre

più usate dagli italiani e hanno rappresentato oltre il 50% deali acquisti online del 2020. E il loro utilizzo è in crescita (+13%) anche nel canale retail tradizionale. valore nettamente superiore rispetto ad altri Paesi europei come la Francia, +3%, e la Spagna, +8% (dati ricerca Gfk 2020 commissionata da Visa, ndr). Sono strumenti di pagamento semplici, sicuri e convenienti. Infatti. la prepagata Mooney dotata di iban italiano attivabile sulla nostra rete e, da questo mese, anche comodamente da casa attraverso l'onboarding digitale, consente di fare in pochi minuti e in totale sicurezza la maggior parte delle operazioni più diffuse come bonifici, pagamenti online o via Pos. prelievi

In un momento in cui le banche eliminano le casse a favore degli Atm, quanto pesa l'assistenza dell'esercente nel punto vendita per favorire la scelta di pagamenti cashless?

La customer

experience nel retail è ormai evoluta. Le banche stanno facendo scelte che riducono la presenza sul territorio e lasciano spazio a realtà come Mooney che, attraverso una capillare diffusione, offre servizi facilmente utilizzabili da tutti anche grazie all'assistenza

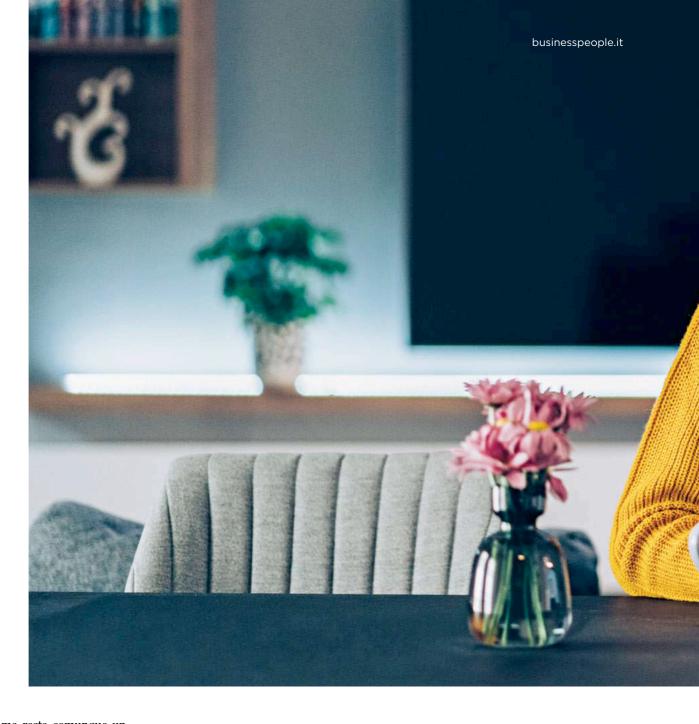
deali esercenti che sono sempre più formati e preparati. Mooney va incontro al cittadino che può disporre di servizi transazionali di prossimità accessibili anche in tempi di mobilità ridotta. Abbiamo oltre 20 milioni di clienti che si servono dei nostri servizi retail, ma anche 3 milioni di clienti che utilizzano regolarmente i nostri servizi digitali. Siamo, quindi, una realtà davvero omnicanale

Come sarà il futuro di Mooney?

Dal punto di vista dei prodotti. la nostra offerta è realmente completa e include i servizi di pagamento (come bollette, abbonamenti. ricariche telefoniche etc., ma anche tributi e tasse verso la pubblica amministrazione tramite PagoPA), i servizi transazionali (bonifici, F24, prelievi, depositi e. soprattutto, la carta prepagata Mooney), e i servizi di mobilità digitale grazie all'app myCicero, che consente di acquistare biglietti per trasporto e parcheggio. Per quel che riguarda i canali di distribuzione, invece. continueremo a lavorare per rendere il retail e il digitale sempre più sinergici, sequendo i trend di consumo e le abitudini in constante evoluzione degli italiani.

posiziona al 33esimo posto, tra le peggiori economie del mondo. Per dare un parametro di riferimento, la Svezia, che comanda la classifica, ha il Cashless Intensity Index all'1,2%.

Così come è ancora lontana l'affermazione di sistemi più moderni, come le app bancarie e soprattutto i pagamenti con dispositivi wearable, che effettivamente crescono molto rispetto al 2019 (+80%) ma restano – con i loro 4,7 miliardi complessivi – una piccolissima parte dei 268 miliardi di transato digitale. La concretezza della carta fisica, pur utilizzata in modalità contactless, sostituisce in modo meno traumatico la



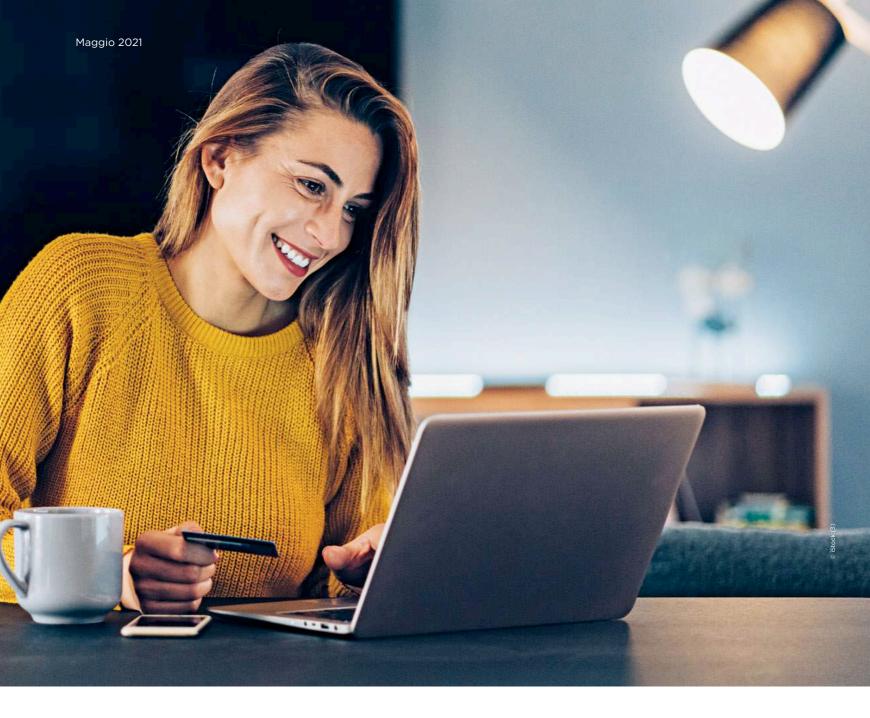
moneta contante, ma resta comunque un sistema vecchio rispetto alle possibilità oggi disponibili. Che vanno decisamente verso una virtualizzazione delle transazioni in denaro: la tecnologia Token, che consente la smaterializzazione delle carte di credito, esiste dal 2015, e in termini di sicurezza è superiore alla carta materiale. Così come sistemi ultracollaudati come Paypal, che si è affermato soprattutto in ambito e-commerce, ma che in realtà consente anche trasferimenti di denaro peer-to-peer, la creazione di portafogli personali, i pagamenti nei negozi fisici, non ha spese di gestione e non richiede mai l'inserimento dei dati bancari. Quello che manca è la conoscenza delle pos-

Manca la conoscenza delle possibilità offerte dai pagamenti cashless

sibilità offerte dai pagamenti cashless, affidata più che altro alla naturale curiosità delle nuove generazioni. Se – come la Community di Ambrosetti sostiene – la promozione dei sistemi di pagamento digitale più evoluti debba essere una priorità strategica per la Pubblica Amministrazione (che risparmierebbe anche 10 miliardi all'anno di

costi di gestione del contante), portare la tecnologia nella quotidianità e garantire a tutti l'accesso ai servizi in un Paese come il nostro che sconta ancora un marcato digital divide generazionale, sociale e geografico, non è cosa semplice. Tuttavia, da qualche parte bisogna iniziare.

Puntare su servizi di base e dimostrare la



semplicità d'uso del cashless è la strategia dei Comuni di Bologna e Parma: grazie a un accordo con Sia - società europea di gestione dei pagamenti controllata da Cdp - il trasporto pubblico a breve si pagherà anche direttamente a bordo con la carta contactless accostata all'apposito lettore. Esistono da qualche anno servizi di mobilità urbana accessibili direttamente dal cellulare tramite app, soluzione che porta il cashless evoluto nella quotidianità, ma manca l'interoperabilità tipica di una strategia nazionale. I servizi vengono gestiti dal singolo Comune in partnership con aziende private, e nella maggior parte dei casi sono accessibili solo nell'ambito dei confini municipali. La mobilità cittadina, la bigliettazione elettronica di eventi e trasporti, il rinnovo degli abbonamenti, il pagamento delle soste costituiscono una valida porta d'ingresso, ma il settore è in rapida evoluzione e quello che per molti sembra il futuro in realtà è già superato.

Le applicazioni di ultima generazione abbandonano anche capisaldi come password, codici, e domande segrete, per utilizzare i dati biometrici, gli unici che non possono essere rubati, falsificati, utilizzati senza il consenso del diretto interessato. Amazon negli States sta sperimentando alle casse la lettura del palmo della mano, a Singapore gli Atm del circuito bancario

Ocbc erogano contante riconoscendo il sorriso del cliente, mentre a Mosca nei negozi low budget del brand Pjaterochka si pagherà con lo sguardo. Sarà fondamentale la diffusione di dispositivi in grado di registrare dati biometrici diversi rispetto all'impronta digitale, per ora la feature più accessibile in Europa. Juniper Research - società che analizza i trend del mercato digitale - ritiene che dal Touch-id e Face-id (già implementato da Apple), si arriverà al Voice-id, tutti sistemi di riconoscimento biometrici che dovranno essere utilizzati in modo integrato per garantire la completa sicurezza, che si conferma un fattore determinante per lo sviluppo dei pagamenti digitali.





La campagna virale per aumentare gli investimenti in ricerca pubblica, sostenuta dagli scienziati di punta italiani e accolta dall'ex premier Conte, sembra finita nel dimenticatoio. Eppure, la strada dell'innovazione è l'unica per chi vuole davvero rilanciare l'economia

di Alberto Tundo



Sembrava una vicenda a lieto fine e costruttiva ma poi, proprio all'ultimo tornante, il destino ha rimescolato le carte, in senso letterale, perché il cosiddetto Piano Amaldi deve essere finito nel cassetto sbagliato. A dimostrazione che anche scienziati, abituati a decifrare gli enigmi dell'universo, possono trovarsi in difficoltà davanti ai misteri ancor più insondabili della politica italiana. L'anno scorso, il fisico di fama internazionale Ugo Amaldi aveva rivolto un appello al governo perché aumentasse stabilmente e sensibilmente gli investimenti nella ricerca pubblica. Ne era nata una campagna, diventata in poco tempo virale, sostenuta dai nomi di punta della scienza e della ricerca italiana e abbracciata con entusiasmo dai media (per approfondire, vedi Business People dello scorso dicembre). Il fisico Luciano Maiani aveva riformulato la proposta di Amaldi e sul Corriere della Sera aveva pubblicato un appello rivolto all'allora presidente del Consiglio, Giuseppe Conte, sottoscritto da altri 14 scienziati italiani. L'allora ministro della Ricerca Gaetano Manfredi aveva impegnato il governo a dare seguito alla richiesta ma poi lo stesso esecutivo e il relativo impegno di implementare il piano Amaldi/Maiani sono caduti, il primo in Parlamento, il secondo nell'oblio. Questo nonostante il tema sia sempre drammaticamente attuale: la forbice tra la spesa dell'Italia in ricerca e sviluppo e quella dei suoi principali partner/competitor europei resta troppo am-

pia. Così come quella tra l'Europa e le altre economie più avanzate. L'intensità di ricerca dell'Unione europea nel 2019 è stata pari al 2,19% del Pil. Solo tre Paesi, Svezia, Austria e Germania, hanno superato il 3% mentre Cina, Corea del Sud, Giappone e Stati Uniti da anni destinano alle attività di R&D porzioni crescenti di Pil che a loro volta crescono, a differenza di quello europeo che negli ultimi 20 anni è stato piuttosto stagnante. Roma e Bruxelles rischiano di sprecare un'occasione. Lo fa notare Lucia Votano, fisica eminente, specializzata nello studio dei neutrini, tra i 14 scienziati che hanno sottoscritto il Piano Amaldi. «Secondo me», spiega a Business People, «l'errore concettuale che ha fatto l'Unione europea all'interno del Programma Next Generation EU, e questo l'ho detto anche a un alto funzionario durante uno dei tanti webinar cui ho assistito, è stato di puntare solo su green e digitalizzazione, mentre avrebbe dovuto approfittare del piano per puntare a realizzare, finalmente, l'obiettivo di portare gli investimenti in R&D al 3% del Pil in tutti i Paesi, obiettivo fissato già a Lisbona nel 2010 e non ancora raggiunto». Non meno critico il giudizio anche sul Piano nazionale di ri-

Il Piano Amaldi/ Maiani

Il Piano Amaldi, nella versione riformulata con il contributo del fisico Luciano Maiani, si propone di ridurre il gap tra l'Italia e le principali economie avanzate per quanto riguarda la spesa pubblica in ricerca. Più precisamente, chiede di portare in cinque anni la spesa governativa annua dall'attuale 0,5% del Pil allo 0,75%, con un incremento complessivo di 15 miliardi di euro, per farla arrivare nel 2026 a 14 miliardi di euro l'anno.



Il nuovo sapere è alla base dello sviluppo economico e politico

presa e resilienza, i cui stanziamenti sono ritenuti insufficienti e troppo sbilanciati sul sostegno alle imprese (vedi intervista), quando è la ricerca pubblica quella che può avere gli effetti a cascata più rilevanti. In Germania se ne sono accorti, in Francia anche, almeno a giudicare dal piano France Relance. Ma il ritardo da colmare è enorme. L'Italia e l'Unione europea hanno perso decenni, tempo che altrove è stato utilizzato molto meglio. La Cina è un case study di estremo interesse di un Paese che ha messo la ricerca al centro della propria strategia economica e geopolitica. La professoressa Votano la visitò per la prima volta, nei primi anni 90, quando Pechino era quasi irrilevante da un punto di vista scientifico. Oggi lavora al Juno (Jiangmen Underground Neutrini Observatory), il più grande osservatorio sotterraneo per lo studio dei neutrini, costato l'equivalente di 300 milioni di euro, quasi interamente coperti dall'Accademia cinese delle scienze. «In questi 30 anni sono stata testimone della trasformazione della scienza cinese. Ho visto come negli anni in Cina siano state in-



Si rischia di togliere la "base" all'innovazione

Il punto di vista di Lucia Votano, fisica, dirigente di ricerca emerita dell'Istituto nazionale di fisica nucleare, già direttrice del Laboratorio del Gran Sasso



Professoressa, avete avuto contatti con il nuovo esecutivo? Che riscontri avete avuto?

Abbiamo reiterato la stessa proposta, quella dei cosiddetti 14, al presidente del Consiglio, Mario Draghi a febbraio, poco dopo è stato chiesto al professore Amaldi di inviare alla commissione Cultura del Senato un contributo scritto alla

discussione sulla bozza del Pnrr. La proposta è sempre quella, si articola in tre punti precisi che non richiedono nessuna grande riforma né dell'Università né degli enti di ricerca, che possono essere messi in pratica immediatamente e che devono essere visti come un sostegno trasversale a tutti gli obiettivi del Pnrr. Purtroppo, fino a questo momento non abbiamo avuto risposte e d'altra parte mi pare che fino a poche settimane fa si stesse discutendo ancora sulla bozza elaborata dal precedente governo

Che ne pensate di quel documento?

Il Piano rappresenta comunque un'inversione di tendenza ed è un buon punto di partenza per una discussione sul tema, ma riteniamo che il livello degli investimenti in ricerca sia ancora insufficiente e, soprattutto sia diretto più al sostegno dell'industria che alla ricerca di base. È ben noto che la ricerca si divide in tre categorie: c'è quella di base, quella applicata e poi c'è quella che mira allo sviluppo di nuovi prodotti e processi produttivi. Ora, mentre la prima in genere è affidata esclusivamente a enti pubblici, la terza e in

parte la seconda solitamente spettano al campo industriale. Noi chiedevamo espressamente che, nei finanziamenti, si mantenesse un rapporto di due a uno tra ricerca di base e ricerca applicata, mentre in quella bozza questo rapporto è stravolto ed è completamente a favore della ricerca applicata e di quella di sviluppo

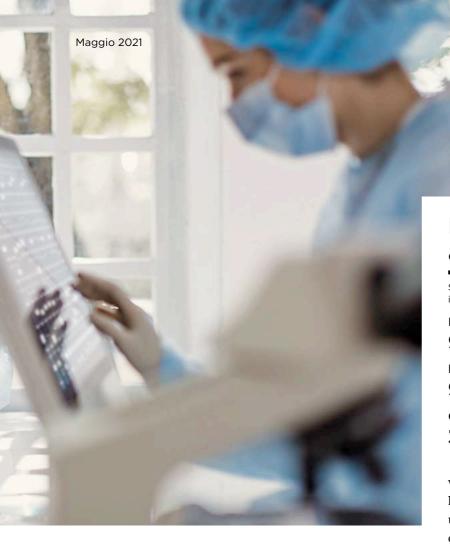
Questa inversione ha delle conseguenze?

Certo, ed è per questo che siamo molto preoccupati, perché, secondo il parere di molti economisti, è la ricerca di base quella più efficace per produrre innovazione, quindi investire solo sulla ricerca applicata o peggio ancora solo sullo sviluppo di nuovi prodotti e processi, è illogico, perché si tratta di ricerche che, senza i grandi salti conoscitivi prodotti a monte da quella di base, sono destinate a inaridirsi. Dobbiamo riflettere su quali siano le cause più profonde del nostro ventennale declino: mi pare che tra gli economisti ci sia un certo consenso sul fatto che una causa importante sia proprio la bassa propensione del sistema produttivo italiano all'innovazione. Se invece si guarda ai Paesi più avanzati, si vede come sia la produzione industriale di

vero motore che dà propulsione alle loro economie. cioè proprio quella che incorpora un alto livello di nuovo sapere, di conoscenze, quindi di ricerca scientifica ma non solo. L'Italia paga proprio la sua miope politica di disinvestimenti in ricerca e istruzione. Si dice sempre che le nostre imprese sono medio-piccole e possono fare poca innovazione. il che è vero, ma a monte di tutto ci sono ali scarsi investimenti in ricerca pubblica l'unica che può sostenere la ricerca di base e per certi versi anche quella applicata.

maggior pregio il

Forse questa inversione è figlia



Italia Francia e Germania allo specchio

Spesa pubblica in R&D	Percentuale Pil	Spesa per cittadino	Numero dottorati annuo
Italia 9 mld	0,5%	150 €	9 mila
Francia 9 mld	0,75%	250 €	15 mila
Germania 30 mld	1%	400 €	28 mila

di un preconcetto, come se la ricerca di base fosse poco utile?

Il che è una sciocchezza. I modi in cui la ricerca influisce sulla società sono molteplici e spesso inaspettati. Lei consideri che per far funzionare i Gps abbiamo bisogno della Teoria della relatività generale di Finstein. Ma le potrei fare molti altri esempi. Il Web è stato inventato al Cern di Ginevra perché serviva agli scienziati per comunicare. La Pet, la Positron Emission Tomography, non esisterebbe senza l'equazione di Dirac, quella che ha permesso di prevedere l'antimateria, una

delle più belle equazioni della fisica. Un mio collega spesso fa notare che la lampadina non è stata inventata da uno che voleva ingegnerizzare le candele. È stata inventata perché qualcuno, già alla fine dell'800, si è messo a studiare i fenomeni elettromagnetici senza avere idea di quelle che sarebbero state le consequenze. Oggi potremmo forse pensare a un mondo senza elettricità e senza radiazioni elettromagnetiche in tutte le loro frequenze e manifestazioni? La verità è che, culturalmente, in Italia si confondono

scienza e tecnologia e già questo è un errore madornale. F poi siamo andati pervicacemente in controtendenza: in un mondo sempre più globalizzato in cui si affermava l'economia della conoscenza, l'Italia ha disinvestito non solo dal punto di vista finanziario, ma anche sotto il profilo dell'interesse e della considerazione nella ricerca. nell'istruzione e nella formazione permanente. Ci si illude che basterà riaprire negozi ristoranti e alberghi e l'economia tornerà a marciare ma non sarà così, perché eravamo già in crisi anche prima del Covid.

vestite nella ricerca e nelle università cifre che per noi erano assolutamente inimmaginabili. Lì, hanno saputo costruire un capitale umano, affidandosi alle università, alle accademie e ovviamente collaborando con le industrie, anche quelle militari. Oggi la potenza scientifica cinese la si può misurare nella percentuale di investimenti in R&D, nel numero di ricercatori o in quello di buone pubblicazioni. Tutto questo avveniva ancor prima che ci si accorgesse che la Cina era diventata una potenza economica e politica capace di tallonare molto da vicino gli Usa. L'avvento del gigante asiatico sulla scena internazionale ha sorpreso molti ma era prevedibile perché da sempre nella storia la produzione di nuovo sapere precede e accompagna lo sviluppo economico e politico». Una lezione nota, ma che in Italia e in Europa è stata dimenticata. Nella narrazione ufficiale, però, il riscatto è a portata di mano e passa attraverso il Next Generation EU. È una versione ottimistica che lascia aperta una questione. Cosa succederà, una volta che il piano sarà arrivato a scadenza? Quale sarà il new normal in materia di investimenti in R&D dopo il 2026? Questo non è chiaro. C'è poi un particolare non trascurabile: al momento, i 750 miliardi di euro del piano non esistono. Non solo, la Corte Costituzionale tedesca potrebbe impedire all'Ue di raccoglierli sui mercati, vietando l'emissione di Eurobond. A Karlsruhe i giudici sostengono che la Commissione sia entrata nel campo della politica fiscale, ambito che la Legge fondamentale tedesca (Grundgesetz) riserva esclusivamente al Parlamento. Non è detto che si metteranno di traverso (un primo ricorso contro il Next Generation EU è stato respinto dalla Corte a fine aprile), ma avranno comunque ricordato a Bruxelles che fare i conti senza l'oste non è mai una buona idea, soprattutto se questi è tedesco.





01010101

DATA CENTER **FANTASTICI** E DOVE 010101 TROVARLI

Se i dati rappresentano il petrolio del terzo millennio, in queste pagine vi presentiamo una selezione delle "raffinerie" più affascinanti

di Matteo T. Mombelli

 010_{010}

010101

alle ricerche su Internet alle condivisioni social, dalle conference call alla didattica a distanza. I dati sono alla base di quasi tutto ciò che facciamo oggi e i data center le infrastrutture che costituiscono il motore della Rete – sono alla base di quasi tutto ciò che realizziamo nella nostra vita digitale. Mai come ora, dopo un anno di pandemia, distanziamento sociale e smart working diffuso, il funzionamento di queste centrali di elaborazione dati è essenziale per far andare avanti il mondo. Secondo un'analisi della società di consulenza Frost & Sullivan, l'investimento totale nel settore dovrebbe raggiungere i 26,15 miliardi di dollari entro il 2025 (dai circa 16,7 miliardi registrati nel 2019), a dimostrazione della continua crescita della domanda di *storage*. Oggi si contano oltre 7

0101

milioni di data center nel mondo, che vanno dalle infrastrutture proprietarie delle piccole e medie aziende a strutture enormi, capaci di superare il milione di metri quadrati e consumare tanta energia quanto una città di medie dimensioni. Ad accomunarli l'aspetto, almeno al loro interno: file interminabili di computer sistemati in appositi scaffali (rack) e altrettanti impianti di raffreddamento, che lavorano 24 ore su 24 per fornire servizi e applicazioni ad aziende, Pubblica amministrazione e cittadini. All'esterno, però, la musica cambia e negli anni sono nate vere e proprie cattedrali, anche nei luoghi più impensabili del mondo, come nel freddo del circolo polare artico o nelle profondità marine. Se davvero i dati rappresentano il nuovo petrolio, in queste pagine vi presentiamo una selezione delle più affascinanti raffinerie del terzo millennio.

01



Isole Orcadi - *Scozia*

Il 50% della popolazione mondiale vive vicino alle coste, perché non dovrebbero farlo i nostri dati? Da qui nasce Project Natick, progetto di ricerca targato Microsoft e incentrato sulla possibilità di implementare in futuro data center sottomarini e alimentati esclusivamente da energia rinnovabile. Dalle analisi finora condotte questi "vascelli" sostenibili (realizzati con materiale riciclato e a loro volta riciclabili) si sono dimostrati sia più economici che più affidabili di quelli terrestri. Tra i vantaggi di un data center sottomarino, vicino alle coste, la possibilità di ridurre i tempi di latenza della

 $\begin{smallmatrix} 101 & 0101 & 010101 \\ 010101010101 & 0101 \\ 01 & 010101 \end{smallmatrix}$

0101010



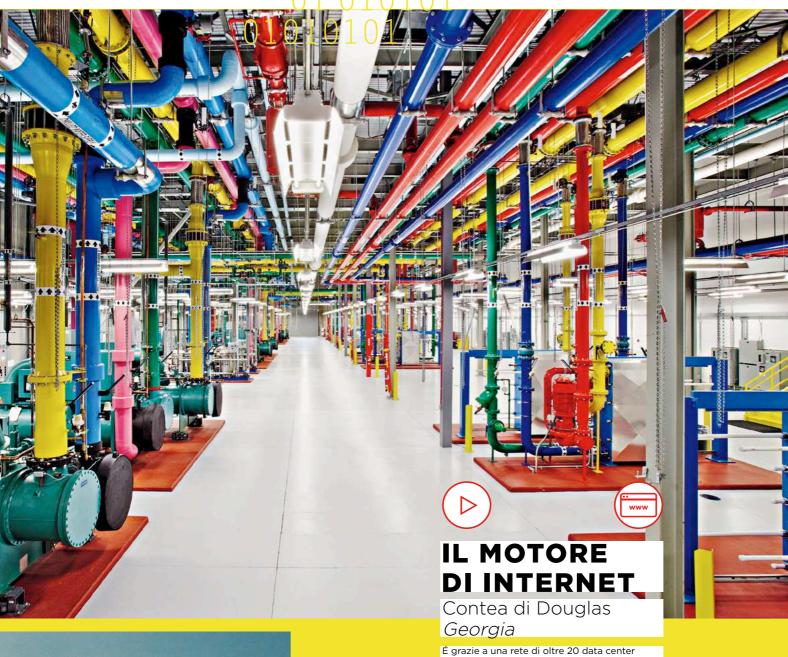
CON VISTA SUI FIORDI

Stavanger - *Norvegia*

Alimentato al 100% da energia idroelettrica rinnovabile, il data center DC1 di Stavanger sorge all'interno di un ex deposito di munizioni della Nato, completamente rinnovato dalla norvegese Green Mountain che, per raffreddare i suoi server, fa affidamento sulle acque del vicino e incantevole fiordo. Nonostante l'elevato livello di sicurezza dei server - tra i clienti di questo data center ci sono governi, istituzioni finanziarie e importanti aziende dell'It - il sito è visitabile da chiunque ne faccia richiesta (in periodo post Covid, naturalmente).



Maggio 2021



0101 0101,

nel mondo che Google contribuisce al funzionamento di Internet 24 ore su 24, 365 giorni l'anno. Se l'aspetto esteriore di molti di essi può sembrare fin troppo ordinario - ma le cose stanno cambiando in diversi centri, come a Dublino, dove giganteschi murales abbelliscono le pareti degli edifici - all'interno si respira lo stile di Mountain View. Un esempio sono i colori delle migliaia di metri di tubature che corrono all'interno del data center in Georgia. I tubi non vengono dipinti con colori vivaci non solo perché è divertente ma anche per distinguerli: il tubo rosa in questa foto, ad esempio, trasferisce l'acqua dalla fila di refrigeratori (le unità verdi sulla sinistra) a una torre di raffreddamento esterna.

.







In alto, il modello Q4 e-tron di Audi, primo Suv compatto premium basato su una piattaforma nativa elettrica; in basso, la Mini Countryman ibrida proposta da Alphabet, e il suv 100% elettrico Eqc di Mercedes-Benz





Flotte, rimbocchiamoci le maniche!

Dopo anni di crescita record, nel 2020 il noleggio ha dovuto piegarsi alla pandemia. Ma non mancano segnali positivi da cui ripartire, come l'affermazione esponenziale delle vetture ibride

di A.P. Artemi



N

Nel 2020 si è interrotta la serie di record che il noleggio aveva inanellato per sette anni consecutivi e aveva portato il totale delle immatricolazioni, nel 2019, fino a quota 530 mila. Piangere sul virus versato sarebbe inutile, così come lanciarsi in inutili proclami all'insegna dello slogan "andrà tutto bene". Meglio, quindi, osservare con attenzione un recente sondaggio realizzato da Aniasa (l'Associazione nazionale dell'autonoleggio) intervistando un campione composto da 47 fleet e mobility manager di aziende di diverse dimensioni, con un parco totale di oltre 70 mila veicoli.

Nella Caporetto dei numeri emerge comunque un promettente segno positivo: le vetture ibride, nelle loro tre declinazioni,

motors businesspeople.it

si stanno imponendo con un ritmo clamoroso. Un dato che la dice lunga è la sorte dei motori diesel, che cinque anni fa rappresentavano il 91% delle flotte a noleggio e nel 2020 si sono attestati, invece, al 56% pur restando i più richiesti dai driver che percorrono più di 20 mila chilometri l'anno. Nel frattempo, le ibride hanno scalato quota 18%. Solo una moda? «No», risponde Pietro Teofilatto, direttore dell'area Fisco ed Economia di Aniasa, «il salto è dovuto in parte agli incentivi previsti dal DI dello scorso agosto ma soprattutto all'uscita di nuovi modelli più performanti». Plug-in über alles, insomma, come conferma Gianfranco Martorelli, presidente dell'osservatorio sul-



ALPHABET

Servono interventi strutturali

ANDREA CASTRONOVO, amministratore delegato

no degli effetti collaterali del Covid-19 è stato il rilancio della mobilità individuale a scapito del car sharing e dei mezzi pubblici. «Le persone si sentono più al sicuro all'interno della propria auto». conferma Andrea Castronovo, amministratore delegato di Alphabet Uno scenario inedito che sta rivoluzionando le scelte degli

operatori del settore.

Come affrontate questo nuovo mondo che impone la massima cautela negli investimenti a medio e a lungo termine?

Alphabet risponde alla richiesta di maggiore flessibilità e cautela nel prendere impegni di lungo periodo con due prodotti ad hoc: AlphaRent, la soluzione in grado di soddisfare le esigenze temporanee di mobilità a partire da una settimana fino a un massimo di 24 mesi e Mini Subscribe il noleggio a breve e medio termine nato dalla collaborazione con Mini, Una soluzione quest'ultima, della durata minima di tre mesi. che al termine del periodo di noleggio offre la possibilità di decidere se proseguire o meno, per uno o più mesi, continuando a pagare lo stesso canone mensile. Perfetta per provare la nuova Mini Countryman ibrida ricaricabile e decidere se è la soluzione di mobilità più conveniente e sostenibile

Avete anche soluzioni studiate in funzione di chi dovesse subire un improvviso rovescio economico?

> L'opzione Alphabet Care

- Zero pensieri permette al cliente di richiedere un'estinzione anticipata del contratto senza penali.

Senza fare bilanci sul 2020, un anno drogato dalla pandemia, la domanda sorge spontanea: il governo, con i fondi del recovery fund cosa potrebbe fare per il settore del noleggio?

L'auspicio è che le istituzioni realizzino interventi strutturali che possano supportare questa transizione. Penso, per esempio, alla mobilità elettrica, al potenziamento dell'infrastruttura di ricarica in vista dell'aumento delle vetture elettrificate in circolazione e alla realizzazione di una serie di agevolazioni che vadano oltre gli incentivi all'acquisto per gli utenti che scelgono questa tipologia di vetture

la mobilità aziendale Top Thousand. «Tra i motivi che spingono i fleet manager a scegliere l'ibrido spiccano l'abbassamento delle emissioni medie di CO_2 , indicata dal 60% degli intervistati in un nostro recente studio, e la responsabilità sociale di impresa, segnalata dal 55%. Poi l'abbattimento dei consumi e, naturalmente, la tassazione agevolata dei fringe benefit, ritenuta decisiva dal 21% del campione».

E le elettriche dure e pure? Molti addetti ai lavori le considerano ancora fuori dai giochi, perché sono penalizzate soprattutto dalla lentezza della diffusione delle colonnine di ricarica. Ma Andrea Castronovo, amministratore delegato di Alphabet, non è d'accordo. «Negli ultimi anni abbiamo notato da parte della nostra clientela un crescente interesse verso la mobilità elettrica», dice, «nonostante i numeri assoluti siano ancora relativamente limitati. Crediamo che questo indirizzo non si interromperà, anche se la pandemia potreb-







Rispondere ai bisogni del cliente

VINCENZO VAVALÀ, direttore vendite

scoltare i clienti per capire le loro reali esigenze. Questa secondo il neo-cinquantenne Vincenzo Vavalà, da 11 anni al Gruppo Volkswagen, già responsabile vendite del marchio Seat e da tre anni e mezzo direttore vendite di Audi, è stata la ricetta con cui affrontare l'impatto del Covid-19 sul mondo delle flotte.

Qual è stato il problema più difficile e che cosa avete fatto per fronteggiarlo?

C'era un grande bisogno di velocità. Abbiamo accelerato la messa in opera di nuovi processi e adottato nuove soluzioni. È nato il servizio pick up and delivery, la comunicazione attraverso i canali digitali è divenuta centrale e sono stati sottoscritti i

primi contratti via internet

I modelli elettrici rappresentano la strada giusta per una mobilità sostenibile... e il metano?

La transizione sarà graduale, ma la nostra determinazione nell'ampliare l'offerta di vetture elettriche ed elettrificate è testimoniata dalla crescente ampiezza della gamma, con declinazioni

differenti e sempre riconducibili ai valori Audi di tecnologia e piacere di guida. Nel percorso che ci porterà alla mobilità a zero emissioni, la gamma a metano costituita dai modelli A3, A4 e A5, a bassissimo impatto in termini di emissioni, rimane una soluzione particolarmente interessante e sensibilmente richiesta in alcune

zone C'è un nuovo prodotto legato al noleggio per i clienti che optano per il full electric? Per la nuova Q4

e-tron, primo Suv compatto premium basato su una piattaforma nativa elettrica, Audi ha sviluppato una modalità di connessione con il mercato estremamente completa basata sul noleggio. Si tratta di una formula all-inclusive che prevede wallbox Enel X con installazione, un anno di accesso gratuito a oltre 15 mila colonnine in Italia, manutenzione ordinaria e straordinaria, personal assistant h24, vettura sostitutiva, hoteling pneumatici e servizio pick up & delivery inclusi nel canone mensile. È un'offerta particolarmente vantaggiosa che prevede inoltre la possibilità di uscire

anticipatamente dal contratto di locazione sostituendo la vettura con altro modello senza oneri per il cliente. Quest'ultima soluzione, denominata e-tron Bridge, è stata sviluppata per la gamma full electric ed è stata adottata dal 50% dei clienti e-tron senza che nessuno finora abbia deciso di uscire dal contratto.

Finanziamento, leasing, noleggio a lungo termine... Chi vince?

Una variabile importante è la percorrenza annuale. Fai tantissimi chilometri? Meglio il noleggio a lungo termine. Sei un professionista, fai 10-15 mila chilometri all'anno, vuoi farti la manutenzione da solo? Va bene anche il leasing. Infine, se usi poco l'auto e non vuoi avere fastidi nella gestione è perfetto il noleggio retail.



motors

be causare qualche cambiamento e rendere lo scenario meno prevedibile nel breve periodo. Una recente indagine dice che per un fleet manager su tre l'elettrificazione è destinata a subire un rallentamento, almeno inizialmente. Ma secondo altri punti di vista la nuova normalità, con un massiccio ricorso allo smart working da parte di molte aziende, potrà dare un ulteriore impulso all'e-mobility, soprattutto nelle città».

Quale sarà il futuro dell'elettrico? Chi vivrà vedrà, quello che è certo è che, indipendentemente dal tipo di motore, nemmeno la pandemia ha guarito la piaga dei furti d'auto. «Dopo un passaggio a vuoto nei mesi in cui tutto il Paese si è fermato, i ladri hanno ripreso velocità», dice Massimo Braga, vicedirettore generale di Lojack Italia, società parte del colosso CalAmp leader nei servizi telematici e nel recupero di veicoli rubati. «Nel mirino ci sono soprattutto i Suv, che vengono fatti sparire anche con muovi dispositivi hi tech che non lasciano tracce sul veicolo e consentono ai criminali di dileguarsi indisturbati in pochi secondi. Come difendersi? Noi consigliamo sistemi a radiofrequenza che non sono schermabili e sono in grado di superare anche barriere fisiche come container, parcheggi sotterranei e garage. Del rilevamento e del recupero si incarica un nostro team che collabora con le Forze dell'Ordine».

Un altro effetto collaterale della pandemia è stata una decisa accelerazione nel passaggio da parte degli automobilisti dal concetto di possesso a quello di utilizzo, tendenza

Lo smart working potrebbe favorire l'e-mobility nelle città



che ha messo sulla rampa di lancio contratti individuali di noleggio a lungo termine destinati a professionisti, artigiani e privati. «È un orientamento del mercato che nasce dalla voglia dei clienti di semplificarsi la vita sotto il profilo della gestione dell'auto e di poter contare su costi prevedibili al 100%», dice Andrea Castronovo, «Il noleggio è una risposta per tutti? Probabilmente no, ma di certo lo è per una fetta crescente della popolazione. Nei prossimi mesi ci concentreremo sempre di più sui liberi professionisti e sulle pmi con offerte più flessibili, digitali e interattive, il tutto mante-

nendo il focus sul cliente e sulla qualità del servizio, grazie alla collaborazione con i nostri broker e la rete dei concessionari».

La personalizzazione sempre più spinta dei contratti è un dogma anche in casa Mercedes-Benz. «È indispensabile capire chi è il cliente, quanti chilometri fa, con quale frequenza vuole cambiare macchina e quale tipo di servizi desidera», dice Christian Catini, Corporate & Fleet Sales Manager. «È fondamentale un esame preventivo per capire le reali esigenze del nostro interlocutore e le sue aspettative. Tendenzialmente, comunque, un noleggio deve costare sem-



MERCEDES-BENZ

Una soluzione valida per tutti

CHRISTIAN CATINI, Corporate & Fleet Sales Manager

hristian Catini, Corporate & Fleet Sales Manager di Mercedes-Benz, è entrato in azienda nel marzo 2001. Da allora ha ricoperto numerosi ruoli. dall'aftermarket alla vendita, e oggi vanta una conoscenza del mondo automobilistico a tutto tondo

Il 2020 è finito con il Covid-19 e il 2021 è iniziato con la stessa pandemia. Come avete supportato i vostri clienti del mondo flotte?

In Mercedes-Benz diciamo che per fare vendite occorre avere tanta reputazione nei confronti dei clienti. Nell'era del Covid abbiamo fatto ricorso a una flessibilità mai vista prima. Per esempio, i clienti a breve, che valgono l'80% del mercato

ed erano in una drammatica crisi, non potevano essere trattati come quelli del lungo termine che ha logiche completamente differenti. Quindi abbiamo rivisto tutti i contratti e la logica delle consegne per trovare una soluzione che andasse bene per tutti

Ci sono altri esempi di affiancamento ai clienti in questo drammatico momento?

Merfina, la finanziaria di Mercedes-Benz, ha dato la possibilità di avere un veicolo nuovo e iniziare a pagarlo alcuni mesi dopo la consegna. I clienti dell'elettrica Egg. poi, hanno potuto fruire di FreeLease, il primo noleggio che consente di provare la vettura per 24 mesi con la possibilità di



restituirla dopo sei senza penali. Chi, invece, ha scelto il noleggio firmato Dynamic Lease ha potuto contare su una vera formula di pay per use.

Le elettriche sono davvero la strada giusta per una mobilità sostenibile?

Quando parliamo di neutralità dalla CO₂ non pensiamo solo alle vetture elettrificate ma a tutta la filiera produttiva che deve essere carbon free.

Si spieghi meglio...

Pensiamo che un prodotto sostenibile deve essere tale per chi lo produce, per chi lo distribuisce e per chi lo utilizza In Italia c'è un parco auto tra i più obsoleti al mondo. ma sarebbe impensabile ipotizzare di rinnovarlo con un colpo di bacchetta magica o con qualche incentivo

pre più di un finanziamento. E se le tariffe sono vicine a quelle di un leasing c'è qualcosa che non va: nessuno regala niente a nessuno e più servizi metti nel contratto, come l'assicurazione, la Kasco, l'incendio e furto, la manutenzione e il bollo, più si alza il canone da pagare. È quindi indispensabile trovare un equilibrio.

L'equilibrio di cui parla Catini è figlio di un fenomeno strisciante: l'irruzione nel mercato del noleggio dei privati fa gola e, di conseguenza, molti operatori propongono formule-civetta a prezzi molto interessanti che sul lungo periodo finirebbero per diventare insostenibili, quindi i canoni devono giocoforza aumentare. Un'equazione che, secondo il coro quasi unanime degli addetti ai lavori, significa che la propensione ai prezzi
stracciati è una strategia vincente sul breve periodo, destinata però a infrangersi presto sugli scogli della sostenibilità dei conti.
Su un altro aspetto tutti gli interpellati sono
perfettamente d'accordo: la qualità della
consulenza degli esperti è un fattore decisivo per imporsi sulla concorrenza. A questo
proposito Vincenzo Vavalà, direttore vendite di Audi, dice: «Posso raccontare una trattativa fatta di recente con un'azienda medio-

piccola che ha aggiornato il suo parco auto. Analizzando gli utilizzi di ciascun dipendente, all'amministratore delegato è stata data in uso una e-tron, all'operation manager che fa molti chilometri girando per i cantieri una A6 Avant mild hybrid diesel, al financial manager che si muove sul percorso casa ufficio e ha una casa in montagna la Q5 plug-in. Per i funzionari la scelta più corretta è ricaduta sulla A4 Avant mild hybrid diesel. Un'analisi che ha tenuto conto dei consumi, del costo dei canoni, degli stili di vita, ma anche dei valori residui, che rimarranno elevati».

ha collaborato Nicole Berti di Carimate

INNOVAZIONE IN GIOCO

L'attuale pandemia, la digitalizzazione del settore e l'aumento dei competitor avrebbero potuto mettere in crisi anche un'azienda con una grande storia alle spalle. Ma non SISAL, che grazie alla sua strategia di innovazione accelera ora lo sviluppo internazionale. Ne parliamo con il Gaming Machines & Online Casino Managing Director, MARCO BEDENDO

di Angelo Tommasi

anno appena trascorso ha avuto economicamente un impatto estremamente negativo sul settore dei giochi in Italia. I negozi sono stati chiusi per nove degli ultimi 14 mesi e non sono stati più accessibili al pubblico dallo scorso ottobre. Dati alla mano, emerge che tale chiusura ha portato la spesa dei giocatori a ridursi di oltre un terzo nel 2020, un crollo che solo in minima parte è stato compensato dalla crescita del canale digitale: per ogni mese di chiusura, l'intero settore ha conti-

nuato a registrare una riduzione di circa il 50% della spesa. Il che significa una perdita di oltre 500 milioni di euro di gettito fiscale per lo Stato. E non è tutto. Tra le conseguenze di una chiusura del gioco legale così prolungata – è bene ricordarlo – c'è anche una forte riemersione del gioco illegale, testimoniato dall'aumento di circa 20 volte delle sanzioni comminate dalle forze dell'ordine rispetto all'anno precedente. In questo scenario difficile per tutte le realtà del settore, dimostrare di essere innovativi richiede un forte impegno, una visione ampia e lungimirante da parte

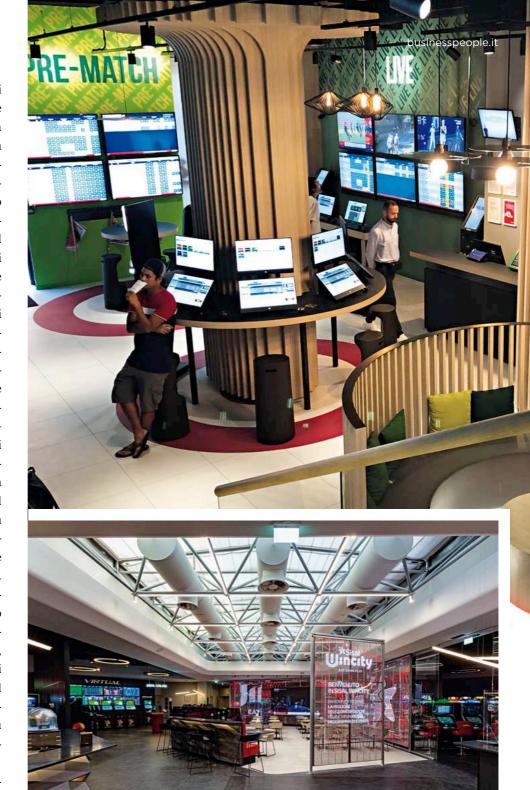




experiences

di un'azienda, soprattutto se la storia di quest'ultima si intreccia profondamente e da 75 anni con il costume dell'Italia. Sin dal secondo Dopoguerra, infatti, Sisal ha sempre ideato soluzioni di gioco che andassero incontro alle passioni degli italiani, sia nel rispetto delle sfide del futuro che in un'ottica di servizio alla digitalizzazione del Paese. Malgrado il settore del gioco legale abbia subito negli ultimi mesi un brusco stop determinato dalle misure anti-contagio, che hanno portato la chiusura delle sale a toccare quasi 300 giorni totali, a partire dal 9 marzo 2020, l'azienda ha continuato a supportare e sviluppare la sua strategia d'innovazione di prodotto, investendo in soluzioni proprietarie sia di sistema tecnologico che di contenuto di gioco. Non è un caso, infatti, che seppur all'interno di un'expertise ormai consolidata sul mercato nazionale e internazionale - Sisal si stia dimostrando una delle aziende più proattive del settore: il recente annuncio della partecipazione alla gara per la concessione della National Lottery nel Regno Unito in un periodo come questo ne è forse la prova più cristallina. Ancor prima dell'inizio dell'attuale pandemia, l'azienda si è portata avanti nello sviluppo di soluzioni proprietarie flessibili e dinamiche per i canali retail e digital, con l'obiettivo di supportare le strategie di espansione internazionale e rafforzare il suo impegno verso una continua innovazione di prodotto in un'ottica sempre più omnicanale e per una user experience ancora più distintiva e coinvolgente.

«Le soluzioni proprietarie di Sisal, basate su una tecnologia flessibile, modulare e scalabile sono risultate un fattore chiave nel perseguimento di una strategia di evoluzione del prodotto, che consentisse di differenziarsi in un mercato dove l'offerta è standardizzata», conferma Marco Bedendo, Gaming Machines & Online Casino Managing Director di Sisal. «Le caratteristiche di flessibilità e facilità d'integrazione di contenuto proprie della nostra tecnologia, hanno consentito di velocizzare l'implementazione dei giochi provenien-



Giocare responsabilmente

Sin dalla sua nascita, Sisal ha sempre dimostrato il suo impegno per la collettività e un'attenta tutela dei suoi giocatori. Con questo spirito l'azienda ha avviato un "Programma di gioco responsabile" ricco di iniziative di informazione, ma anche attività di prevenzione dei fenomeni problematici, educazione a comportamenti di gioco responsabile e assistenza per le criticità legate al gioco. Su tutti i prodotti online e offline di Sisal, infatti, sono previste limitazioni di gioco e di spesa. Già dall'aprile 2018, grazie a un'operazione congiunta tra i principali operatori e le istituzioni, è stato introdotto uno strumento con cui il giocatore può richiedere al Registro unico delle autoesclusioni (Rua) l'autoesclusione dal gioco, temporanea o permanente. La prossima grande sfida sarà quella di guardare al mercato con un atteggiamento sempre più proattivo e innovativo, affinché possano nascere best practice di rilievo sia in Italia che in Europa.



ti dal continuo scouting tra i big e small player a livello nazionale e internazionale, proponendo ai nostri clienti un'offerta innovativa, differenziante ed esclusiva». Ma alla base della strategia di Sisal, come sottolineato da Bedendo, non vi è solo un'attività di scouting. «Per rafforzare la differenziazione dell'offerta abbiamo inoltre deciso di affiancare al contenuto dei provider esterni anche giochi sviluppati "in house". Si tratta di software tailor made, sviluppati internamente da Sisal o in partnership con game studio esterni, che sulla base delle esigenze e dei feedback provenienti dalla nostra base utenti, hanno l'obiettivo di essere più vicini alle esigenze dei clienti».

Questo processo integrato ha permesso a un'azienda come Sisal di distinguersi non

AWP/VLT

Le Awp (Amusement with Prizes) sono apparecchi elettronici che erogano vincite in denaro. Si compongono di una cabinet e di una scheda di gioco, che vengono congiuntamente omologati per il tramite di enti certificatori, da parte dall'Agenzia delle dogane e dei monopoli e inseriti all'interno dell'elenco dei modelli certificati. La scheda di gioco di ogni apparecchio interagisce con il sistema del concessionario. Le VIt (Videolottery) sono invece le ultime apparecchiature nel settore dei giochi e possono considerarsi un'evoluzione delle tradizionali Awp. Si tratta di veri e propri terminali connessi a un sistema di gioco centrale e privi di scheda di gioco al loro interno; il gioco e l'esito della giocata si sviluppano sul sistema centrale e. successivamente, viene visualizzato sullo schermo della VIt.

solo come un concessionario con esperienza nella gestione di prodotto e canale, ma anche come creatore di prodotti proprietari, offerti su Next, una piattaforma flessibile e predisposta a integrare quelli di altri provider.

«Next rappresenta un salto generazionale all'interno del mercato retail, nonché un mutamento significativo per Sisal, che amplia il suo ruolo di gestore di network a quello di sviluppatore di tecnologia e contenuto proprietario», aggiunge Bedendo. «La creazione di una gaming suite proprietaria come Next, conferma ancora una volta il nostro impegno nel perseguire una strategia di sviluppo che faccia leva su driver strategici di innovazione e differenziazione di prodotto, omnicanalità e internazionalizzazione all'insegna di una user experience divertente e coinvolgente. Si tratta di fattori fondamentali per determinare un'offerta che crei valore per i nostri clienti, coinvolti in un'esperienza di gioco fluida tra i canali retail e online, sempre nel pieno rispetto della strategia omnichannel avviata dall'azienda».

L'offerta prevede anche software tailor made sviluppati "in house" Negli ultimi anni, il mercato ha visto l'ingresso di nuovi player, nativi digitali, rendendo il settore molto più competitivo ma mettendo anche in discussione i modelli di business dei player tradizionali. Tuttavia, la costante ricerca di nuove soluzioni da integrare a un business solido ha permesso all'azienda di sviluppare in netto anticipo rispetto all'evoluzione del mercato, un modello che mettesse in stretta relazione l'offerta dei canali retail con quella dei canali online; soluzioni innovative pensate per offrire gli stessi prodotti, la medesima logica di utilizzo, di design e funzionalità, indipendentemente dal canale di riferimento. Un meccanismo frutto del continuo ascolto dei suoi consumatori, che si è dimostrato essere l'approccio vincente di Sisal lungo tutta la sua storia, soprattutto nei momenti più difficili come quello dell'emergenza sanitaria in corso. Attualmente Sisal è saldamente leader di mercato nel settore on line con una media di un milione di accessi al giorno sul portale. Un pensiero strategico centrato sull'innovazione che ha permesso all'azienda di accelerare lo sviluppo internazionale limitando la sua dipendenza da fornitori esterni.

L'architettura della piattaforma Next», continua Bedendo, «nasce già multi-language e multi currency, permettendoci di velocizzare l'ingresso nel panorama internazionale e agevolando la penetrazione in mercati molto diversi per cultura, contesto sociale e infrastruttura tecnologica. Ne è conferma il fatto che la nuova piattaforma sarà esportata entro il primo trimestre 2022 in tutti i Paesi dove Sisal è attualmente presente nel suo percorso al di fuori dei confini Italiani: Turchia, Spagna e Marocco».

IN EDICOLA





FREE TIME

TUTTI I GUSTI DELLA VITA









Alle Maldive o in cima al Monte Bianco? Grazie allo smart working oggi l'ufficio può trasferirsi in ogni angolo del mondo. Alcuni Paesi offrono persino regimi fiscali speciali...

di Francesca Amé

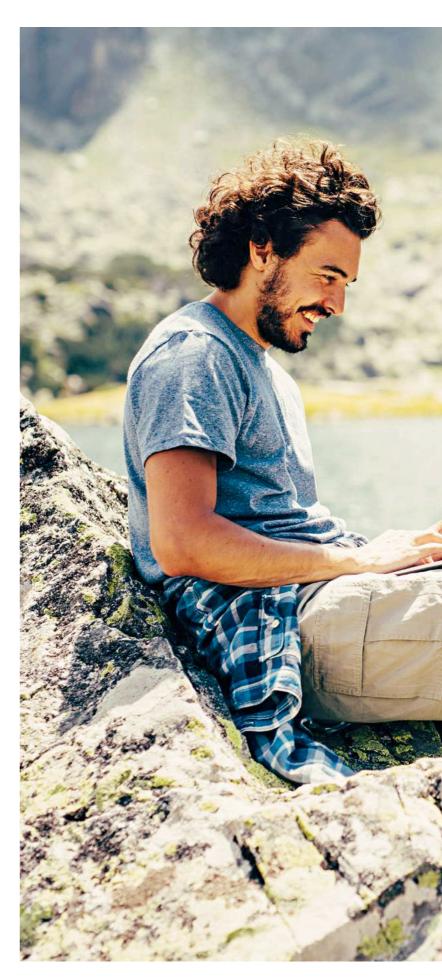


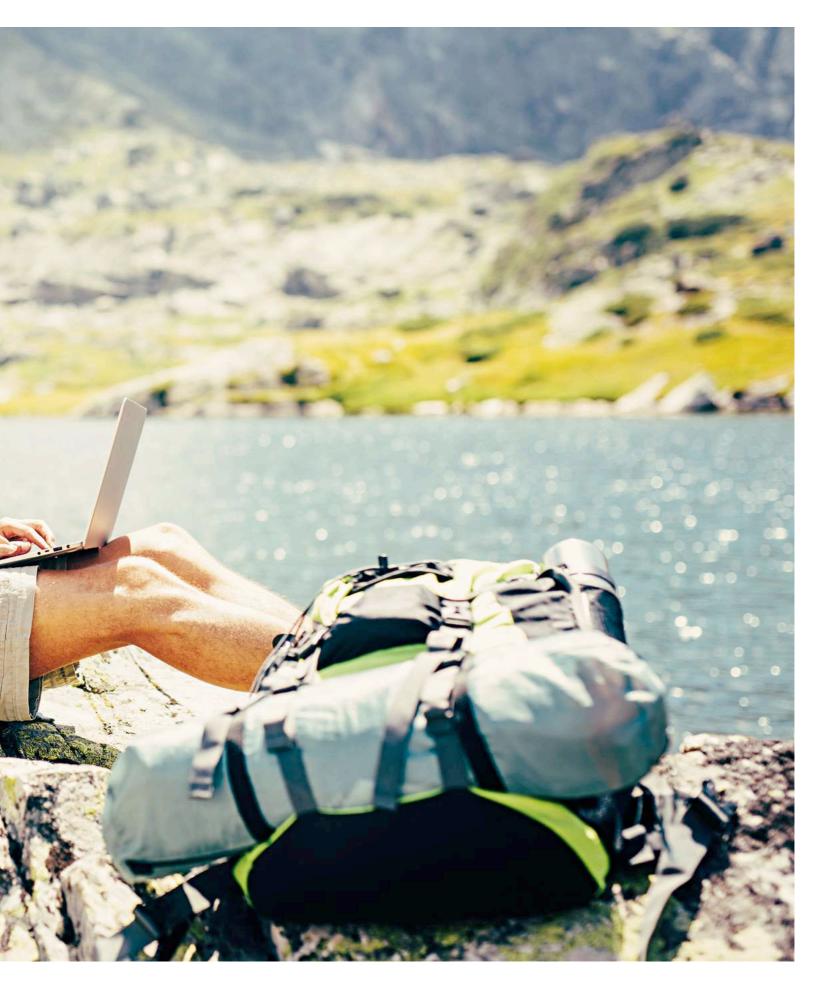


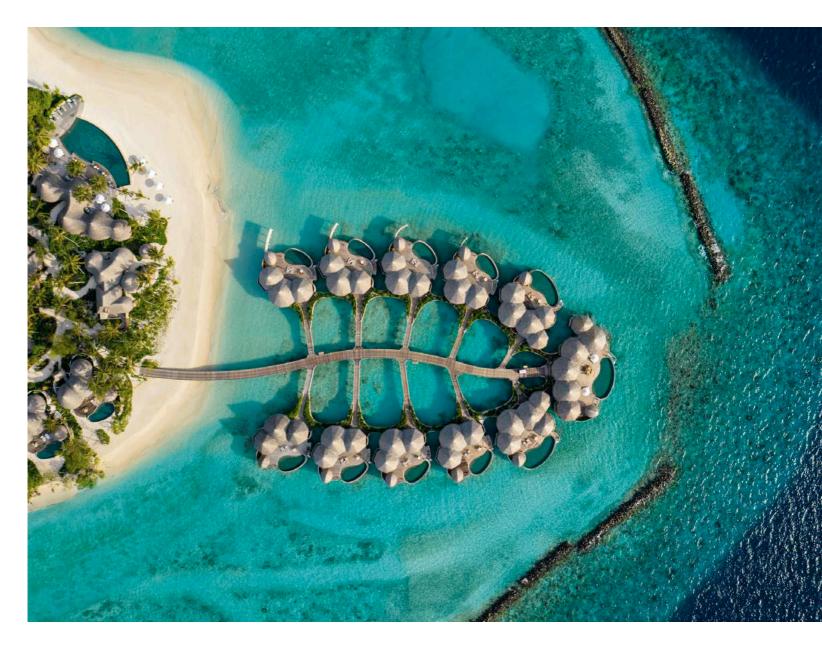
Scrivania con vista sull'Oceano Indiano oppure sulle vette del Monte Bianco? Meeting di lavoro con i piedi affondati nel bagnasciuga delle spiagge delle Barbados o ammirando il Duomo di Cefalù, oppure ancora tra le calette di Bodrum? L'evoluzione leisure dello smart working è la workstation, ovvero una postazione di lavoro, più o meno temporanea, da qualche luogo esclusivo del Pianeta che offra, oltre alle bellezze naturali, anche le comodità necessarie per i professionisti digitali di lusso: connessione veloce, sala-riunioni silenziosa e personale discreto. Per lavorare anche in vacanza. Anzi, per trasformare il lavoro in una vacanza. Agenzie e operatori di viaggio, in questo anno pandemico così avaro di offerte, hanno trovato una nuova gallina dalle uova d'oro per i clienti più esigenti e da qualche mese, complice anche l'aumento delle vaccinazioni e la possibilità di viaggiare all'estero, si sono moltiplicate le proposte che, fin d'ora, promettono a professionisti globetrotter un'ispirazione lavorativa migliore.

Ad esempio, nel cuore dell'atollo di Bass, alle Maldive. Qui siamo in un luogo magico che è stato anche nominato riserva della biosfera dell'Unesco. Sull'atollo sorge il

Abbondano offerte per i lavoratori da parte di agenzie e tour operator







resort Nautilus, formato da 26 casette sulla spiaggia o direttamente sull'oceano, ciascuna delle quali corredata da spa e piscina privata: dall'alto la struttura ha la forma di una conchiglia e di sicuro offre ai clienti un trattamento che coniuga le coccole con l'efficienza. Il "pacchetto smart working" prevede, infatti, anche un assistente personale dedicato, una comoda poltrona da lavoro, una scrivania con vista sull'Oceano Indiano e connessione internet ad alta velocità, oltre a telefono, scanner, stampante wireless e persino un proiettore portatile. Non solo: per i lavoratori che necessitino di particolare concentrazione, c'è l'opzione workation sandbank experience in cui si può lavorare direttamente sulla spiaggia, in un

angolo super-remoto e paradisiaco, con wifi portatile. Da questo mese, anche Club Med si è attrezzato con proposte da sogno: la celebre catena di resort ha lanciato infatti la "vacanza-lavorativa" per chi vuole rigenerarsi nella natura, senza trascurare gli impegni professionali. Dopo un inverno al chiuso, stanchi e sfibrati dai lockdown domestici, "Happy Month" prevede un mese lontano dalla vita di tutti i giorni, ma al prezzo di due settimane, in resort esclusivi a Cefalù, in Sicilia, a Bodrum, in Turchia, a Marrakech, in Marocco, o a Cancun, in Messico. Perché non tuffarsi in acque cristalline aspettando la prima riunione del mattino o non realizzare un brainstorming più ispirato davanti a una vista mozzafiato? A chi, dopo una giornata di lavoro, non pia-

Le diverse proposte sono accomunate da un mix di lusso, relax ed efficienza



cerebbe concedersi una sessione di vela al tramonto o un cocktail all'aria aperta?

C'è chi la chiama staycation, chi workation: il minimo comune denominatore di tutte le offerte è scommettere sulla coesistenza tra lusso, relax ed efficienza lavorativa. Il gruppo italiano Ihc Italian Hospitality Collection ha ripensato alla tradizione millenaria delle terme romane per il suo "Workotium" che ha declinato, in forme diverse, nei suoi hotel cinque stelle ai Bagni di Pisa, sulle colline della Val d'Orcia, e a Chia, in Sardegna, con soggiorni in camere complete di tutto il necessario per lavorare come in un vero ufficio.

Se siete, invece, tra quelli che preferiscono esperienze più esclusive e origina-

AAA smart worker cercasi (tax free): Grecia, Barbados ed Estonia

Con la recente legge del dicembre 2020, in Grecia è stato pensato un regime fiscale speciale proprio per attrarre smart worker di altre nazioni, con una riduzione delle tasse del 50%. L'offerta è rivolta ai liberi professionisti che, se trasferiscono la propria residenza fiscale nel Paese ellenico, vengono esentati dal pagamento dell'imposta sul reddito, della tassa di solidarietà sul 50% del suo reddito da lavoro di fonte greca e delle tasse locali. Unico vincolo: per ottenere la residenza fiscale agevolata si deve dichiarare di voler rimanere in Grecia per un minimo di due anni. In un altro Paese europeo, l'Estonia, è stato creato il "visto digitale nomade", che consente agli smart worker di vivere e lavorare nel Paese per un anno. Se preferite, invece, qualcosa di più esotico, lo Stato di Barbados ha lanciato ufficialmente un nuovo visto di 12 mesi che permette ai lavoratori a distanza di vivere e lavorare nella nazione caraibica, tra mare cristallino, natura incontaminata e Brigdetown, la capitale Patrimonio dell'Unesco.



travel businesspeople.it









"Skyway Montebianco" fornisce stazioni ad alta quota (fino a 3.500 metri d'altezza) per diversi servizi, spazi di lettura e ispirazione compresi. In alto, nella pagina accanto, le terme dell'hotel cinque stelle ai Bagni di Pisa del gruppo italiano Ihc Italian Hospitality Collection

I numeri del fenomeno



Nel 2020 l'utilizzo dello smart working in Italia è aumentato esponenzialmente, basti pensare che nel primo semestre del 2020 sono stati raggiunti picchi di lavoro da remoto del 50% per gli impiegati mentre nel 2019 solo il 20% delle aziende con più di 100 dipendenti permetteva questo metodo di lavoro (la percentuale scende a 7,7% per aziende di dimensioni di 16-99 dipendenti). Un recente sondaggio Ipsos evidenzia che il 46% degli intervistati vorrebbe continuare a godere dello smart working anche il prossimo anno.

li o tra quelli che credono che solo da un contesto straordinario possano svilupparsi idee straordinarie, è la montagna italiana che vi riserva le migliori sorprese. L'iconica Courmayeur, ai piedi del massiccio del Monte Bianco, è stata tra le prime a scommettere su questo turismo innovativo ed esclusivo. La strategia? Non trasferire la città in montagna, ma portare la montagna nella propria vita. Ad esempio, grazie a "Skyway Montebianco", che ha fornito le stazioni ad alta quota (fino a 3.500 metri d'altezza) di ogni servizio. Persino di spazi di lettura e ispirazione. In cima a Punta Helbronner, c'è infatti una libreria che, con i suoi 60 metri quadri a quota 3.466 metri, è la più alta d'Europa. La rete di funivie si è organizzata poi per offrire postazioni per un avventuroso mountain smart working con vista mozzafiato sul Bianco. Nell'ampezzano, intorno all'esclusiva Cortina, stanno invece proponendo lo smart working

Si può lavorare immersi nella bellezza della natura o dell'arte holiday: tutti gli alberghi più esclusivi della zona sono dotati di una scrivania per poter lavorare con connessione wi-fi gratuita ad alta velocità. Gli ospiti possono approfittare di una serie di attività outdoor insieme alle famiglie. Riunione alle 9? Perfetto: arrampicata alle 12 oppure escursione all'alba. Lo spirito è simile anche sulle Dolomiti dove, dall'Alta Val Badia al Trentino, molti rifugi in alta quota si sono dotati di postazioni di lavoro chiamate "Movimënt" a oltre 2 mila metri d'altezza: vista spettacolare sulle cime e presa per la ricarica di Pc e chiavetta alimentata da un pannello solare (in perfetto stile green). Ovviamente, anche spazio guardaroba dove lasciare portatile e documenti custoditi prima di salire per un'escursione post-lavorativa.

Si può gestire il proprio lavoro lontano dal caos della grande città, immersi non solo nella bellezza della natura, ma anche in quella dell'arte. La meta del momento è la Toscana. A Santa Fiora sul Monte Amiata, in provincia di Grosseto, già nominato «uno dei Borghi più belli d'Italia», grazie al progetto "Santa Fiora smart village", si offrono 30 mila euro, sotto forma di voucher per servizi vari (babysitter, pasti a domicilio, piccole riparazioni, ma anche noleggio e-bike per una gita sui sentieri post riunione) a tutti coloro che decideranno di trasferirsi lì, anche per un breve periodo. Niente paura per la connessione ballerina: qui la banda larga è stata posata di recente e funziona a meraviglia.

destinations

ANDAR PER



Episodio dopo episodio, non solo i loro protagonisti diventano veri e propri compagni di avventure, ma anche i luoghi che le ospitano arrivano a popolare il nostro immaginario. Perché allora non mettersi in viaggio sulle orme dei propri personaggi preferiti?

di Cecilia Lulli



All'ombra dello Space Needle con Meredith Grey

SEATTLE

Il medical drama che vede protagonista la dottoressa Meredith Grey e i suoi colleghi del Grey-Sloan Memorial è ormai giunto alla 17esima stagione e i suoi ascolti non sembrano conoscere crisi. Benché sia in gran parte girato in California, *Grey's Anatomy* (Disney+ e Amazon Prime Video) è ambientato a Seattle, il cui Space Needle e i ferry boat hanno finito per entrare nel cuore di molti. Che ne direste di vederli dal vivo oltre che in tv?

Sulle tracce di Lupin, del ladro gentiluomo

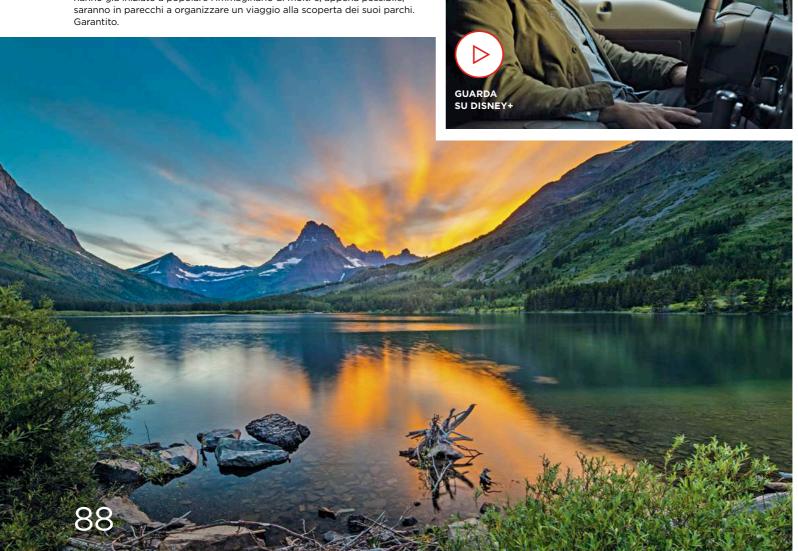
PARIGI

La ville lumière non ha certo bisogno di presentazioni, ma è indubbio che il successo della serie *Lupin* (Netflix), liberamente ispirata ai romanzi di Maurice Leblanc che vedono protagonista il celebre ladro gentiluomo, potrebbe contribuire ad amplificarne il fascino e a stuzzicare in molti la voglia di passeggiare all'ombra della Tour Eiffel.

Tra Big Sky e natura

MONTANA

Arrivata in Italia su Disney+ insieme al portale Star, *Big Sky* è una serie tv thriller in cui omicidi e rapimenti avvengono nella splendida cornice nella natura selvaggia del Montana. Senza dubbio i suoi panorami mozzafiato hanno già iniziato a popolare l'immaginario di molti e, appena possibile, saranno in parecchi a organizzare un viaggio alla scoperta dei suoi parchi.





Le intramontabili

Nel mondo della serialità televisiva ci sono titoli diventati a tal punto dei cult da catturare milioni di spettatori anche all'ennesima replica. Inutile dire che, come per osmosi, l'amore per i personaggi e le loro storie si trasferisce spesso anche allà città che le ospita. Il caso più eclatante è sicuramente quello de La signora in giallo (Amazon Prime Video) e la sua Cabot Cove. La cittadina, peraltro inesistente (le scene sono state girate a Mendocino, in California), riesce comunque a rendere a tal punto l'atmosfera del Maine, da attirare ancora oggi turisti da tutto il mondo. Stesso discorso vale per la Milwaukee di Happy Days: non ha niente a che vedere con la città di Fonzie e dei Cunnigham, ma vallo a dire al cuore dei fan di ieri e di oggi! Come non comprendere poi il fascino delle Hawaii di Magnum P.I. (peraltro rinnovato dal reboot tutt'ora in produzione)? Più recenti, ma non per questo meno degni di nota anche la Miami di Dexter (di cui si attende il ritorno), la Scranton di The Office (Amazon Prime Video), la californiana Pasadena di The Big Bang Theory (Netflix e Amazon Prime Video) e la Los Angeles di Modern Family (Netflix, Disney+ e Amazon Prime Video).









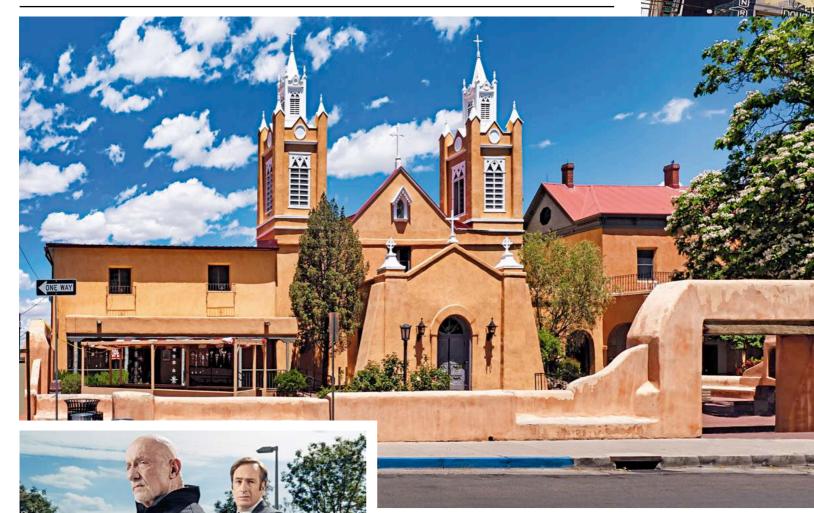




Alcune immagini delle serie "intramontabili": The Blg Bang Theory (1), La signora in giallo con protagonsta Angela Lansbury (2), la Happy Days di Fonzie e Richie Cunningham (3), Dexter la cui stagione revival è attesa per il prossimo autunno (4), Modern Family (5) e The Office nella versione americana (6)

Destinazione Duke City sulle orme Saul Goodman

ALBUQUERQUE



Better call Saul (Netflix), fortunato spin-off e prequel di Breaking Bad, si svolge in buona parte ad Albuquerque, in New Mexico. I suoi panorami sono inconfondibili grazie alle Sandia Mountains, la forte influenza spagnola e i palazzi dalla struttura insolita. Per i fan: se pianificate un viaggio, mettete in programma anche Los Pollos Hermanos al 4257 Isleta Blvd. In realtà non è un fast food, ma una sorta di museo dedicato al finto locale della serie.

Tutti amano New York

Quando si parla di città con un fascino particolare, ce n'è una che in fatto di film e serie tv la fa da padrona: New York. Qui è ambientata la miniserie del momento *The Undoing - Le verità non dette*, con protagonisti Nicole Kidman e Hugh Grant (Sky), ma questa è solo l'ultima di (perdonate il gioco di parole) una lunga serie. Tra i suoi grattacieli hanno trovato posto titoli che hanno fatto la storia della tv come *Friends* (Netflix), *Sex and the city e Mad Man* (Amazon Prime Video). E come dimenticare, solo per citarne qualcun'altra, *Will & Grace* (Amzon Prime Video), *30 Rock, Law & Order* (Amazon Prime Video) e *How I met your mother*?





30 Rock

GUARDA SU NETFLIX

Friends







Nello straordinario mondo di Zoey

SAN FRANCISCO

Dal Golden Gate Bridge alle case di Haight-Ashbury passando per le sue inconfondibili strade in salita. La città di San Francisco è parte integrante de *Lo straordinario mondo di Zoey* (RaiPlay), serie in cui una giovane e brillante programmatrice, dopo uno sfortunato incidente, inizia improvvisamente ad ascoltare i pensieri delle persone che la circondano attraverso le canzoni. Così viene voglia di farci un salto, oltre che di ballare naturalmente.

Per una pausa very british

CAMPAGN. INGLESE

È vero, la protagonista dell'acclamata serie Netflix *The Crown* è la monarchia britannica, ma chiunque l'abbia guardata (e sono in molti) non può non aver subito il fascino della campagna inglese e scozzese: amatissima da Elisabetta II che vi si rifugia ogniqualvolta le è possibile, i suoi panorami ricorrono in diverse puntate, stuzzicando l'idea di una vacanza in vero stile british.





How I met your mother



Sex and the city



The Undoing - Le verità non dette



Will & Grace



ARDA

SU PRIMEVIDE

A passeggio tra i grattacieli di The Good Fight

CHICAGO

Altro spin-off che si sta finalmente facendo un nome anche in Italia grazie allo sbarco su Amazon Prime Video (ma la quarta stagione è in esclusiva su Tim Vision), *The Good Fight* sfrutta le avventure di Diane Lockhart (già tra i protagonisti di *The Good Wife*, interpretata dalla formidabile Christine Baranski) e degli altri avvocati del suo studio per trattare temi sociali importanti. Il tutto tra i futuristici grattacieli di Chicago: certo come molte altre serie non viene davvero girata lì, ma certi scorci fanno proprio venire voglia di visitarla.

In viaggio in compagnia dei Pearson

PITTSBURGH

Pittsburgh è solo una delle tre città principali in cui si dipanano le vicende della famiglia Pearson, protagonista di *This is us* (Amazon Prime Video e Fox Life), ma è di certo quella più importante, visto che è proprio qui che Jack e Rebecca si innamorano e si sposano, dando inizio all'intera storia.

Ricca di arte e cultura e considerata tra le città più vivibili del mondo, merita senz'altro un viaggio.



GUARDA

SU NOWTV

GUARDA SU RAIPLAY



Appuntamento nella città "geniale"

NAPOLI

Basata sui romanzi di Elena Ferrante, *L'amica geniale* (RaiPlay, prima stagione anche su TimVision) narra dello speciale legame che unisce Elena Greco e Raffaella Cerullo, due ragazze degli anni cinquanta che crescono in un rione di Napoli, ricreando le atmosfere del neorealismo di quegli anni. Le riprese hanno coinvolto diverse location campane, ma di certo a spiccare (anche laddove ricostruito altrove) è il capoluogo. Un concentrato di storia da vedere almeno una volta nella vita.



Nella folle Spagna di Sky Rojo

TENERIFE

Ideata dal creatore dell'acclamata La casa di carta, *Sky Rojo* prende il via a Madrid e prosegue in un inseguimento frenetico in giro per la Spagna. Tra le location più suggestive, di certo in grado di stuzzicare la curiosità di chiunque, c'è la bellissima Tenerife, isola più grande e popolata delle Canarie, un paradiso turistico di cui la nuova serie Netflix contribuisce a incrementare l'appeal.







più verdi

La fiera dell'orologeria di Ginevra ha svolto anche quest'anno il suo ruolo di vetrina per l'industria, evidenziando i forti limiti di un evento completamente digitale. Non sono mancate comunque le novità



he grande controsenso: da qualche decennio l'Alta orologeria combatte una battaglia a tutto campo contro l'elettronica e la misurazione del tempo digitale, eppure quest'anno per riuscire a mostrare a tutto il mondo le sue ultime novità, ha dovuto affidarsi proprio all'elettronica e, più specificatamente, all'oramai onnipresente internet. Già, perché l'ultimo salone dell'orologeria rimasto, dopo la débâcle del salone di Basilea, quel Watches and Wonders che si è virtualmente concluso a Ginevra lo scorso 13 aprile, non potendosi svolgere per ovvi motivi "in presenza", è stato realizzato totalmente online. Una scelta a priori corretta, che un tempo avremmo addirittura definito avveniristica, ma che in realtà non è riuscita a rendere realmente merito alla qualità e alla fisicità dei nuovi modelli che vi sono stati presentati. Impossibile, infatti, riuscire a comprendere appieno alcune scelte costruttive che hanno riguardato l'utilizzo di vecchi e nuovi materiali, come ad esempio la ceramica, i tessuti dei cinturini con pelli non animali, l'argento, il bronzo, l'oro che viene lavorato e finito come il bronzo. Ancora più difficile, anzi impossibile, riuscire a comprendere, dietro la freddezza del monitor di un computer o peggio di uno smartphone, il sapiente lavoro di finitura e di progettazione delle meccaniche più importanti e dei sofisticati quadranti. Eppure, a dispetto di tutto ciò, ma anche a dispetto di un'inaspettata difficoltà di collegamento alle tante presentazioni che si sono susseguite, il salone c'è stato e ha comunque catalizzato interessi e trend per il futuro.

Il primo, che potremmo definire legato esclusivamente al volto dell'orologio e quindi alla sua estetica, riguarda il quadrante. Infatti, dopo la scorpacciata di quadranti blu che ci ha accompagnato in questi ultimi anni, il 2021 è segnato dalla quasi totale egemonia del colore verde. Hanno capitolato i due mostri sacri, il Nautilus di Patek Philippe e il Royal Oak di Audemars Piguet (in realtà presentato a marzo in quanto la casa di Le Brassus ha scelto ormai dallo scorso anno di non partecipare più ai saloni), ma anche tante altre marche, prima fra tutte Tag Heuer con un Aquaracer Professional realmente convincente.

Il secondo trend, impossibile da non condividere, è quello che troviamo legato all'impianto ecologico insito nell'orologio stesso, ma soprattutto nella sua industrializzazione. Perfetto esempio di questo discorso

Patek Philippe

Nautilus ref. 5711/1A -014, cassa in acciaio, quadrante verde oliva soleil

30.856 €

Tag Heuer

Tag Heuer Aquaracer Professional 300

cassa 43 mm in titanio grado 2, movimento automatico Calibre 5, quadrante con effetto soleil spazzolato

4.000 €



time businesspeople.it



Rolex

Rolex Explorer II

cassa Oyster 42 mm in acciaio Oystersteel, quadrante ad alta leggibilità Chromalight, movimento a carica automatica calibro 3285 di manifattura

8.150 €



Montblanc

Montblanc 1858 Geosphere Edizione Limitata

cassa 42 mm in bronzo, quadrante indicazione dell'ora del mondo visualizzata con due globi bombati che ruotano in direzioni opposte. circondati da una scala con i 24 fusi orari. Movimento automatico



è stata Panerai, che ha affrontato il problema con due modelli, il primo dei quali di larga diffusione: il Luminor Marina in eSteel, in acciaio riciclato utilizzato sia per la cassa che per il quadrante. Il secondo modello, che desta certamente più sensazione, è il Submersible eLab-ID, che ha raggiunto dei traguardi senza precedenti nella storia dell'industria orologiera: il 98,6% del suo peso totale proviene da materiali che integrano un alto tasso di elementi riciclati. La sua cassa, il quadrante sandwich e i ponti sono realizzati in EcoTitanium, una lega di titanio di derivazione aerospaziale composta per oltre l'80% da puri elementi riciclati. Questo orologio è anche il primo a utilizzare del SuperLuminova riciclato al 100% sul quadrante e sulle lancette, e del silicio riciclato al 100% per la realizzazione dello scappamento del movimento. Entrambi sono ottenuti attraverso processi di riciclaggio su piccola scala che riutilizzano scarti di materie prime. Inoltre, dal vetro zaffiro alle lancette in oro, la maggior parte dei componenti principali è ottenuta da materiale riutilizzato, quindi non da materia prima "vergine".

Fortemente vicina all'ambiente è anche la scelta di Cartier, che per uno dei suoi modelli più importanti per il prezzo davvero concorrenziale, il nuovo Tank Must, ha scelto di adottare un quadrante fotovoltaico e un cinturino fabbricato con materiali di origine non animale. Il primo, sviluppato all'interno della manifattura Cartier di La Chaux-de-Fonds, è una prodezza tecnica basata sulla perforazione delicata e invisibile dei numeri romani per consentire all'energia solare di raggiungere le minuscole cellule fotovoltaiche nascoste al di sotto del quadrante. La realizzazione di questo movimento chiamato SolarBeat, che prevede un accumulatore dalla durata di circa 16 anni senza aver bisogno di alcun tipo di manutenzione, ha richiesto ai team dello sviluppo ben 24 mesi di la-

La sostenibilità è diventa un trend nella produzione dei segnatempo



Luminor Marina eSteel PAM01356 Verde Smeraldo

cassa e quadrante in acciaio riciclato, movimento automatico di manifattura calibro P.9010, cinturino in tessuto riciclato

8.500 €



Cartier

Cartier Tank Must

modello grande, cassa in acciaio, corona ornata di uno spinello sintetico blu cabochon, movimento fotovoltaico Solarbeat con durata di vita dell'accumulatore di circa 16 anni, cinturino nero in materiale di origine non animale

2.660 €



voro. Inedito anche il cinturino in Altstrap, un materiale innovativo al 40% circa di origine vegetale, prodotto a partire da scarti di mele coltivate per l'industria agroalimentare in Svizzera, Germania e Italia.

Chi, al contrario, è rimasto blindato nel segno della tradizione, è stato Rolex. I suoi due modelli di punta per il 2021 non hanno sconvolto più di tanto le aspettative dei suoi tanti appassionati. All'Explorer II, giusto quest'anno al suo mezzo secolo di vita (avvenimento che la Casa ginevrina ha scelto di non celebrare), è stato dedicato l'aggiornamento più sostanzioso, che prevede un nuovo movimento as-

sieme a cassa e quadrante reingegnerizzati. Il risultato è un segnatempo in teoria tutto nuovo, in pratica visivamente identico rispetto al suo predecessore. Meno atteso, ma non certo sorprendente, anche il secondo Explorer presentato, questa volta nella sua versione più semplice senza Gmt, che con i suoi 36 mm di diametro riprende le dimensioni del modello originale lanciato nel 1953 in seguito alla prima salita in vetta all'Everest, effettuata da Sir Edmund Hillary e Tensing Norgay il 29 maggio dello stesso anno.

A Montblanc, infine, il merito di averci fatto un po' tutti sognare con l'ultimo esponente



di una collezione fortunata: il 1858 Geosphere Edizione Limitata. Dedicato all'esploratore Reinhold Messner, questo modello è un omaggio all'impresa dello scalatore altoatesino, che nel 2004 ha percorso 2 mila chilometri attraversando in solitaria il deserto del Gobi con le sue temperature estreme, gelide d'inverno e torride d'estate. Un'ispirazione estrema? Perché meravigliarci, in fondo l'orologio serve sempre meno a indicare l'ora, sempre di più a caratterizzarci e connotarci verso noi stessi e verso gli altri. Infine, questo piccolo blocchetto metallico che ci ostiniamo a indossare al polso, riesce ancora a regalarci una serie di emozioni uniche. A questo proposito è sempre attuale uno dei pensieri che guida ogni sano appassionato del mondo delle lancette: che siano gli altri a guardare l'ora sul segnatempo al loro polso, noi continuere-mo a guardare solamente l'orologio.





Il Camera di Torino mette a confronto i lavori di Horst P. Horst e Lisette Model, due star della fotografia del XX secolo. Seppur con approcci completamente differenti, i loro scatti hanno ispirato intere generazioni

di Francesca Amé



In queste due immagini, l'evidente e opposto approccio alla fotografia dei due artisti in mostra al Camera di Torino: a sinistra, lo scatto di Horst che ritrae la modella Jean Patchett in un costume da bagno di Tom Brigance (1951); a destra, il ritratto di un'anziana signora di San Francisco a opera di Model (1949)

a questo mese
Camera, il Centro italiano per
la fotografia di
Torino, riapre finalmente le sue
stanze dopo la
lunga pausa a

causa della pandemia. Lo fa attraverso il format Camera doppia e presentando, fino al 4 luglio, le personali dedicate a Horst P. Horst (1906-1999) e Lisette Model (1901-1983): genio della fotografia di moda lui, ironica e dissacrante street photographer lei, entrambi punti di riferimento nello sviluppo del proprio specifico genere fotografico e ispiratori di intere generazioni.

Nonostante l'avvicinamento al mondo della fotografia inizi per tutti e due a Parigi negli anni Trenta, il loro atteggiamento nei confronti dei soggetti ritratti è quasi opposto: per l'autore tedesco le modelle rappresentano un'eleganza senza tempo, dai richiami classici e dalla bellezza statuaria, mentre per l'autrice austriaca diventano caricature di se stesse, emblema di una società decadente. Lo possiamo notare anche dagli scatti che vi proponiamo in queste pagine (il portfolio completo è pubblicato nel bel catalogo delle mostre, edito da Silvana editoriale).

L'esposizione dedicata a Horst, curata da Giangavino Pazzola, si snoda lungo 120 opere che seguono i suoi principali pe-

art businesspeople.it

Per entrambi gli artisti, gli esordi avvengono nella Parigi degli anni 30

riodi creativi: dalla passione per il classicismo all'attenzione per l'illuminazione della scena, fino alla proficua collaborazione con Vogue, di cui firmò molte copertine, avvenuta quando l'artista cominciò a usare il colore negli scatti di moda, senza dimenticare le sorprendenti immagini d'interni degli anni Quaranta e i ritratti (compreso quello di Marella Agnelli) realizzati nel suo soggiorno italiano.

L'atmosfera muta davanti all'obiettivo di Lisette Model. Il secondo percorso espositivo al Camera, curato da Monica Poggi, è la prima antologica a lei dedicata nel nostro Paese e si presenta come un imperdibile viaggio in 100 fotografie tra gli anni Cinquanta e Sessanta. L'esposizione prende avvio in Francia, dove Model iniziò a fotografare grazie agli insegnamenti della sorella Olga: in quel periodo firmò Promenade des Anglais, una delle sue serie più note, dedicata alla borghesia pigra e indolente che passava l'estate a Nizza. Dopo il trasferimento negli Stati Uniti, Model prese a fotografare gli abitanti di New York con uno sguardo sprezzante, realizzando alcune delle sue immagini più ironiche e iconiche. Le inquadrature ravvicinate, l'uso del flash, i contrasti esasperati sono tutti espedienti per accentuare le imperfezioni dei corpi, gli abiti appariscenti, la gestualità sguaiata: a osservarle oggi, si capisce quanto le siano debitori molti stra-pagati fotografi contemporanei.





In alto, a sinistra, il sensuale *The Mainbocher Corset* di Horst che ritrae la modella conosciuta come Madame Bernon; a destra una bagnante a Coney Island, a New York (*Coney Island Bather*, c.1939) ritratta da Model. In basso, uno scatto di Horst P. Horst utilizzato per la copertina di *Vogue America* del 15 maggio 1941



Maggio 2021 must have

Beauty Coach

Carolina Herrera prosegue nella sua esplorazione della femminilità contemporanea con una nuova Eau de Parfum: Very Good Girl





Carolina Herrera VERY GOOD GIRL

Carolinaherrera.com

Very Good Girl è la nuova Eau de Parfum firmata Carolina Herrera. Il suo viaggio aromatico inizia con il ribes, cui si aggiunge l'esotico litchi. È a questo punto che entrano in gioco le qualità uniche e misteriose della rosa, avvolgente e seducente. E per finire, i profumieri Louise Turner e Quentin Bisch hanno pensato a uno sfondo velato di vetiver, la cui forma grezza evoca l'aroma del legno ed è spesso impiegata nella profumeria maschile. Il risultato è un'essenza floreale, che valorizza la bellezza naturale delle materie prime senza soffocare la creatività.

Estate a colori

La bella stagione fa venire voglia di contornarsi di sfumature vivaci. Dentro e fuori casa Skinny Mustardmade.com Lo Skinny di Mustard ricorda gli armadietti in metallo di una volta, ma riproposti in cromie insolite. Estremamente pratico per tenere in ordine ogni stanza, contribuisce anche a darle carattere e un tocco di originalità.



Sloo

Viadurini.it

La sedia Sloo By Vondom del designer Karim Rashid si caratterizza per le linea fluida ed è realizzata in polietilene, materiale che la rende adatta all'uso interno o esterno. Disponibile in molteplici colori - bianco, nero, ghiaccio, antracite, marrone, beige, ecrù, talpa, blu marino, cachi, pistacchio, viola, rosso, arancione e acciaio - è perfetta per vivacizzare l'ambiente.





Led cube

Limelace.co.uk

Luce, tavolo e seduta in un solo oggetto. Sono i Led cube del designer tedesco Moree, dotati di un telecomando che permette di programmarne colori e sequenza di illuminazione. Per regalare un po' di magia al giardino nelle sere estive.

Coucoumanou.com

Proposto in un nuovo colore (e una nuova dimensione) l'armadio Loop con ante lunghe si distingue per il motivo continuo scanalato sulle ante e poi dipinto a mano in oro, che gli conferisce uno stile al contempo moderno e orientaleggiante.

Loop

Cufmilano.com Elegante e versatile, la poltroncina Iris di Cuf Milano ha una seduta comoda e ampia. Oltre a un'ampia gamma di rivestimenti e rifiniture, a massimizzare le possibilità di personalizzazione è la possibilità di scegliere tra diversi basamenti.



After Matisse

Sonyawinner.com

Si ispira ai collage del celebre artista Fauves il giocoso tappeto After Matisse di Sonya Winner Rug Studio, tessuto a mano e disponibile in diverse dimensioni per adattarsi a ogni spazio.









Sportività estrema casio-europe.com

Il Gsw-H1000 (399 euro) è il primo modello sportivo di G-Shock con sistema operativo Wear OS by Google. Caratteristiche come la resistenza agli urti, l'impermeabilità all'acqua fino a 200 metri di profondità oltre che bussola, accelerometro, girometro, Gps e misurazione dell'altitudine, della pressione atmosferica e dell'attività fisica, rendono questo smartwatch un punto di riferimento per chi pratica sport estremi. Il display è dotato di un'interfaccia a tre livelli, che può essere personalizzata in base ai propri obiettivi.

Emergente mi.com/it

Dopo il fortunato debutto nel mercato italiano degli smartphone, Xiaomi ha recentemente presentato il Mi Watch (129,99 euro), primo smartwatch del brand che punta a conquistare numerosi sportivi e fashion addicted. Leggero e ampiamente personalizzabile grazie a tre colorazioni e più di 100 quadranti per il display Amoled da 1,39", il Mi Watch tiene traccia di 117 diverse modalità di esercizio ed è dotato di sei diversi sensori e Gps che misurano parametri come la frequenza cardiaca, il livello di ossigeno nel sangue e la pressione dell'aria. Di rilievo anche l'autonomia, che può raggiungere fino a 21 giorni di utilizzo con una ricarica di due ore.





Per i più giovani voda.it/neo

Si chiama Neo (199 euro) ed è il frutto della collaborazione di Vodafone e Disney per realizzare uno smartwatch dedicato ai bambini, in grado di offrire ai più giovani un maggior senso di indipendenza, mantenendo però il contatto con i genitori attraverso chiamate, videomessaggi, chat ed emoji. Oltre ai personaggi Disney, Pixar, Marvel e Star Wars, che fanno da assistente ai più piccoli nel muovere i primi passi nel digitale, Neo presenta anche una fotocamera e integra un contapassi attraverso il quale è possibile impostare obiettivi per incoraggiare l'attività fisica.

Fitness di tendenza consumer.huawei.com

L'apprezzato smartwatch di Huawei pensato per il fitness si rinnova nella raffinata versione WatchFit Elegant (109 euro), realizzata con una cassa in acciaio inossidabile lucidato e un morbido cinturino in fluoroelastomero per una vestibilità sempre confortevole. Disponibile in due colorazioni (Frosty White e Midnight Black) punto di forza di questo smartwatch sono la ricarica rapida – bastano 5 minuti per un'intera giornata di autonomia – e le sessioni animate di allenamento (come esercizi a corpo libero e di stretching) per sfruttare al meglio tempi morti come le pause caffè.





arte da lontano l'amore di Ritu Dalmia per la cucina italiana. Una passione che ha reso questa chef una vera star in India, con programmi Tv e una catena di ristoranti ispirati proprio alla nostra Penisola. Da qualche mese, questa storia imprenditoriale nata a Delhi si è sviluppata anche in una splendida realtà milanese con i ristoranti Cittamani e Spica, quest'ultimo dedicato ai sapori del mondo. La figura femminile del Buddha, Cittamani appunto, dal 2017 ha portato a Milano i piatti speziati dell'India e, dopo mesi di delivery, è di nuovo pronta a entusiasmare i curiosi in cerca di autenticità e qualità indiana. Se volete provare un assaggio di Calcutta, un tocco di Kerala e il vero steet food di Mumbai li potete trovare qui insieme a tanti altri elementi, frutto del suo percorso umano e creativo.

Quando si cucina fuori dal Paese di origine si deve scendere a compromessi: quali sono le principali differenze tra i piatti cucinati in Italia e quelli che si preparano in India?

Per me l'unico problema in Italia è trovare la giusta qualità e varietà di aromi, ma fortunatamente torno molto spesso in India e, semplicemente, porto le spezie con me. È un qualcosa che ogni chef indiano o "massaia" di famiglia in India apprende fin da subito, e che chiunque si avvicini alla nostra cucina può imparare.

Alcuni degli scenografici piatti speziati preparati dalla chef indiana nel suo ristorante milanese Cittamani (foto in alto, a destra)



Quale percorso si può individuare per un palato che voglia avvicinarsi ai gusti indiani? Elenchiamo tre piatti su diversa scala di intensità su cui confrontarsi.

La piccantezza viene solo con il peperoncino, mentre altre spezie hanno lo scopo di esaltare i sapori e gli aromi. La cosa più importante con le spezie è imparare a dosarle con moderazione: onestamente penso che mescolare le spezie giuste e con la giusta quantità sia il trucco per una buona cucina indiana. Non conosco piatti che un italiano non possa apprezzare! Comunque per iniziare suggerirei: Khichdi (piselli e riso), Kadi Chawal (riso al curry con cipolle e verdure fritte), Murg malai kebab (pollo e yogurt), Tal tadka (verdure e lenticchie) e Cooking from Kerala (con ingredienti come cocco, mostarda, tamarindo), tutti poco piccanti e dai sapori delicati. Successivamente consiglierei il Rogan josh galouti (a base di montone stracotto), il riso Biryani da Lucknow (principalmente cibo da parti del nord dell'India) e, infine, per i più coraggiosi, direi cibo dal Rajasthan, altamente piccante, e dal Bengala dove usano una mostarda molto forte.

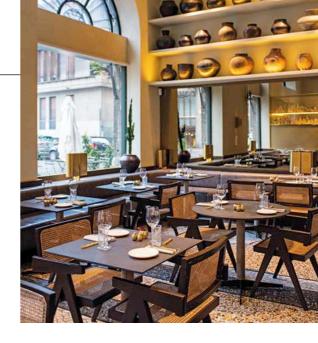
Parlando, invece, di materia prima italiana, quali sono le "scoperte" più interessanti che ha incontrato?

Amo usare i prodotti locali! Per esempio, servo un'insalata che preparo con topinambur cotto al tandori, carciofi al curry, gamberi di Mazzara, raita indiana e fichi d'India.

Cucinare in questi mesi ha voluto dire impegnarsi nel delivery: come avete affrontato il momento?

Abbiamo iniziato con le consegne sia per Cittamani che per Spica, la nostra gastronomia. Fortunatamente la cucina indiana può essere riscaldata senza perdere sapori e consistenze, ma non è stato facile. Devo ammettere che gli italiani non ordinano quanto credevo e che la cultura del delivery non è ancora ben radicata. Credo, però, che i clienti acquisiti in questi mesi saranno felici di riprovare l'esperienza.

A maggio e giugno i ristoranti riapri-



ranno, ma la stagione della ripresa sarà quella calda: quali sono i piatti più adatti alla "ripartenza"?

Vorrei fare un menu estivo degno davvero di festeggiare la nuova vita che ci aspetta! Come ingredienti sto pensando a un piatto a base di mango crudo, curry, yogurt e zucca.

I piatti vegan e vegetariani saranno sempre più richiesti e la cucina indiana offre tanti spunti: come ci si può avvicinare a questo modo di mangiare, senza perdere intensità e sensazioni cui siamo abituati?

I piatti vegani e vegetariani sono parte davvero integrante della nostra cucina. Non penso che con questo tipo di pietanze si debba provare a non perdere qualcosa, ho fatto eventi con più di 100 piatti vegani e nessuno ha sentito la mancanza di carne o pesce...

Dopo Milano ci sono altre città italiane dove vorrebbe aprire?

Stavo pensando a Roma e Torino, ma per il momento penso che dobbiamo tenerci stretto quello che abbiamo.

Vino e cucina indiana binomio complicato: potete raccontare se ci sono esperimenti e successi?

Non è sempre vero che sia difficile, si possono abbinare dei vini davvero buoni e particolari alla cucina indiana. Il mio vino rosso preferito con la carne al tandoori è l'Amarone della Valpolicella. Tra i bianchi, vi sorprenderà sentire quanto stia bene un buon Gavi con i curry più leggeri!

Un Grillo per la festa

Un tempo utilizzata quasi solo per produrre il Marsala, quest'uva sta godendo di una vera e propria rinascita, candidandosi a essere la più richiesta di questa estate

di Andrea Gori

<mark>uva bianca più di</mark> moda in Italia e quella che farà il vero boom nella prossima estate sarà certamente il Grillo siciliano. Da qualche anno i produttori fanno a gara e piantare ettari di questa uva, storicamente utilizzata quasi solo per produrre il Marsala, rappresenta una sorta di rivincita, anche grazie a investimenti in stile e qualità da ogni angolo della Trinacria. Si tratta di un vitigno dall'incredibile e originale potenziale aromatico e sapido, che accontenta sia gli amanti dell'acidità e del sale senza far storcere naso e bocca ai fanatici del frutto e dell'opulenza.

A crearlo fu il barone Antonino Mendola, agronomo e ampelografo, ibridando i vitigni Catarratto e Zibibbo sul finire dell'Ottocento nei suoi campi di Favara. Lo stesso Mendola scriveva nel 1904: «ibridai il Cataratto comune di Sicilia (...) collo Zibibbo, per ottenere un ibrido colle virtù miste dell'uno e dell'altro progenitore, per potere fabbricare un Marsala più aromatico». Oggi non è utilizzato solo per il Marsala (dove rappresenta la base cui si aggiungono aromi, alcol e mosto rettificato) ma viene prodotto in una versione bianca secca, in bottiglie che riflettono il duplice carattere del vitigno, attualmente presente in due varietà piuttosto distinte, una con tratti aromatici simili al Sauvignon Blanc e una responsabile di aromi più corposi e dolci.

La sua duttilità lo rende anche interessante come base spumante, come nel Santa Teresa Spumante Brut dalla zona di Vittoria (Rr), agrumato sapido e scattante. Nella "sua" Marsala, cantine come Pellegrino han-

no rinnovato l'impegno nei confronti del vitigno con vini come il Salinaro Sicilia Doc da vigne affacciate sul mare, che ne trasferiscono in parte la salinità e gusto iodato. Più importante il "cru" Gazzerrotta dall'omonima tenuta di 90 ettari nell'entroterra di Mazara del Vallo (Tr), tutto biologico con clone proprietario allevato ad alberello marsalese appoggiato, che protegge i grappoli dal sole: presenta note di miele e fico maturo, inizialmente molto presente e marcante, ed è ricco di note speziate e fumé.

Non lontano da Favara (Ag) c'è l'azienda di Carmelo Bonetta, ovvero Baglio del Cristo di Campobello, ultima di tre generazioni di viticoltori (ma la quarta è quasi pronta) che hanno investito a Licata su terreni ricchi di gesso, perfetti per far maturare le uve con gradualità e al riparo da stress climati-

ci e idrici. Il suo Laluci è sempre tra i più convincenti, con note di sambuco, magnolia e frangipane, frutto ricco ma mitigato da un'incalzante acidità e salinità che aprono la bocca su note molto nordiche.

Nella culla del barocco siciliano, Noto, realtà famigliare di Barone Sergio, produce l'Alegre con note di ribes bianco, mandarino, pompelmo, arancio giallo, oltre a una profonda e fitta salinità che richiama la macchia mediterranea. Nella sottozona di Contessa Entellina, Sicilia occidentale, la celebre Donnafugata ha avuto un grandissimo successo con il "Sur Sur", dialettale che indica il grillo (l'insetto). L'etichetta primaverile preannuncia il profumo del vino, quasi una corsa in un prato fiorito tra peonie, rosa, tiglio biancospino e fruttato bianco e giallo appena maturo. Dalla zona di Alcamo proviene il Feudo Imperiali, vino che mescola bene il lato floreale e il lato fruttato, mentre nella Valle del Belice troviamo il

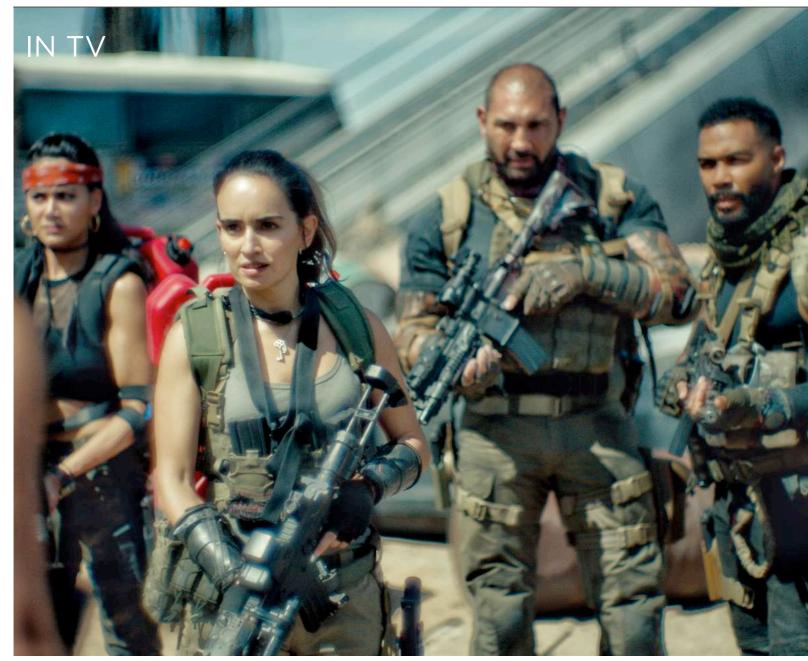


Gazzerotta dell'omonima tenuta. In basso, sempre da sinistra, il Sur Sur di Donnafugata; il "cru" Vigna di Mandranova e il Santa Teresa Spumante Brut

Barone di Montalto Collezione di Famiglia, da terreni scuri alluvionali e profondi, che ne fanno prevalere, almeno all'inizio, il lato floreale e tiolico all'inizio. Tra San Cataldo e Caltanissetta la famiglia Lombardo produce vino fin dagli anni '70 e oggi ha tra le sue proposte il Grillo d'Altura intenso e sapido, che in bocca rivela un sorso con una vaga idea di tannino e finale agrumato e freschissimo, che ne sottolinea l'origine d'altura non banale. Nel palermitano il talentuoso enologo Benedetto Alessandro produce nella sua tenuta di Camporeale il "cru" Vigna di Mandranova, già ottimo ma decisamente da godersi anche tra qualche anno.

Non possiamo in questa rassegna scordarci gli esempi "naturali" del viticoltore artigiano Nino Barraco e il Grappoli del Grillo, bianco secco e aromatico da Marco de Bartoli, la cantina protagonista della rinascita moderna (o, meglio, della non dispersione) del Marsala artigianale.

A crearlo fu il barone **Antonino Mendola sul finire** dell'Ottocento



ARMY OF THE DEAD

NETFLIX dal 21.05

Per guadagnare 50 milioni di dollari, una squadra di ex mercenari dovrà farsi strada attraverso una Las Vegas invasa da zombie per vuotare un caveau impenetrabile. Il tutto prima che esploda una bomba nucleare, mentre una tigre zombie è sulle loro tracce. È il nuovo sparatutto cinematografico di Zack Snyder (300, L'uomo d'acciaio, L'alba dei morti viventi) – un mix tra videogame, horror e heist movie che scivola nella commedia action – protagonista Dave Bautista dei Guardiani della Galassia.



Noi, i ragazzi dello zoo di Berlino

AMAZON PRIME VIDEO

Dal 7.05



Quarant'anni dopo lo sconvolgente adattamento del romanzo autobiografico di Christiane Vera Felscherinow (scritto insieme ai giornalisti K. Hermann e H. Rieck) arriva su Amazon Prime Video la serie tedesca in otto puntate che rilegge in chiave moderna le storie tormentate di un gruppo di ragazzi. Scritta da Annette Hess e diretta da Philipp Kadelbach la serie è disponibile in Italia già dalla prima settimana di maggio.

Una donna alla finestra

NETFLIX

Dal 14.05



Un thriller claustrofobico tratto dal romanzo di Tracy Letts che, a causa della pandemia, ha saltato le sale per finire direttamente in streaming. Protagonista è Amy Adams nei panni di una psicologa infantile agorafobica che si ritrova a spiare dalla finestra della sua casa di New York la famiglia apparentemente perfetta che vive nell'edificio di fronte. Ma dopo aver assistito a un crimine brutale, la donna scopre che nessuno è come sembra. Nel cast anche Gary Oldman, Anthony Mackie, Jennifer Jason Leigh e Julianne Moore.

MUSICA



TEATRO D'IRA -VOL. I Måneskin

Rca Records



Aspettando il loro tour, in partenza il 14 dicembre 2021 in 11 palazzetti italiani, che si concluderà all'arena di Verona, i Måneskin hanno presentato il loro nuovo album *Teatro d'ira - Vol. I,* che contiene anche il brano *Zitti e buoni* (già disco d'oro) vincitore dell'ultimo Sanremo. L'album è il primo volume di un nuovo progetto più ampio che si svilupperà nel corso dell'anno e che racconterà in tempo quasi reale gli sviluppi creativi della band insieme alle prossime importanti esperienze.

FUMETTI



Tutto è veroGIACOMO NANNI Rizzoli Lizard

Il terrorismo – quello recente, sanguinoso, terrificante – ha un potere enorme sulla popolazione che ne è vittima: gela il sangue, modifica le abitudini e amplifica le paure. A partire dall'attentato alla sede di *Charlie Hebdo*, il fumettista italiano di stanza a Parigi, Giacomo Nanni, mette a nudo le paure dell'Occidente in un fumetto, che usa la metafora di una cornacchia che osserva il mondo che la circonda per raccontare come i recenti fatti di cronaca abbiano intaccato il modo di vivere e di assaporare la vita.



VIDEOGAME



Mass Effect Legendary Edition



Il 14 maggio torna una delle saghe sci-fi più amate nel mondo dei videogiochi, ovvero quella di Mass Effect, di cui lo sviluppatore Bioware ripropone i tre capitoli in versione rimasterizzata 4K UltraHD, con supporto Hdr e piena compatibilità futura con le console di nuova generazione PlayStation 5 e Xbox Series X/S. Preparatevi quindi per tornare a vestire i panni del comandante Sheppard, salire a bordo della Normandy ed esplorare una galassia zeppa di creature aliene letali, misteri da risolvere e intrighi di potere. per rivivere (oppure giocare per la prima volta) uno degli action Rpg migliori di sempre.

Sorridete, è tornata Jenny Eclair

Dalla comica inglese un nuovo romanzo che racconta 70 anni di storia europea

Il libro

Nella Cornovaglia più profonda, la residenza Kittiwake ha ospitato le personalità più disparate da quando è stata acquistata dall'ereditiera americana Peggy Carmichael nel 1950. Nel corso dei decenni, le chiavi della proprietà sono state tramandate tra i membri della famiglia e ora è il turno di Lance, nipote di Peggy e figlio di Natasha. È lì che Lance celebrerà il suo cinquantesimo compleanno, e tra gli invitati c'è anche la sorella adottiva: Bel. Per lei, Kittiwake è ben più di una sfarzosa dimora: è stata la sua culla, il luogo dov'è stata abbandonata, e forse le appartiene più che al fratello. La donna, però, ha un cattivo presentimento: in quella casa aleggiano molti fantasmi, sia morti che vivi. Tra feste scatenate e ricchezza smodata si nascondono le

più grandi fragilità umane, e rimetterci piede vuol dire tornare nel luogo in cui tutto ha avuto inizio: là dove la morte di un bambino ha innescato una sequenza di eventi le cui conseguenze bruciano ancora come cicatrici mai rimarginate sulla pelle delle varie generazioni.

L'autrice

Nata in Malesia da genitori inglesi e residente a Londra, Jenny Eclair è una delle più importanti attrici comiche britanniche. Eppure, quando non è in radio, in Tv o nei teatri con i suoi spettacoli, trova il tempo per scrivere sceneggiature, articoli per i giornali e, soprattutto, romanzi che puntualmente scalano le classifiche. Per dirne uno, nel 2015 il suo Le stanze dei ricordi (pubblicato in Italia sempre da Sperling & Kupfer nel 2017) ha conquistato la Top Ten del Times.





Jenny Eclair
I SEGRETI DI
KITTIWAKE HOUSE
Sperling & Kupfer







François Morlupi

COME DELFINI TRA PESCECANI

SALANI

Un apparente suicidio, un ottimo poliziotto che soffre di ipocondria e attacchi d'ansia e il suo particolarissimo team. Demolendo con sarcasmo graffiante lo stereotipo del poliziotto supereroe, Morlupi dà un volto credibile a chi per mestiere affronta il crimine, alternando intuizioni fulminee a epiche figuracce. Ne risulta una miscela perfetta di umorismo, tensione narrativa e scorrevolezza.



L'INVERNO DEI LEONI NORD





Federico Zatti UNA STRANA NEBBIA MONDADORI

Sono passati trent'anni dalla tragedia del traghetto Moby Prince in cui persero la vita 140 persone. Federico Zatti ricostruisce con dovizia di particolari quanto accaduto quella notte e cerca di far luce sui molti interrogativi rimasti aperti, per diradare la nebbia che ancora avvolge il caso.



Graham Moore

GLI ULTIMI GIORNI NELLA NOTTE

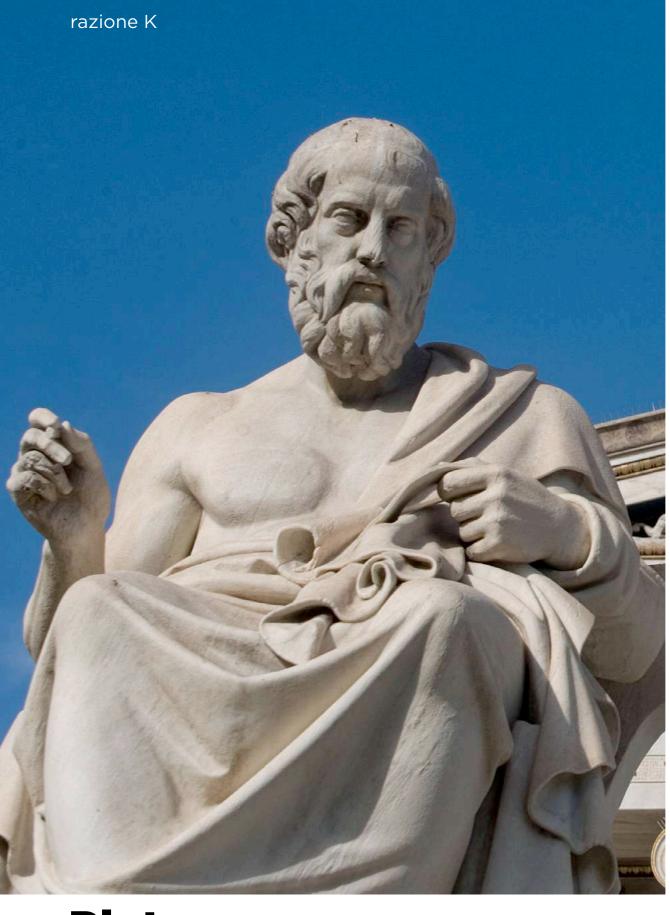
NERI POZZA

New York, 1888, al giovane avvocato Paul Cravath viene affidato un caso che sembra impossibile da vincere: il suo cliente, George Westinghouse, l'inventore più abile in circolazione, è stato citato in giudizio da Thomas Edison. Al centro della contesa c'è il cosiddetto brevetto della lampadina. Inizia cosi questo avvincente romanzo basato sulla competizione tra i due più grandi inventori dell'era industriale.



Martin Latham I RACCONTI DEL LIBRAIO RIZZOLI

Attraverso un caleidoscopio di citazioni, aneddoti e ritratti di personaggi indimenticabili, Martin Latham ci racconta la storia della nostra ossessione per i libri, in tutte le sue infinite sfumature. Storia culturale, memoir autobiografico, zibaldone di curiosità, ma soprattutto sincera lettera d'amore al libro in quanto oggetto meraviglioso e immortale, questo volume racconta la storia di un libraio particolare, di tanti lettori e di moltissimi libri.



Platone

«Non conosco una via infallibile per il successo, ma una per l'insuccesso sicuro: voler accontentare tutti».







SAMSUNG

AirDresser™









Asciuga



Rinfresca