

storie - eccellenze - stili di vita

BUSINESS

businesspeople.it

PEOPLE

DIGITAL VERSION

mensile

09

settembre

LEADERSHIP

Sliding doors

Materiali

Terre (sempre più) rare

LA PRODUTTIVITÀ?

È un miraggio



GHD

Stefano Filipazzi

Via dalla comfort zone!

Protagonisti

Edison Next

Ilbe

STILE

Non ci sono più gli
uomini di una volta



PATEK PHILIPPE
GENEVE

OGNI TRADIZIONE HA UN SUO INIZIO



UN PATEK PHILIPPE NON SI POSSIEDE MAI COMPLETAMENTE.
SEMPLICEMENTE, SI CUSTODISCE. E SI TRAMANDA.

CALATRAVA PILOT TRAVEL TIME REF. 5524R



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 | 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 Verga 1947 | 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



Blauer

USA



FW22/23

blauerusa.com

CARLO PIGNATELLI

SARTORIALE

COLLEZIONE P-E 2022

RICOMINCIAMO (per l'ennesima volta)

Avete presente Penelope e la trama che tesseva di giorno e disfaceva di notte? Ebbene, è così che ci si sente a più di un mese dal siluramento del governo Draghi e ad altrettanta distanza temporale dalle elezioni. Perché ogni imprenditore e cittadino che si rispetti e abbia a cuore il destino di se stesso e della nazione, non può che avere un unico atteggiamento: disporsi a un nuovo inizio (all'ennesimo, oserei dire) e non lasciarsi prendere dallo sconforto e dall'amarezza, continuando a lavorare sodo e al meglio. Consapevoli ormai, come sappiamo bene tutti, che non arriverà alcun salvatore della patria a toglierci dai guai.

Non esistono alternative per chi contribuisce a comporre la classe dirigente di questo nostro bellissimo e altrettanto complicato Paese, solo un percorso obbligato: incrementare le responsabilità di fronte alle urgenze finanziarie che assillano le imprese, e agli squilibri (a tratti profondi) che scuotono le famiglie. Perché una cosa è certa nel continuo fare e disfare che contraddistingue l'animo italico, che – in qualunque modo la si pensi e in qualsiasi idea o schieramento ci si riconosca – chi

si ferma, chi non dà il proprio contributo, è perduto; e (insieme a lui) a farne le spese è il tessuto economico, produttivo e sociale che gli sta intorno. Ovvero noi tutti.

Tornando quindi allo scenario politico che drammaticamente incide sul tema lavoro e impresa, e sul tanto – troppo – che c'è ancora da fare, la lista dei nodi cruciali da sciogliere è lunga, con alcune priorità irrinunciabili: intervenire sul cuneo fiscale a sostegno di dipendenti e imprese; valutare seriamente la creazione di uno stipendio minimo; tagliare le spese inutili (una voce sempre di moda che nessun governo, però, ha mai seriamente preso in considerazione...); creare una maggior flessibilità in entrata e in uscita dal lavoro; costruire un welfare innovativo che serva anche a ri-formare le persone disoccupate dotandole di nuove competenze. Se poi a tutto questo si riuscissero a sommare degli adeguati incentivi per la creazione di nuove società che possano aiutare a rendere l'economia italiana più competitiva sui mercati internazionali, allora – con poche scelte, ma precise – il Paese si metterebbe realmente sulla scia per uscire dall'impasse in cui è stato cacciato.

Vito Sinopoli

ele
ven
ty

MADE IN ITALY



eleventymilano.it

L'imperativo del brand activism

Sono trascorsi alcuni mesi da quanto titolavamo questa rubrica *Le imprese sono soggetti politici*, dove si sosteneva che là dove non può o non vuole arrivare la politica, e i politici, devono (e l'imperativo è categorico) attivarsi le imprese. Più che una valutazione, si trattava di una considerazione: oggi sono le imprese i soggetti che – al netto delle crisi economiche, energetiche, occupazionali e chi più ne ha più ne metta, in atto – hanno il diritto-dovere di attivarsi per agire positivamente sull'habitat in cui operano. Sia a livello locale che nazionale. Si scopre intanto che, secondo un'indagine Edelman, ben il 65% della popolazione italiana sostiene che debbano essere i manager e gli imprenditori a dover contribuire a risolvere i problemi sociali del Paese e a guidare il cambiamento. È l'investitura ufficiale a Confindustria affinché formi il prossimo governo della Nazione? No, è il segnale (qualora ce ne fosse bisogno, vista la marea montante di astensionismo che ha contraddistinto le ultime tornate elettorali) che la gente ha fame di competenza e di persone competenti – dopo decenni di candidati improvvisati al comando! – e ha bisogno che le cose vengano fatte, e che vengano fatte presto e bene.

Per inteso, si tratta di un credito di credibilità che viene riconosciuto alle imprese a danno della politica, non solo in Italia ma anche a livello internazionale. Un credito che è destinato ad aumentare con il crescere di attività, progetti, risorse e investimenti che i brand stanno realizzando e promettono di realizzare in favore della sostenibilità socia-

le, economica e ambientale. E il bello di tutto questo è che la spinta a quel che viene definito dal marketing *brand activism* vive sulle aspettative non della categoria di cittadini-consumatori cosiddetti consapevoli e adulti (30-50 anni) ma soprattutto muove dai dictat delle nuove e nuovissime generazioni: 13-29 anni. E che, in quanto tali, sono destinate a dettare la tabella di marcia dei consumi almeno per i prossimi due decenni. Qualsiasi brand, in qualsiasi settore o longitudine agisca o pretenda di agire, se non ha intenzione di farsi portatore sano di valori condivisi – ma nei fatti e non solo a parole (come purtroppo siamo stati troppo spesso abituati a vedere in passato) – è destinato a eclissarsi nel giro di pochi tornanti. Il dato di fatto è che esistono oggi marchi globali – non ultimi i social media – potenzialmente in grado di agire in maniera più pervasiva e tempestiva di qualsiasi partito politico o governo; ed è proprio in questa direzione che intendono spingerli consumatori e utenti, se non vogliono per il proprio business un futuro oscillante tra l'irrelevanza e l'oblio. C'è stata una fase, e continuerà a esserci, in cui i ragazzi sono scesi piazza, dandosi capi popolo alla Greta Thunberg, per manifestare e gridare in faccia al mondo il loro no a un concetto di sviluppo economico cieco e distruttivo. Adesso si apre la fase meno gridata, ma non per questo meno pesante, in cui saranno le carte di credito a dire la loro, nel silenzio delle casse dei supermercati e sui siti di e-commerce. E a questo punto, per i ritardatari dell'ultim'ora saranno già dolori.

Linda Parrinello



LE IMPRESE SONO
SOGGETTI POLITICI

28 Via dalla comfort zone!

Stefano Filipazzi, Managing Director di Ghd Italia, svela le strategie dietro il successo del brand, frutto di una vera rivoluzione del business model



Scarica la nostra app!

Entra a far parte di una community di oltre 90 mila persone che ogni mese sceglie di leggere Business People in versione digitale. In questo modo la lettura diventerà un viaggio interattivo tra link, video e fotogallery. L'app è disponibile gratuitamente per i dispositivi Apple e Android, su Portale Freccie di Trenitalia e AppGallery di Huawei.



Seguici su   

15 INSIDER



18

- 16 Culture
- 18 Numerology
- 20 Articolando
- 21 Into the future
- 22 People
- 24 Awards
- 26 Verba non volant

37 BUSINESS IS BUSINESS

38

Si accettano miracoli

C'è un'enorme incognita lavoro che nessuno, nel nostro Paese, pare voler tentare di risolvere. Facciamo il punto della situazione

44

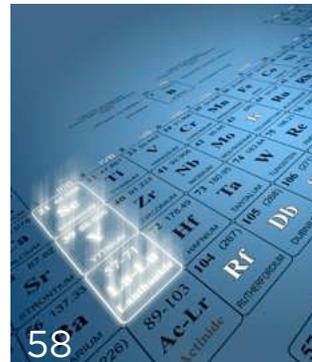
Si fa presto a dire produttività

La performance italiana è da tempo decisamente più lenta di quella degli altri Paesi occidentali. Ecco cosa ci manca e come si potrebbe rimediare

52

L'incontro che cambia... il manager

Quattro Ceo raccontano della figura o della circostanza che hanno fatto la differenza nella loro carriera...



Terre (sempre più) rare

Difficili da trovare ed estrarre, ma indispensabili in diversi settori produttivi. Ecco quali sono questi "magnifici 17" materiali e a cosa servono

66

Compagni di viaggio

È il tipo di rapporto che Edison Next mira a creare con i propri clienti. Ce lo racconta il Ceo, Giovanni Brianza

70

Porto il cinema nel metaverso

L'evoluzione del grande schermo e della produzione televisiva passa anche dalla Ilbe di Andrea Iervolino. Ecco come



A sostegno di uno sviluppo sostenibile

Cooperare con le comunità locali per un futuro migliore. È il lavoro che Fondazione Cesvi porta avanti da quasi 40 anni

e se
la decarbonizzazione
avesse
un impatto positivo
sul tuo business?



Diventiamo l'energia che cambia tutto.





88

79 FREE TIME



80

Non ci sono più gli uomini di una volta

Oggi lo stile maschile è più che mai aperto a colori e sperimentazioni. I canoni estetici hanno subito una rivoluzione?

88

Cattivissime ma belle

Da molti ritenute ormai politicamente scorrette, le supersportive conservano però un fascino innegabile

92

Illusioni a regola d'arte

A Padova una mostra indaga sugli inganni in cui cadono i nostri occhi affiancando opere di epoche e generi differenti

95

Beauty coach

Una nuova fragranza reinventa la firma olfattiva di Armani Code

96

Al cospetto di San Michele

La Basilica Pavese si presenta oggi più splendente che mai dopo il restauro dei suoi affreschi

98

Fuori di... casa!

Gli arredi giusti per godersi gli spazi all'aperto prima che arrivi l'autunno



100

Le vele della corona

Attraverso gli yacht club più influenti, Rolex ha costruito un legame unico con questo sport

102

Casa del futuro? No, del presente

Non occorre traslocare per avere una dimora connessa, basta scegliere la giusta dotazione tecnologica



104

Un salotto a Firenze

Nonna Chic, la scommessa dello chef Vito Mollica

106

I Petnat fanno tendenza

Spumanti e vini frizzanti naturali sono tra i trend più interessanti delle ultime stagioni

108

Entertainment

Gli appuntamenti da non perdere per il tempo libero

112

Un mistero sulla donna del mistero

L'ABC dell'ultimo romanzo di Nina De Gramont, ispirato alla vera sparizione della regina del giallo

BUSINESS
PEOPLE

Direttore responsabile
Vito Sinopoli

Direttore editoriale
Linda Parrinello

Redazione
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
Annamaria Alese, Francesca Amè, A.P. Artemi,
Nicole Berti da Carimate, Giovanni Bucchi,
Karin Ebnet, Mario Franzino, Paolo Gobbi,
Andrea Gori, Andrea Nicoletti, Marta Ottaviani,
Stefania Zolotti

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: Mediagraf SpA -
Viale della Navigazione Interna, 89 - 35027
Noventa Padovana (PD)
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, liberamente
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 SRL
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 22/07/2022

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE
EDITORIA DI SETTORE

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

GHD SIGNIFICA GOOD HAIR DAYS

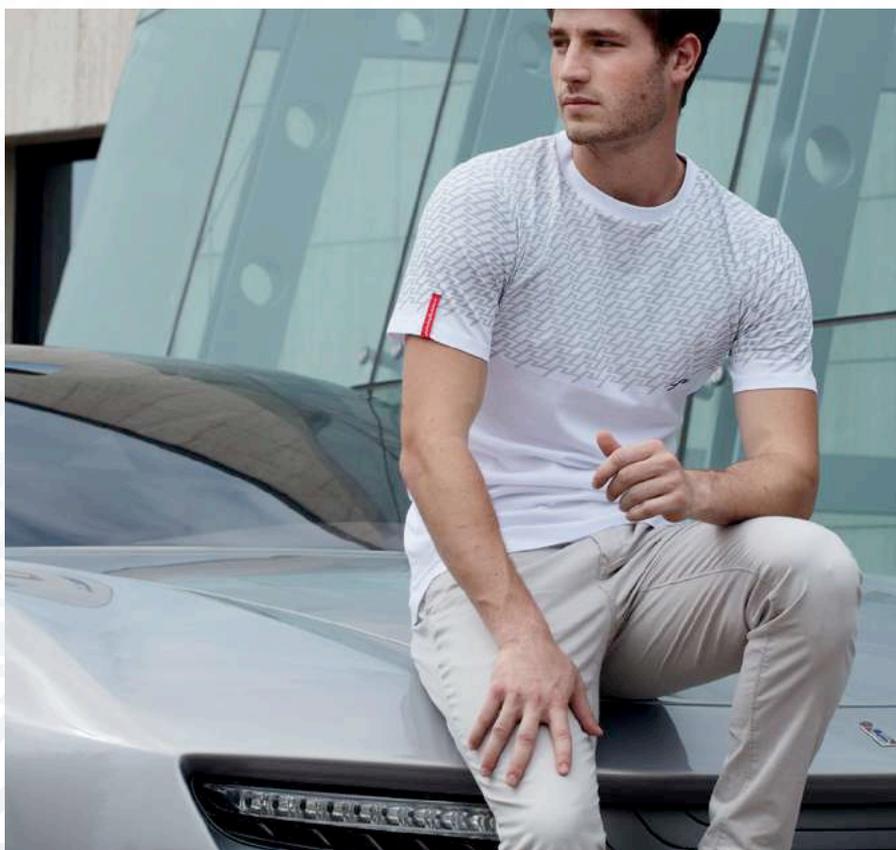
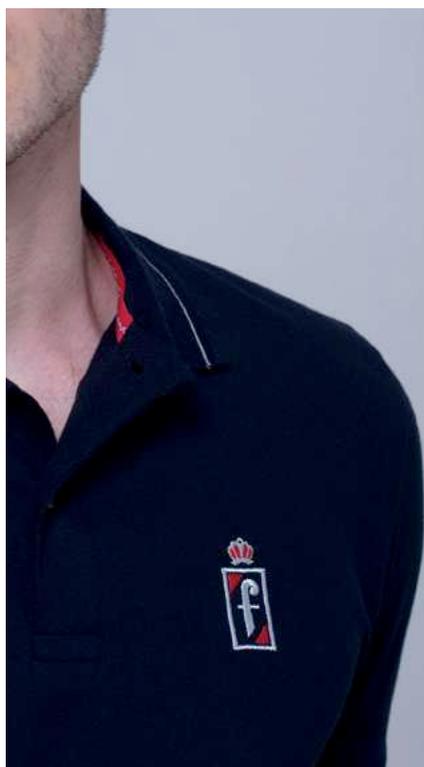


Scopri il potere di un good hair day tramite l'intera collezione di strumenti per lo styling firmato ghd: piastre per capelli, asciugacapelli, arricciacapelli, e altro ancora.

I prodotti ghd sono disponibili sul sito ghdhair.com/it e nei migliori saloni ghd.

pininfarina

designed on you

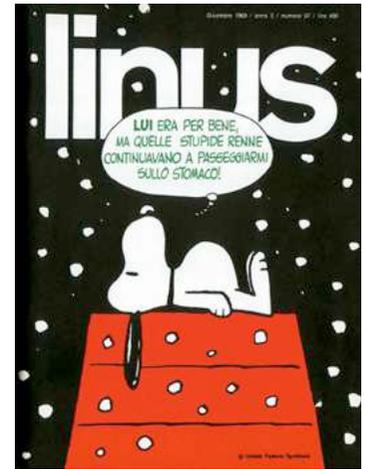
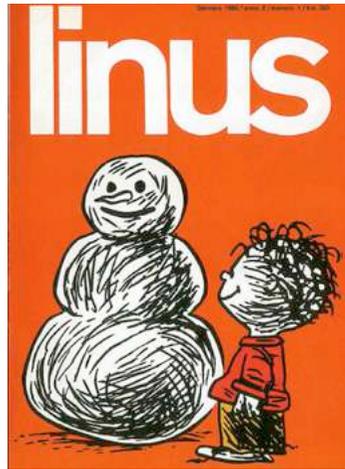
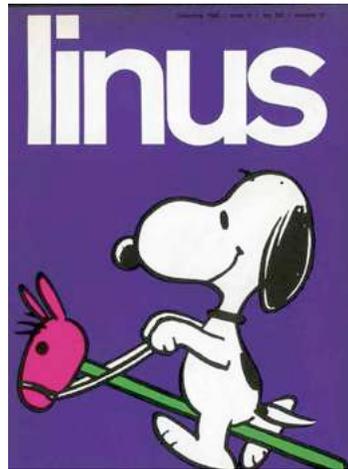
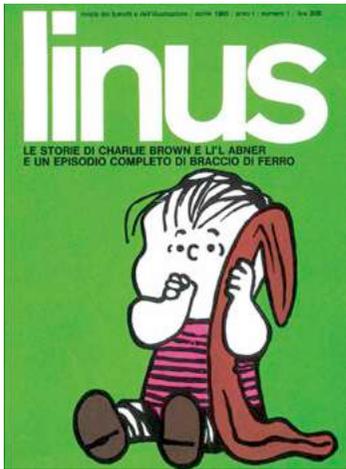


Una nuova Collezione di abbigliamento ispirata alle iconiche auto "designed by Pininfarina".

shop.pininfarina.it

INSIDER

APPUNTI, SPUNTI, IMAGES & CO.



Altro che “peanuts”!

Chi non conosce Snoopy e Charlie Brown? Chi non si è mai imbattuto in una striscia con protagonista la cinica Lucy o la celeberrima coperta di Linus? Tutti questi personaggi - e molti altri - compongono i *Peanuts*, i mitici fumetti nati dalla matita di Charles Monroe Schulz. Oltre 18 mila le strisce realizzate da in 50 anni di attività, che hanno dato vita a un franchise da miliardi di dollari. Pubblicati negli Stati Uniti a partire dagli anni 50, i *Peanuts* (letteralmente “Noccioline”, ma traducibili anche come “schiocchezze”, “roba da quattro soldi”) sono approdati in Italia nel 1965 con il mensile *Linus*. Per celebrare i 100 anni dalla nascita dell'autore, fino all'11 settembre alla Reggia di Venaria (Venaria Reale, Torino) è in programma la mostra *Tutti i linus. 100 anni con Charles Schulz*. La rassegna, proposta nell'ambito del festival itinerante *La Milaneseana*, espone tutte le copertine e i numeri originali pubblicati negli ultimi 57 anni.

Info: lavenaria.it



Brianza da scoprire

La manifestazione *Ville aperte* compie vent'anni tra appuntamenti speciali e aperture straordinarie: 180 i siti tra cui scegliere

Oltre 180 siti – di cui 40 nuovi – tra ville di delizia, chiese, complessi architettonici, musei, mulini storici, cascine, diffusi in 83 comuni della Lombardia che riveleranno la straordinaria ricchezza del patrimonio storico-artistico della Lombardia. Dal 17 settembre al 2 ottobre, torna *Ville aperte in Brianza*, manifestazione che nel 2022 compie vent'anni. Si festeggia con tre weekend di aperture straordinarie e appuntamenti speciali.

Tra le attività proposte, più di trenta itinerari sul territorio, da percorrere a piedi o in bicicletta, alla scoperta dei beni aperti, gestiti da guide turistiche abilitate che provvederanno alla formazione del gruppo e all'accompagnamento lungo il percorso. E poi visite appositamente studiate per persone con disabilità, dedicate ai bambini e alle famiglie, o ancora una mostra fotografica a carattere itinerante dedicata proprio ai vent'anni di *Ville aperte* in Brianza con la storia del territorio e delle sue dimore storiche.

Molti i siti che partecipano per la prima volta: a Monza i visitatori potranno scoprire la piccola stanza ipogea celata sotto il Tempietto neoclassico all'interno dei Giardini Reali della Reggia, oltre che conoscere gli angoli più caratteristici del Parco Reale grazie al trenino elettrico della stessa Reggia. Sarà inoltre possibile conoscere le storie di alcuni beni, tra cui l'ex ospedale psichiatrico di Limbiate-Mombello, o scegliere un percorso itinerante nel borgo medievale di Vimercate alla scoperta

delle antiche mura medievali, delle ex prigioni e dei resti delle fortificazioni difensive. Nel comasco apre le sue porte Villa La Clerici di Erba mentre nel lecchese sarà aperta Villa De Ferrari Bagatti Valsecchi di Merate. Infine, a Castellanza, in provincia di Varese, aprirà per la prima volta il Museo d'Arte Moderna Pagani: un parco di oltre 40 mila mq ricco di sculture e mosaici di artisti stranieri e italiani. **Villeaperte.info**





In queste pagine, qualche immagine di alcuni dei 180 siti aderenti all'iniziativa *Ville aperte in Brianza*. A lato, Villa Borromeo d'Adda ad Arcore. Proseguendo in senso orario: Villa Monastero di Varenna, Villa Arconati a Bollate e la Reggia di Monza. Nella pagina accanto: in alto, Villa Bernasconi a Cernobbio; in basso, il Palazzo Arese Borromeo di Cesano Maderno



Avanza il Metaverso

Si struttura e si articola la piattaforma che - nel bene e nel male - potrebbe duplicare nella dimensione virtuale, oltre alle nostre vite, anche molte frontiere del business

25%

È la percentuale della popolazione mondiale che entro il 2026 passerà almeno un'ora al giorno nel metaverso per lavoro, shopping, istruzione e puro passatempo

2,5 miliardi

È IL VALORE IN EURO CHE NEL 2023 DOVREBBE SFIORARE IL MERCATO DEGLI INVESTIMENTI IMMOBILIARI NEL METaverso A LIVELLO GLOBALE. NEL 2025 DOVREBBE SUPERARE I 3,5 MILIARDI

30%

È la percentuale delle organizzazioni che entro il 2026 avrà prodotti e servizi destinati al metaverso

Da 1 a 12 trilioni

È il valore in dollari che il metaverso potrebbe assumere in fase di maturazione

56%

È la percentuale di intervistati che dichiara che le aziende fanno bene a investire nel metaverso

1 miliardo

Sono gli utenti che Meta Platforms stima di portare nel metaverso entro il 2030 grazie a un'offerta gratuita di servizi, dopo di che passerebbe a monetizzare sugli investimenti

30%

È la percentuale delle persone intervistate convinte che il metaverso amplificherà le disuguaglianze economiche e sociali, andando a favorire esclusivamente le big tech



Tenc



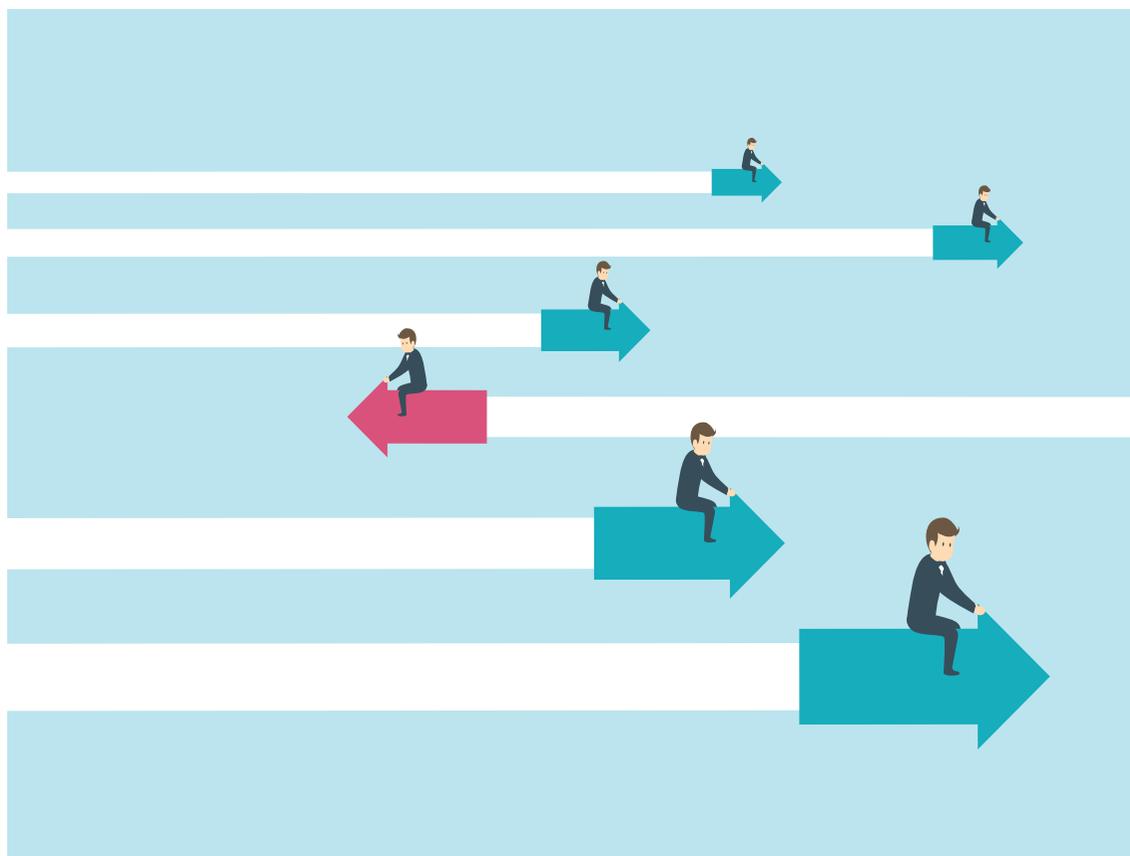
figf-industry.com

tenc.com



Mario Franzino

Former Ceo BSH Italia
Consulente manageriale

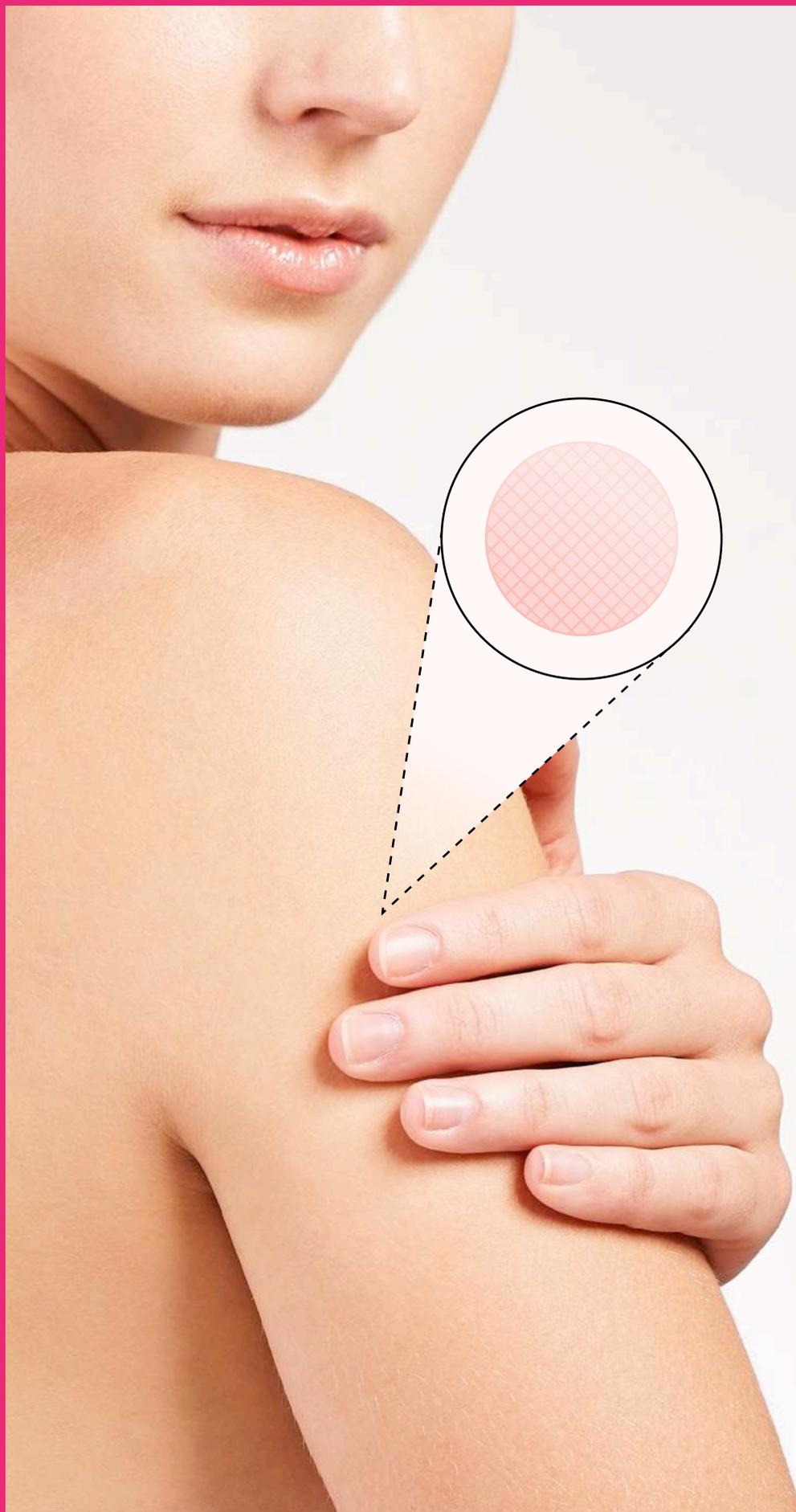


Cavalcare il cambiamento

È storicamente provato: sebbene i cambiamenti rappresentino grandi opportunità, spesso ci pongono di fronte sfide che richiedono visione, attenzione e forza di volontà. È quanto sta avvenendo con il mondo digitale, che ha accelerato inequivocabilmente la trasformazione dei nostri stili di vita e ai quali gli ambienti lavorativi si stanno adeguando - ammettiamolo, con fatica - con un nuovo modello di business. Le difficoltà ci sono, ma sono amplificate soprattutto da chi vuole arrestare, con poca lucidità e propensione innovativa, il processo di trasformazione in atto.

A queste persone domando: cosa sarebbe successo se durante i periodi di lockdown che abbiamo vissuto la tecnologia non ci avesse permesso di pianificare riunioni e incontri a distanza, capaci di mantenere le relazioni e le occasioni di confronto? È ormai comprovato che l'attività produttiva può essere gestita in modo diverso, ma va cambiato l'approccio al sistema, adeguando ai contesti l'operatività. In un mondo sempre più globalizzato, l'impegno costante dovrà essere rivolto a definire una nuova cultura, che indirizzi giovani e meno giovani a capire che il risultato, qualsiasi esso sia, non dipende esclusivamente dalle ore trascorse in ufficio. Ci sono manager che da sempre hanno operato trasmettendo valori, concretezza e visione, rendendo l'attività in azienda intensa e appassionante, proponendo metodologie capaci di costruire squadre motivate e vincenti. Questo si dovrà fare

sempre! Forse cambierà l'approccio, rammentando che le esperienze vissute in passato devono indurci a elaborare differenti modus operandi, efficienti e concreti. Non possiamo più, ad esempio, colpevolizzare lo smart working o continuare a ricordare "antichi percorsi", che tali rimarranno! Va considerato, poi, che gli stessi mercati stanno subendo un'enorme trasformazione. Trovare un giusto equilibrio tra l'attività in remoto e quella in presenza sarà fondamentale, ma ancora una volta va detto che, senza una vera e nuova "mission culturale", subiremo inutili e costosi ritardi. Per tradurre meglio il pensiero degli scettici, può essere utile proporre alcuni esempi. C'è chi plaude e investe risorse economiche personali in start up digitali, sostenendo che il futuro andrà in quella direzione, ma allo stesso tempo critica ferocemente l'attività in remoto nel proprio ambiente lavorativo. C'è chi sostiene che non è in grado di "controllare" i collaboratori se questi non lavorano più sotto i suoi occhi, ma non fa nulla per instaurare con loro un nuovo rapporto per responsabilizzare i singoli e il gruppo. Saranno tempi difficili per chi non si renderà conto che il controllo costrittivo e gerarchico è definitivamente tramontato. Come in ogni periodo storico, non tutti saranno efficienti e responsabili, ma di certo le menti competenti, preparate e visionarie non accetteranno più relazioni prive di sensibilità e considerazione. E questo, non credo sia un passo indietro...



Il sensore made in Italy che legge il nostro corpo

Un sensore più piccolo di un francobollo, al 100% biocompatibile e bioassorbibile, in grado di tenere sotto controllo i valori del sangue, analizzare la concentrazione di un farmaco o altri fluidi corporei, sostituendosi a un comune prelievo e alle successive analisi di laboratorio. L'ultima novità sul fronte di una medicina sempre più personalizzata arriva dall'Università di Pisa dove è stato ideato e sviluppato questo rivoluzionario dispositivo. Il team di ingegneri elettronici del dipartimento di Ingegneria dell'Informazione, coordinato da Giuseppe Barillaro e in collaborazione il Surfay Nanotec GmgH di Berlino e le Università di Modena e Reggio Emilia, ha messo a punto questo sensore che, impiantato sottopelle, svolge il suo lavoro in pochi giorni prima di essere assorbito dal nostro corpo. La prima applicazione che è stata sviluppata per questo sensore, costituito da una membrana di silicio nanostrutturato ricoperta da un polimero fluorescente, è la misurazione del Ph della pelle. Basta illuminare con una luce verde la zona dove è stato inserito il sensore per avere un riscontro su questo parametro, molto importante perché dalla sua analisi si può prevedere l'insorgere di patologie come il cancro o disturbi cardiaci. Il prossimo passo sarà la quantificazione di un farmaco chemioterapico, la doxorubicina, con lo scopo di ottimizzarne il dosaggio durante il trattamento di pazienti con tumore. Ma le applicazioni non finiscono qui: i sensori made in Italy potrebbero essere utilizzati per il monitoraggio delle sepsi, tra le principali cause di morte post operatoria, così come per avere informazioni in tempo reale sia sullo stato di salute del paziente sia sull'efficacia dei farmaci.



PER APPROFONDIRE'

Bonduelle cambia a.d.

Federico Odella è stato nominato amministratore delegato di Bonduelle Italia. Il manager, 42 anni, laureato in Economia aziendale all'Università Bocconi, ha maturato un'esperienza ventennale nel marketing e nelle vendite in multinazionali come Henkel, L'Oréal e Mars.

Ranieri presiede Assogiocattoli

Avvicendamento al vertice di Assogiocattoli, associazione che rappresenta le aziende del settore giochi e prima infanzia. Dopo due mandati consecutivi, Roberto Marelli di Artsana ha ceduto il testimone a Gianfranco Ranieri di Flora. Il nuovo presidente resterà in carica nel triennio 2022-2025.

Gioieni al vertice di Allianz Partners Italia

Nuovo amministratore delegato per Allianz Partners Italia. Marco Gioieni è succeduto a Paola Corna Pellegrini, che ha concluso la sua carriera lo scorso giugno. Nel gruppo dal 2016, dal 2018 Gioieni ricopriva l'incarico di Chief Marketing Officer di Allianz Trade.



Breitling Italia

Giorgio Toffanin

Direttore generale

Giorgio Toffanin è il nuovo direttore generale di Breitling Italia. Il manager vanta una lunga carriera nel settore dell'orologeria e dei beni di lusso, da Gucci a Montblanc per poi approdare in Swatch Group in qualità di Brand Manager di Rado. Beppe Ambrosini, Senior Advisor di Breitling S.A. affiancherà Toffanin nell'implementazione della nuova strategia Breitling in Italia.

Carlsberg Italia

Olivier Dubost

Managing Director

Olivier Dubost è subentrato a Kaare Jessen come Managing Director di Carlsberg Italia, filiale del gruppo produttore di birra. Già General Manager per Carlsberg Singapore, da 11 anni in azienda e con 26 anni di esperienza commerciale tra Europa e Asia, Dubost ha lavorato anche in Colgate Palmolive (13 anni) e Lvmh (due anni).

Valore D

Cristiana Scelza

Presidente

Novità al vertice di Valore D, associazione di imprese che dal 2009 si impegna per l'equilibrio di genere e per una cultura inclusiva nelle aziende e in Italia. L'attuale Ceo di Prysmian Group in Russia, Cristiana Scelza, è subentrata a Paola Mascaro come presidente dell'associazione.

Guffanti nuovo Ceo di Havea Italia

Havea Italia, filiale del gruppo europeo operante nel settore *natural healthcare*, ha scelto come Ceo Fabio Guffanti. Già direttore Vendite e Marketing in Lierac/Phyto, poi direttore Business Unit Avene in Pierre Fabre Italia, fino al 2021 Guffanti è stato General Manager in Filorga.

A Bini il marketing di N26

La banca digitale N26 ha annunciato la nomina di Mario Bini come Country Marketing Manager per l'Italia. In precedenza, Bini è stato Marketing Manager in aziende tech come Microsoft, Uber, Google e Alibaba, spostandosi tra Londra, Dublino, Milano e Parigi.

Consorzio Vino Chianti conferma Busi

Giovanni Busi è stato confermato, con voto unanime, alla guida del Consorzio Vino Chianti per altri tre anni. Busi è titolare dell'azienda vitivinicola Travignoli, che dirige dal 1989, e dal 2010 è presidente del Consorzio Vino Chianti che conta 3.500 aziende associate.

Ana Mazzeo guida Wobi Italia

Ana Mazzeo è stata promossa a Country Manager Italia di Wobi, società che organizza il World Business Forum. Dal 2005 la manager argentina si è occupata proprio dello sviluppo di questo evento per poi assumere, nel 2009, l'incarico di Sales Director Italy e, successivamente, di Business Development Europe.

Pomellato punta su Barboni

Nuovo Chief Marketing and Product Officer per il Gruppo Pomellato. Il ruolo è stato affidato a Boris Barboni, manager che ha ricoperto varie posizioni nel marketing e sviluppo prodotto in Colgate-Palmolive, L'Oréal, Salvatore Ferragamo e, negli ultimi sette anni, Bulgari.

A Thomas Ma le redini di Xiaomi Italia

Thomas Ma è subentrato a Leonardo Liu come General Manager di Xiaomi Italia. Nel gruppo dal 2017, laureato in Giornalismo internazionale, il giovane manager cinese arriva in Italia dopo aver ricoperto la carica di Vice President CIS Region Xiaomi.



Burger King Restaurants Italia

Kevin Derycke General Manager

Novità al vertice di Burger King Italia. La capogruppo Qsrp ha annunciato che Kevin Derycke - già Ceo di Burger Brands Belgium, parte di Qsrp con i marchi Quick e Burger King - aumenta la propria area di responsabilità, assumendo la direzione del mercato italiano. Derycke succede ad Alessandro Lazzaroni, che lascia il gruppo.

Liu Jo

Paola Durante General Manager

Liu Jo, azienda di Eccellenze Italiane Holding, ha nominato per la prima volta un General Manager. L'incarico è stato affidato a Paola Durante, che ha ricoperto a lungo il ruolo di Managing Director in BofA Merrill Lynch, per poi proseguire il suo percorso lavorativo nel fashion system come Director-Investor Relations & Strategic Planning in Moncler.

Warner Bros. Discovery

Alessandro Araimo General Manager Sud Europa

Alessandro Araimo è stato nominato General Manager Sud Europa di Warner Bros. Discovery. In questo ruolo, Araimo guiderà la multinazionale nei mercati di Italia, Spagna e Portogallo. Nel recente passato, il manager - che oggi ricopre anche la carica di vice presidente in Confindustria Radio Tv - è stato a.d. di Discovery Italia per cinque anni.

Fabio Lo Prato in Kiko

Kiko ha affidato a Fabio Lo Prato il ruolo di Country Director Italia & Global Franchising Director. In arrivo dall'incarico di Managing Director di Naïma, Lo Prato vanta un'esperienza ultraventennale nella gestione di mercati di prodotti di consumo, del settore beauty, del lusso e di prodotti professionali.

Crai Secom: l'a.d. è Ibba

Giangiacommo Ibba è il nuovo amministratore delegato di Crai Secom, realtà a capo della catena di supermercati Crai in Italia. Il manager, che succede a Marco Bordoli, sarà affiancato da Piero Bocalatte, confermato alla presidenza del gruppo.

Per Palo Alto Networks c'è Desiderio

Palo Alto Networks, realtà operante nel mercato della cybersecurity, ha nominato Maurizio Desiderio Country Manager per l'Italia. Già alla guida di F5 Networks per Italia e Malta, Desiderio vanta un'esperienza nel settore tech di più di 20 anni nel nostro Paese, oltre a 11 trascorsi all'estero, tra Regno Unito e Stati Uniti.



Il bello dell'accoglienza italiana

Mentre il toscano Rosewood Castiglion Del Bosco si aggiudica il titolo di hotel migliore del mondo, ben due ristoranti tricolori spiccano tra i *World's Best Restaurant 2022*

È in Toscana, nel cuore della Val d'Orcia, il Rosewood Castiglion Del Bosco, che ha meritato il titolo di hotel più bello del mondo secondo la prestigiosa rivista statunitense *Travel & Leisure*. La struttura, in cui aveva alloggiato anche Barack Obama, si è aggiudicata l'impressionante punteggio di 99,25 su 100, conquistando ben tre titoli: Miglior Resort in Italia, Miglior Resort in Europa e Miglior Hotel in assoluto. A confermare la qualità indiscussa dell'accoglienza tipicamente italiana,

arriva anche la classifica *The World's Best Restaurant 2022*. Benché ad aggiudicarsi il primo posto, in questo caso, sia stato il Geranium di Copenaghen, guidato dallo chef Rasmus Kofoed e dal sommelier Søren Ledet, sono ben sei i locali italiani nella top 50, di cui due posizionati tra i primi dieci: Il Lido 84, ristorante di Gardone Riviera (Brescia) guidato dallo chef Riccardo Camanini (salito all'ottava posizione contro la 15esima del 2021); Le Calandre di Rubano (Padova), guidato dallo chef Massimiliano Alajmo, che ha

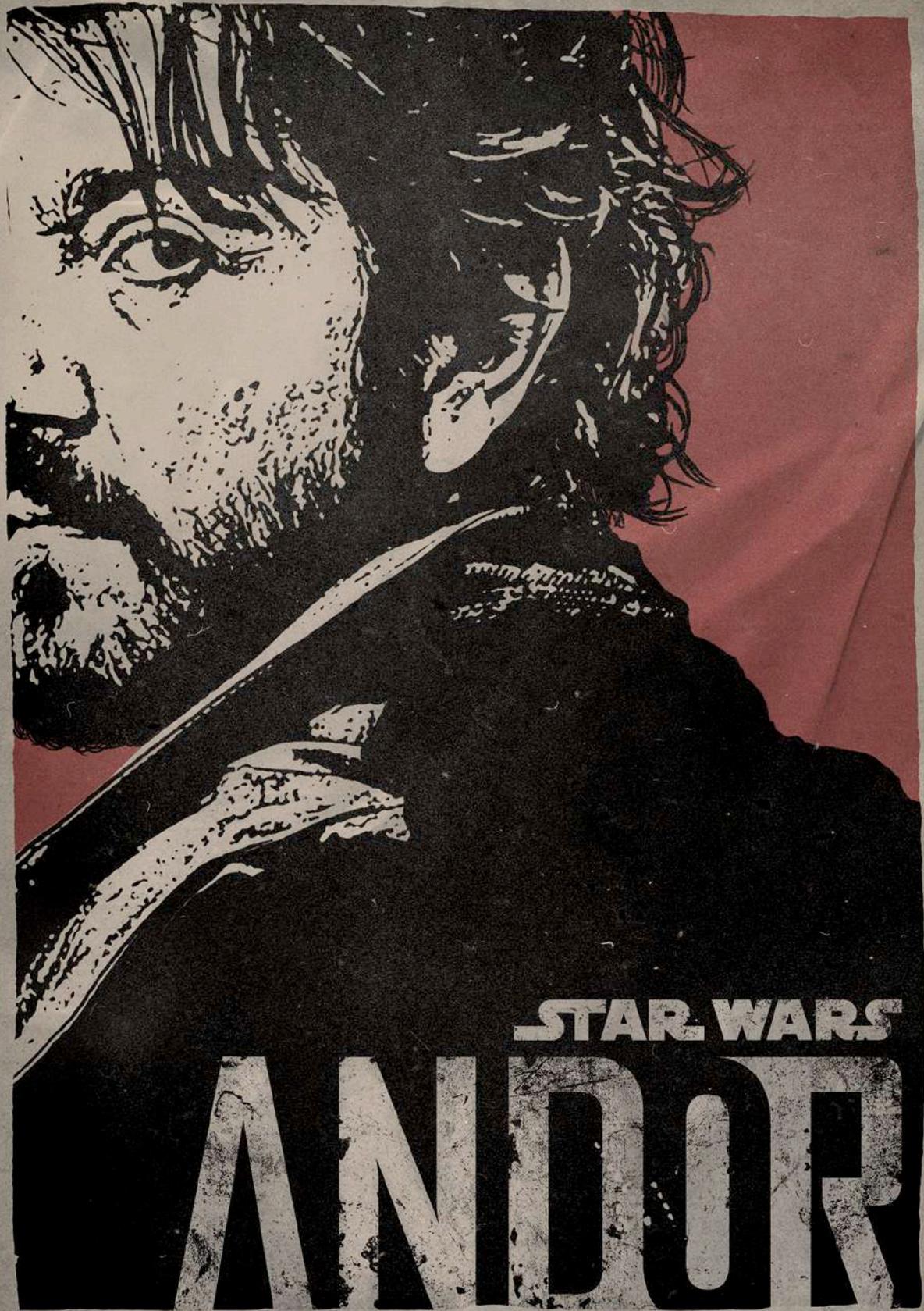
guadagnato 16 posizioni, raggiungendo il decimo posto; il ristorante Uliassi di Senigallia, dello chef tre stelle Michelin Mauro Uliassi (12esimo, +40 posizioni); il Reale di Castel di Sangro (L'Aquila), ristorante dello chef Niko Romito (15esimo); il Piazza Duomo di Alba (Cuneo), guidato dallo chef Enrico Crippa che va al 19esimo posto; infine il St. Hubertus dell'Hotel Rosa Alpina a San Cassiano, dello chef Norbert Niederkofler sale in 29esima posizione (nel 2021 si era posizionato 54esimo).



SCARICA
DA GOOGLE PLAY

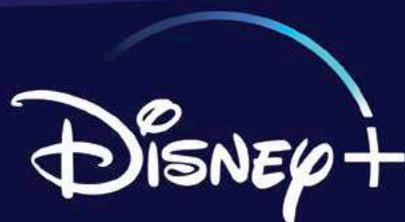


Sopra, il Reale di Niko Romito; a lato, Uliassi, dello chef Mauro Uliassi. In alto il Lido 84 (sinistra) di Riccardo Camanini e Le Calandre di Massimiliano Alajmo



Vertical de Condición General de Abastecimiento a DisneyPlus.com - ©2022 Lucasfilm, Ltd. Todos los derechos reservados.

Una serie originale
In esclusiva dal 31 Agosto



DisneyPlus.com

Paola Egonu

Pallavolista italiana

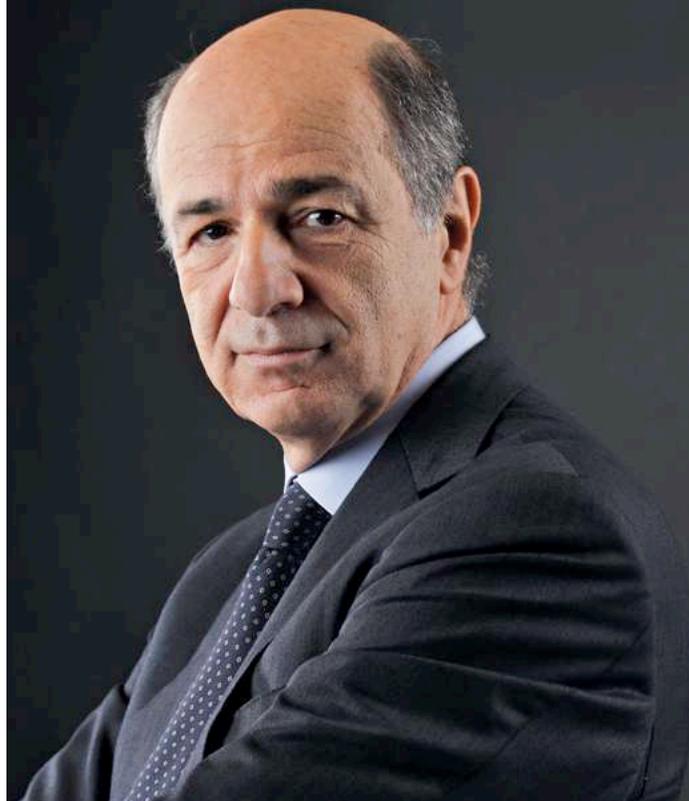
L'Italia non è un Paese razzista, di persone cattive in giro ce ne sono poche. A volte noto ignoranza, che è diverso, e un po' di superficialità.



Corrado Passera

Founder & Ceo di illimity

Un leader è qualcuno che crea altri leader. Come classe dirigente - della politica, dell'economia, della pubblica amministrazione - oggi la grande sfida è gestire il cambiamento in una situazione di estrema incertezza e complessità. È in questi frangenti che si riconoscono coloro che sono capaci di unire la diversità, che sono capaci di entrare nella testa delle persone, ma anche nel loro cuore e nella loro pancia. La differenza tra leader ed esecutori è che i primi si sentono responsabili se non è stato fatto tutto il possibile per raggiungere un obiettivo.



Christian Greco

Direttore Museo Egizio di Torino

Non esiste il successo immediato, nessuno parla più di fatica. A me fa piacere ricordare che il primo lavoro pagato da egittologo l'ho avuto a 34 anni e che per raggiungere un obiettivo bisogna faticare ogni giorno. E non è nemmeno detto che arrivi.



© Getbyimages (3)

Luca Bizzarri

Attore, conduttore Tv

I pianoforti negli aeroporti sono come i social: per uno che li suona per regalarti piacere, cultura e svago ce ne sono dieci che li usano solo per rompere i coglioni al prossimo, esaltati nel far sapere a tutti la loro incapacità.



Dewayne Hankins

Presidente dei Portland Trail Blazers

Le buone idee possono nascere dovunque. Se in una stanza hai un gruppo di persone con le stesse esperienze, sicuramente non avrai un gran dibattito. Ma se introduci un po' di diversità nella stanza costruirai un confronto molto più interessante e risposte migliori per la tua azienda.



SAMSUNG

OLED



Samsung è anche OLED.



Esiste una nuova, straordinaria realtà di visione fatta di colori puri e neri profondi, con una fedeltà sonora assoluta grazie al Dolby Atmos e un design raffinato racchiuso in pochi millimetri. Il suo nome? Nuovo OLED Samsung. La differenza tutta da vivere.

www.samsung.it

GHD

Stefano Filipazzi

Via dalla comfort zone!

Da brand di riferimento internazionale per l'acconciatura dei capelli a caldo, a marchio leader dell'hairstyling nel segmento fashion di alta gamma anche per le consumatrici finali. Così la società ha avuto il coraggio travalicare il proprio core business per esprimere al meglio le proprie potenzialità. E il mercato le ha dato ragione. Di questo e molto altro abbiamo parlato con il suo Managing Director per l'Italia

testo di Linda Parrinello - foto di Martina Mariotti



Stefano Filipazzi è Managing Director di Ghd Italia dal 2017. In precedenza ha ricoperto la carica di Coo & Vice General Manager del gruppo Bottega Verde per nove anni. Dal 2006 al 2008 è stato Head of Trade Marketing e Business Development in Adidas; prima ancora - dal 2000 al 2006 - ha maturato una lunga esperienza in Kpmg Advisory

Experience ed engagement

Experience ed engagement sono – accanto a un'incontestabile qualità del prodotto – le parole chiave alla base del successo di Ghd, oggi marchio leader dell'hairstyling nel segmento fashion di alta gamma non solo a livello professionale, ma anche tra le consumatrici finali. Un successo frutto di una scelta coraggiosa, che ha portato il brand a uscire dal proprio remunerativo core business per esprimere nuove potenzialità. Una scommessa vinta. Basta guardare i risultati italiani per averne conferma: negli ultimi quattro anni il fatturato è quasi triplicato, nonostante il settore risenta ancora gli effetti della crisi pandemica. Merito anche di una strategia chiara, ma capace di adattarsi rapidamente ai continui cambiamenti che contraddistinguono la nostra contemporaneità. E di un'attività attenta e ragionata nel mondo dei social e delle influencer. Ne abbiamo parlato con Stefano Filipazzi, Managing Director di Ghd Italia dal 2017.

Come si fa a riparametrare continuamente le previsioni per i risultati della propria azienda dovendo considerare le tante incognite dell'odierna attualità?

In effetti bisogna governare la complessità attraverso strutture aziendali duttili, capaci di adattarsi alle condizioni di mercato che cambiano velocemente. Ma non è una condizione relativa solo all'attuale fase, perché sono i tempi a richiederlo, anche prima della pandemia. E in Ghd ci siamo dati da subito questo tipo di impostazione. Perché una tale organizzazione consente di modulare e adattare le risposte in base alla complessità del momento storico. La velocità di esecuzione, tra idea e attuazione, è oggi un driver strategico per il successo, per riuscire a cogliere le opportunità anche in contesti articolati e imprevedibili. Le aziende devono avere una duplice capacità: una grande chiarezza strategica di medio periodo e, al contempo, una estrema velocità di adattamento nel brevissimo periodo al contesto molto variabile nel quale ci troviamo a operare.

Crede che sia stato questo approccio, o piuttosto anche questo approccio, ad aver contribuito a trasformare un brand

Le aziende devono avere grande chiarezza strategica e, al contempo, estrema velocità di adattamento



GHDHAIR.COM

nato sulla carta come professionale, in un prodotto entrato di diritto nel mondo fashion?

È vero, Ghd nasce come un brand di riferimento internazionale per l'acconciatura dei capelli a caldo evolutosi in un marchio leader dell'hairstyling nel segmento fashion di alta gamma anche per le consumatrici finali. E tale metamorfosi proprio in Italia ha trovato i suoi risultati più significativi, tanto che rappresentiamo il secondo mercato dopo quello inglese dove ha sede la casa madre, con un andamento che ha visto i risultati italiani crescere per cinque anni consecutivi a doppia cifra, con un fatturato che è quasi triplicato negli ultimi quattro.

È stata la scelta di voler uscire dal vostro core business per rivolgervi direttamente alle consumatrici ad avere impresso questa accelerazione o c'è stato dell'altro? Si è trattata di una strategia nata in Italia e poi ampliata anche all'estero, o viceversa?

Certamente rimanere nella nostra – peraltro remunerativa – comfort zone avrebbe potuto essere la scelta più ovvia, soprattutto alla luce delle turbolenze dell'economia. Tutta-



via, il mio arrivo in Ghd ha coinciso con questo cambio di strategia, che peraltro era già nelle direttrici della casa madre, anche perché – alla luce delle precedenti esperienze nel retail, fashion e beauty – mi è parso palese da subito che un prodotto come il nostro avesse enormi potenzialità ancora inesprese. Senz'altro ci si è mossi in parallelo, in Italia abbiamo registrato un'accelerazione di gran lunga più performante che in altri territori. Credo che l'azienda abbia dimostrato grande coraggio e determinazione, cambiando da un modello di business *safe* a uno di grande potenziale, ma nuovo e quindi, per definizione, maggiormente rischioso.

Avete insistito molto sulla contiguità del vostro marchio con il fashion.

Perché il nostro è di fatto un luxury brand. Ghd da sempre non è solo un marchio di altissima qualità tecnica di prodotto, ma è un

Alcune immagini delle iniziative portate avanti da Ghd attraverso il suo network di influencer, che in Italia è uno dei più grandi del mondo beauty e costituisce un elemento centrale del suo modello vincente O2O (ossia Offline to Online e Online to Offline)

brand che desidera aiutare tutte le donne a liberare lo stile che è dentro di loro, ispirandole con nuove tendenze e idee, proprio come un marchio fashion. In questi anni le nostre collaborazioni con alcune delle migliori griffe, quali Ferragamo, Moschino, Missoni, Dolce & Gabbana, Scervino etc. hanno testimoniato il nostro profondo legame con il mondo della moda. Un legame che troverà nuove conferme anche questo autunno, quando parteciperemo nuovamente alla Milano Fashion Week accanto a una firma italiana, partnership cui abbineremo anche delle Pop Up experience rivolte ai consumatori finali negli store durante tutta la settimana della moda.

Quali crede siano state – e continuano a essere – le chiavi del successo che hanno fatto la differenza?

In assoluto la Digital Acceleration della nostra attività marketing, dove siamo riusciti a coniugare in modo sinergico Digital e Offline, creando una vera esperienza Onmichannel per la clientela finale. Offline to Online e Online to Offline costituiscono il nostro modello vincente O2O che ha nella collaborazione con uno dei più grandi network di influencer in Italia di tutto il mondo beauty l'elemento centrale. E stiamo parlando di un universo composto da oltre 500 influencer, delle quali oltre 80 di loro superano il milione di follower, mentre le altre vanno a intercettare fasce di clientela mirate. Per noi il digital non è una componente aggiuntiva della nostra brand awareness, bensì ne costituisce la base essenziale. Spingere sull'esplosione del digitale ci è sembrato strategicamente il passaggio più ovvio e remunerativo in termini di visibilità. Lo dimostrano anche i risultati dell'andamento del brand in Italia su Instagram dove in soli quattro anni è passato ad avere da 100 a 800 mila follower. E adesso siamo già entrati nella nuova era di Tik Tok. Ghd è stato il primo brand a organizzare una Tik Tok House con oltre 20 top Tiktokers, tutti giovanissimi e già appassionati di Ghd! Il modello Omnichannel in realtà va applicato in modo molto attento anche al mondo social, una delle sfide per ogni azienda sarà la capacità di valorizzare il proprio brand in modo specifico e differenziato per ciascun canale. ➔



Sarà ovvio, ma il ricorso alle influencer non è impresa facile, nel senso che non riesce a tutti, perché si tratta di materiale “complesso” da maneggiare.

Ha ragione, non a caso noi abbiamo maturato un'invidiabile capacità nello scouting e nel seguirle nelle loro attività: consideri che noi definiamo e pianifichiamo mesi prima quando e cosa ciascuna di loro proporrà di Ghd sui propri social, con un dettaglio giornaliero; abbiamo in poche parole applicato i modelli di media planning tradizionale al nostro modello di influencer marketing. In più, c'è un valore aggiunto dato dalla credibilità che le loro attività riescono a esprimere nei confronti delle loro follower, perché non si tratta di semplici messaggi promozionali, il che è perfettamente percepibile da chi le segue online.

Questo perché alla base c'è un prodotto che mantiene quanto promette?

Perché Ghd è un prodotto di assoluta avanguardia. Abbiamo la gamma più evoluta del mercato, vantiamo a livello internazionale centinaia di brevetti e lanciamo una media di due novità ogni anno – che è un trend elevatissimo per il settore – in virtù del fatto che, a livello centrale, si investono annualmente risorse importanti in ricerca & sviluppo. E facciamo tutto questo avendo impresso un'accelerazione anche alla nostra presenza in ambito professionale. Devo dire che ci fa molto piacere avere tutti i nostri prodotti con i rating di soddisfazione tra i più alti in assoluto da parte delle clienti finali, è un segno chiaro e tangibile della qualità ed efficacia della nostra attività di R&D.

Tra le influencer di punta di Ghd c'è stata Chiara Ferragni.

Chiara da tempo non è più un'influencer bensì una celebrity ed una *digital entrepreneur* globale con la quale abbiamo sempre lavorato molto bene, e continueremo a farlo visto che abbiamo di recente rinnovato la collaborazione. In più, questa stagione si unisce a noi anche Belen Rodriguez, con tutta la visibilità che il personaggio sa esprimere online e offline.

In che modo?

Dobbiamo guardare sempre al business con gli occhi dei nostri potenziali consumatori

Avendo attivato in questi anni uno tra i più ampi progetti retail in Italia, con la conquista di oltre 1.500 vetrine dei top saloni dedicate a Ghd ed ai nostri prodotti, che ha contribuito al definitivo cambiamento del modello iniziale BtB a un modello totalmente *Consumer Centric sell-out driven*. Si tratta di una connessione che verrà esaltata anche con il lancio di una nuova iniziativa, *Free Your Style*, ovvero il nuovo progetto integrato Digital-saloni professionali che Ghd lancerà a inizio settembre, finalizzato a offrire un servizio di piega e styling Ghd esclusivo e gratuito a tutte le potenziali consumatrici, che potranno prenotare online presso i migliori saloni della Penisola. Un progetto nel quale crediamo molto e che risponde all'esigenza delle consumatrici oggi di avere esperienze più intense e di contenuto con i propri brand preferiti.

Tornando al prodotto. È d'accordo con chi sostiene che avere un buon prodotto sia la conditio sine qua non per avviare un business, ma che a fare la differenza nella competizione sia soprattutto il resto?

A fare la differenza è cosa si è capaci di raccontare del proprio prodotto, e come lo si fa. Certo, se poi si parte da un brand top di mercato – come il nostro – è meglio... Diciamo sempre che la nostra strategia di marketing si fonda sulle due E di experience ed engagement, ovvero sull'esperienza che noi siamo capaci di far sperimentare alla nostra clientela grazie al mondo che abbiamo costruito intorno ai nostri prodotti e sulla nostra attitudine a continuare a seguirla anche dopo che ha effettuato l'acquisto, visto che chi ha provato i nostri prodotti è il nostro migliore testimonial delle qualità che sono in grado di offrire. Generiamo migliaia di contenuti originali con tutorial, step by step, video ed esperienze per offrire alle nostre consumatrici, ogni giorno, qualcosa di interessante e coinvolgente che le possa appassionare.

La pandemia ha acuito la voglia di benessere nelle persone, di prendersi cura di se stesse. Non è un caso che estetisti e parrucchieri siano stati considerati di fatto dei servizi essenziali per la popolazione. Come è cambiato e sta cambiando il rapporto delle italiane con il proprio aspetto?

Nei fatti, questo fenomeno è iniziato a livello europeo da almeno quattro anni: sempre più donne hanno migliorato il loro rapporto con l'hairstyling, c'è voglia di stare bene con se stesse, e i capelli sono un elemento centrale del proprio aspetto. Il fatto poi di potervi ricorrere con maggiore assiduità e facilità, e con ottimi risultati, anche a casa propria ha incentivato questa tendenza. Che poi le italia- ➔

Strettamente personale

Come trascorre il suo tempo libero?

Di tempo libero, purtroppo, non ne ho tantissimo, e cerco di dedicarlo tutto alle mie due splendide figlie.

Riformulo la domanda: cosa fa per staccare dal lavoro nel poco tempo libero che le rimane?

In inverno mi piace divertirmi in montagna andando a sciare ogni volta che posso e d'estate esiste solo il mare, in barca o in qualche isola meno frequentata, per un vero relax rigenerante! E poi sono un appassionato di moto da corsa e su strada. Ho modelli per entrambi gli usi.

Ci viaggia pure?

Sì, mi piace viaggiare, ogni volta che riesco.

Le piacciono i motori...

E non solo quelli su strada: sto prendendo la patente nautica, per riuscire a vivere ancora più intensamente la bellezza del mare e probabilmente inizierò a prendere lezioni per il brevetto di pilota per piccoli aerei. Diciamo che ho una passione per gli spazi molto ampi...

Qual è stato il viaggio che le è rimasto più impresso in assoluto?

Quello in Perù, sul Machu Picchu: impossibile dimenticare la magia di quello che si prova su quella vetta.



ne di fatto tengano più di altre donne europee ad apparire al meglio – e non è solo una questione di mera apparenza – è un dato di fatto.

È un po' quanto accade con la moda: il made in Italy ci rende tra le più fashion d'Europa.

È una sensibilità, credo, innata. Ma anche i risultati di mercato di Ghd lo dimostrano. C'è da dire, per concludere, che certamente la pandemia – e tutto quel che ne consegue – ha accelerato ed evidenziato quella che era una dinamica già in essere.

E per quanto riguarda il settore professionale, può dirsi definitivamente fuori dagli effetti degli ultimi due anni o sta scontando ancora degli strascichi?

Gli strascichi ci sono e sono evidenti. Si registra ancora almeno un 20% in meno di scontrini alla cassa dei saloni. Ma è difficile capire quanta parte sia imputabile alla flessione dei consumi dovuta alla contingenza economica e quanto al fatto che, a fronte di una clientela che durante questi ultimi due anni ha digitalizzato le sue competenze e incrementato l'accesso ai servizi online, i saloni non siano stati ancora in grado di adeguarsi a questi cambiamenti. Sono pochissimi quelli che hanno attivato, per esempio, un servizio base come la prenotazione online, eppure occorre creare connessioni e servizi sempre più evoluti affinché il salone sia in grado di fare fronte a una gamma di offerte sempre più articolate e differenziate. Dobbiamo, tutti noi del settore, guardare sempre al nostro business con gli occhi dei nostri potenziali consumatori, anche se a volte questo ci

pone davanti a scelte non così banali da fare e a rimettere in discussione certezze costruite nel tempo.

Lei è un ingegnere meccanico con una laurea in Business Administration, e studi al Mit e alla Columbia Business School, quanto è preoccupato per quanto sta accadendo alla nostra economia per le ricadute della guerra...

Siamo entrati in una nuova fase di criticità macroeconomica, questa volta più strutturale rispetto alla crisi iniziale della pandemia e per questo ancora più difficile. In situazioni analoghe la risposta tattica che molti brand tenderanno a dare sarà un aumento di promozioni e sconti, per fronteggiare la minore capacità di spesa effettiva delle persone. Reazione sbagliata, a mio parere: la risposta che cercheremo di dare sarà al contrario un aumento del valore reale offerto al cliente, migliorando ulteriormente qualità e servizio. Solo così possiamo pensare di uscire da questa nuova crisi ancora più forti. **L**

BUGATTI® INDIVIDUAL

Gli oggetti che scegliamo raccontano qualcosa di noi, della nostra persona e della nostra storia. Alta qualità e lusso sono la sintesi della serie Individual: un'emozione tutta Italiana.



UNEXPECTED EVERYDAY

RADIO UFFICIALE



Discovery MEDIA



BAKE OFF ITALIA

dolci in forno

NUOVA STAGIONE
OGNI VENERDÌ ALLE 21.20

Real Time

Guardalo ora su
 **discovery+**

Scopri di più su discoveryplus.com

BUSINESS IS BUSINESS

PERSONE FATTI & AFFARI DAL MONDO



© istock

Che affare l'Economia della Bellezza

Pesano per oltre il 24% del Pil, dimostrandosi più resilienti rispetto a quelle di altri settori, e si aprono al concetto di responsabilità sociale. Sono le aziende dell'Economia della Bellezza, analizzate dal Market Watch di Banca Ifis giunto alla seconda edizione. Elemento di grande novità di quest'anno è il concetto stesso di Economia della Bellezza, che diventa la convergenza di due anime della nostra economia: imprese della bellezza made in Italy e imprese *purpose-driven*, ovvero oltre 46 mila aziende guidate da un approccio orientato allo scopo, che producono 650 miliardi di euro l'anno. Le aziende *purpose-driven* rappresentano 11 settori produttivi, a dimostrazione che la scelta di avere un impatto positivo su comunità e territori prescinde dalla tipologia di business e dai mercati di riferimento. Una scelta che fa bene anche al mercato: nel biennio della pandemia il calo dei ricavi per queste realtà è stato in media dello 0,7% contro il 4,6% delle altre imprese fuori perimetro.



**Si accettano
miracoli**



C'è un'enorme incognita lavoro che nessuno, nel nostro Paese, pare voler tentare di risolvere. Tra quello che non c'è e quello che nessuno vuole, quello che viene pagato poco e quello sommerso, per non parlare di quello che nessuno cerca. Facciamo il punto della situazione

di Stefania Zolotti

Se bastassero i miracoli, forse sarebbe più facile trovare lavoro. Che poi il vero problema del nostro mercato non è solo trovare un lavoro, ma farselo pagare come si dovrebbe. A grandi linee potremmo dire che è saltato da tempo il patto di fedeltà tra domanda e offerta, è saltato il buon senso, forse semplicemente è saltato l'interesse a dirci che Italia vogliamo essere da qui ai prossimi 20 o 30 anni che solitamente è il margine minimo di vantaggio sul futuro.

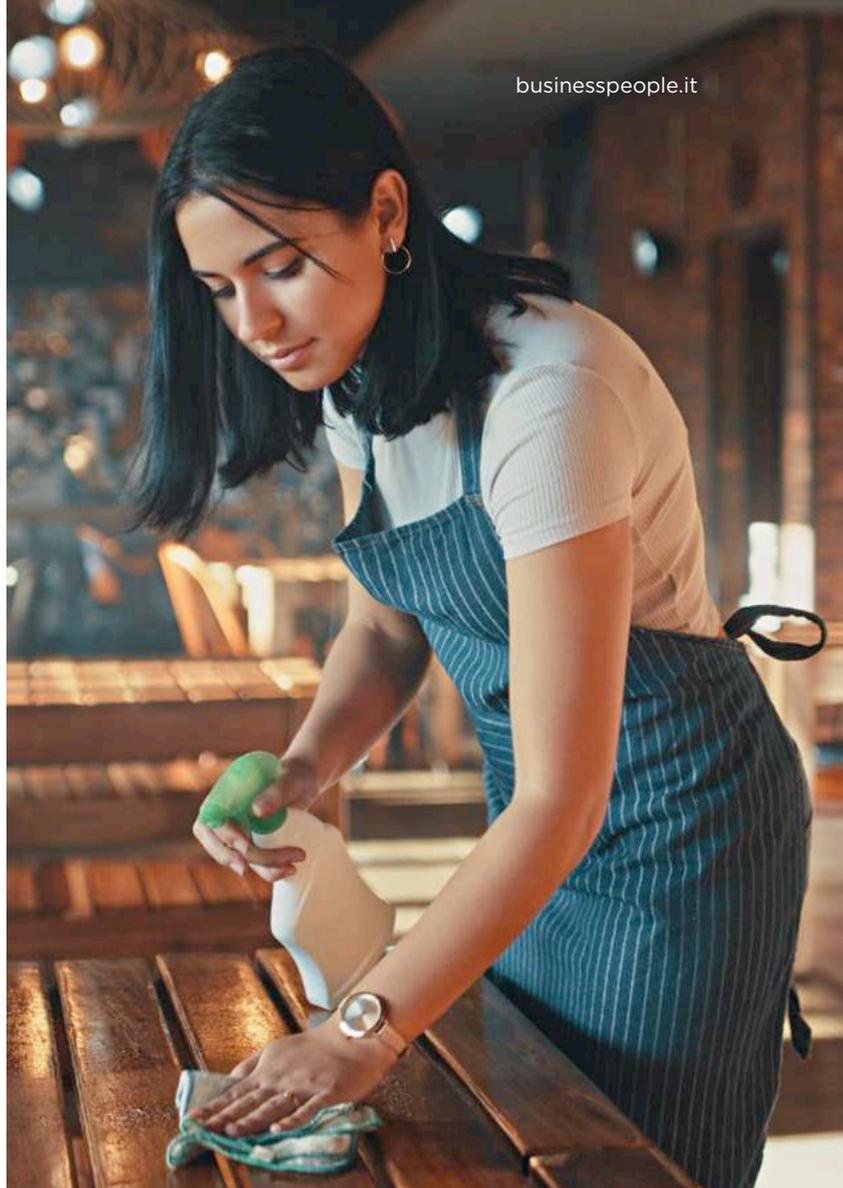
Uno dei parametri più evidenti che confermano la disabitudine italiana a costruirsi un domani è la precarizzazione del lavoro e la scarsa attitudine a stabilizzare i rapporti: quando, in uscita dalla pandemia, sentiamo dire trionfalmente che la disoccupazione è scesa, sarebbe utile non fidarsi a prima vista del dato in quanto tale, perché ogni numero va inquadrato in un contesto più organico.

Soprattutto, la domanda da porsi sarebbe: con quali tipologie di contratto è aumentato il numero degli occupati? Stabilizzare dovrebbe essere la priorità delle imprese per quanto su di loro pesi ancora troppo il costo del lavoro; al tempo stesso questo non può giustificare lo scaricabarile delle disgrazie dall'alto al basso verso la debacle collettiva dei più deboli.

Precariato: lo spettro che immobilizza i giovani e l'Italia

L'Inps pubblica periodicamente il suo Osservatorio sul precariato: i dati del primo trimestre 2022 parlano chiaro sulla dinamica dei flussi con oltre un milione e 800 mila assunzioni, il 43% in più rispetto allo stesso periodo del 2021. Sono dati riferiti al lavoro privato rispetto alla maggior parte delle tipologie contrattuali: assunzioni stagionali +113%, intermittenti +85%, contratti a tempo indeterminato 44% e in apprendistato +43%, contratti a tempo determinato +35% e di somministrazione +29%. Altro dato da tenere a bada è quello del lavoro occasionale, anche esso col segno più davanti: un 25% in più rispetto allo stesso periodo 2021.

Fin qui tutto bene, ma chiunque può capire che simili dati, senz'altro incoraggianti, di fatto sono i figli diretti del post pandemia e della spinta alla ripresa; andrebbe anche gridato che le politiche elastiche applicate dal Governo sull'applicazione dei contratti a tempo determinato, liberando gli argini dell'obbligo della causale, ha portato quel tipo di contratti di lavoro oltre il 70% dell'utilizzo, finendo per "drogare" lo stato di salute. Il guaio è che la politica e i media italiani si



L'OSSERVATORIO DEL
PRECARIATO DELL'INPS

fermano al numero e si disinteressano alla visione d'insieme, che invece marca fortemente le dinamiche del lavoro se lo si guarda con la voglia di capirlo e migliorarlo: ogni quadro merita uno sguardo di premura da lontano e uno sguardo di conferma o di smentita da vicino.

Occasionale, stagionale e determinato sono gli aggettivi a cui ci ha impermeabilizzati il mondo del lavoro che sta mostrando il suo lato peggiore soprattutto agli estremi della catena del valore, cioè i giovani in cerca di un primo e serio lavoro e gli over 50 in uscita forzata dal mercato senza grandi possibilità di rientro. La frattura è diventa-

<p>1.865.281</p> <p>Le nuove assunzioni nel settore privato nel primo trimestre 2022</p>	<p>+43%</p> <p>L'incremento dei nuovi contratti rispetto al primo trimestre 2021</p>	<p>+113%</p> <p>L'aumento dei contratti stagionali rispetto all'anno precedente</p>	<p>+44%</p> <p>Le assunzioni a tempo indeterminato nei primi tre mesi del 2022</p>	<p>13.787</p> <p>La consistenza dei lavoratori impiegati con Contratti di prestazione occasionale a marzo (Cpo)</p>	<p>+25%</p> <p>La crescita dei lavoratori con Cpo rispetto a marzo 2021</p>
---	---	--	---	--	--



ta voragine, in Italia, tra chi ha un contratto a tempo indeterminato e tutto sommato gode di forti tutele e chi galleggia su contratti a termine, salari da fame, tutele sociali sotto il minimo livello, spesso algoritmi al posto di un datore di lavoro se parliamo di tutto il mondo del gigacapitalismo che sta trasformando pezzi di vita e di società. Volendo affondare con ancor maggiore coraggio dentro i numeri dei contratti a tempo determinato per vedere quanto incidono sulle differenti fasce d'età, una buona fonte resta Eurostat, l'Ufficio statistico dell'Unione Europea. L'applicazione massima si ha nella fascia tra i 15 e i 39 anni, con un 53,8% di assunti con quel contratto; scorporando ancora meglio il dato, il 17,3% di quei giovani italiani ha un contratto a tempo determinato di durata inferiore ai tre mesi, il 26,3% inferiore ai sei. Prendendo come parametro la Germania, nostro concorrente se immaginiamo due Paesi Ue a forte vocazione industriale, nello stesso periodo quei valori crollano per loro rispettivamente al 2,7% e al 9,8%.

Seguono ex aequo, intorno al 51%, i giovani tra i 15 e i 24 e tra i 25 e i 34 anni. Cala infine al 25% il numero di contratti a tempo determinato per i lavoratori tra 35 e 44 anni e precipita al 12% tra i 50 e i 64.



Tra le diverse tipologie di contratti, quelli stagionali per agricoltura e turismo hanno fatto registrare l'incremento più rilevante

Meriterebbe a parte il discorso "tirocinio", che tutto è meno che un rapporto di lavoro ma di cui da anni si registra un utilizzo poco serio, eccessivo, scorretto, a mistificare il più regolare e strutturato "apprendistato". A ogni modo l'Italia è ultima in Europa per occupazione giovanile e tristemente prima per NEET, cioè giovani tra i 20 e i 34 anni che non studiano, non lavorano, non sono inseriti in alcun percorso di formazione o di ricerca.

È invece l'Inps a fotografare la consistenza dei lavoratori impiegati con quelli che in gergo chiamiamo "lavori occasionali", ma che i tecnici inquadrano come CPO (Contratti di Prestazione Occasionale). Il 2022 è iniziato con oltre 13 mila unità, segnando un +25% rispetto a marzo del 2021. Importo medio mensile lordo? 241 euro, che come ogni dato medio nasconde gli estremi nel bene e nel male e, soprattutto, non rende giustizia alle differenze (genere, età, settore, geografia) ma tant'è.

Italia sovraistruita

Anche qui la pandemia ci ha messo del suo: se sei donna, istruita e pure giovane, il danno sul lavoro è serio. Partiamo però dal pa- →



120 mila Nuovi occupati nel primo trimestre 2022 rispetto all'ultimo trimestre 2021	670 mila La crescita degli occupati da aprile 2021 allo stesso mese del 2022	3,15 mln Gli occupati con contratto a termine, il valore più alto dal 1977	59,9% Il tasso d'occupazione record raggiunto a marzo 2022	8,4% È invece l'attuale tasso di disoccupazione	34,6% È, infine, il tasso di inattività, che si attesta su livelli pre-pandemici
---	--	--	--	---	--

radosso: a confronto con gli altri Paesi Ocse, l'Italia ha un livello di istruzione sopra la media, ma anche un mismatch che cresce con forza mentre cresce il mercato; se parliamo di imprese, i settori più in crisi di forza lavoro sono quelli dei sistemi informativi (mismatch sopra il 55%) e quello della ricerca-progettazione e sviluppo (mismatch al 48%). La sovraistruzione altro non è che un livello di formazione e di conoscenza superiore a quello richiesto dalla mansione o dal ruolo e l'Italia ha il suo peccato originale tra i laureati, dove il numero di lavoratori appunto al di sopra del necessario sfiora quasi il 40%: le imprese italiane medio-grandi sono il recinto dentro cui il fenomeno dà il meglio del suo paradosso.

Perché è utile offrire questo spaccato? Perché ritaglia alla perfezione un ulteriore effetto collaterale del nostro mercato del lavoro alla deriva: alla precarietà si somma la frustrazione. Davanti alla stagnazione dell'ingresso sul mercato e alle troppe variabili di instabilità, il bisogno di aggrapparsi a un lavoro che dia continuità fa scattare l'altrettanto bisogno di accontentarsi di un lavoro seppur al di sotto delle proprie aspettative, qualità, competenze, prospettive di crescita.

E poi: se da un lato le imprese medio-grandi concentrano il maggior numero di sovraistrutti, immaginando il futuro di quei sovraistrutti i trend confermano che più sono giovani (e donne) più vanno incontro alla disoccupazione, più sono anziani più vanno incontro a un quasi sicuro cambio di lavoro, ma con tutte le incognite dell'età che si portano appresso.

Torniamo alla disoccupazione e alle sue tante facce che non vengono mai raccontate. Le donne meritano un capitolo a parte perché purtroppo il mercato italiano le penalizza a ogni livello: di genere, anagrafico, settoriale, geografico. Al salario ci pensiamo tra un po'. Il loro identikit professionale somma tutte le variabili sfavorevoli, toccando anche quote di contratti a tempo determinato più alte rispetto agli uomini anche dentro imprese medio-grandi.

Infine, l'inerzia mista a competenza. Se quello che proviamo a dire a numeri e dati già si avvicina allo stato di salute precario del nostro mercato del lavoro, farlo con parole decise permette di raccontare le cose per quello che sono e non per come vorremmo che fossero: la

Siamo un Paese che premia il lavoro meno qualificato

routine delle attività richieste ai laureati impoverisce prima loro stessi e poi il Paese intero e il fatto di essere sovraistrutti aggrava il tutto. Siamo diventati un'Italia che premia il lavoro meno qualificato e a basso valore aggiunto: certe imprese e la politica si riempiono la bocca con l'urgenza delle competenze ma poi le mettono da parte, le umiliano, le sfibrano, non le pagano. Essere un Paese produttivo, serio, stabile e competente richiede una volontà che stenta ancora a farsi notare.

Quella del reddito di cittadinanza è solo una scusa

Il 2022, dicevamo, è iniziato cavandosela bene a numeri, ma meno ad analisi. È vero che i dati Istat riferiti al primo trimestre mettono il segno più davanti a 120 mila persone che si sono occupate rispetto all'ultimo trimestre 2021, ma il mercato del lavoro va visto da ogni lato. Dal loro ufficio stampa commentano così la situazione: «Dopo due mesi di forte crescita, ad aprile 2022 il numero di occupati mostra una lieve flessione, restando comunque superiore ai 23 milioni. Nel confronto annuale con aprile 2021, la crescita del numero di occupati è pari a 670 mila unità: in oltre la metà dei casi si tratta di dipendenti a termine, la cui stima supera i 3 milioni 150 mila, il valore più alto dal 1977. Il tasso di occupazione rimane al 59,9%, il cui valore record è stato registrato a marzo 2022, e quello di disoccupazione si attesta all'8,4%; il tasso di inattività, che sale al 34,6%, resta invece sui livelli prepandemici». Erano 11 anni che la disoccupazione non scendeva sotto il 9% ma, bene ripeterlo ancora una volta, la complessità della questione ha bisogno di più voci.

La scusa del Reddito di cittadinanza fa comodo alla categoria di imprenditori incapaci di cercare il personale seguendo le giuste vie di selezione e, ancor più spesso, incapaci di pagarli dal giusto in su. I settori più vicini al turismo denunciano la carenza più grave di personale, ma basta indagare il fenomeno per capire che il lavoro è stato degradato a post di analisi sui social, titoloni allarmistici di giornale e opinioni personali più che ad analisi ben fatte. I soli settori dell'alberghiero e della ristorazione hanno visto esplodere già nei primi due trimestri del 2022 il lavoro intermittente, a chiamata, quello poverissimo a circa 85 euro settimanali per meno di otto ore dichiarate, fin quasi il 180% in più rispetto allo stesso periodo 2021, che era ancora in scacco alla pandemia (dati Inps). Nessuno lo chiama per nome: lavoro sottopagato quando dichiarato e lavoro nero per il fuori busta ad arrotondare il misero salario. Ma dare la colpa al Reddito di cittadinanza fa risparmiare in ogni senso: dalle energie alle casse di chi offre quel lavoro. **■**

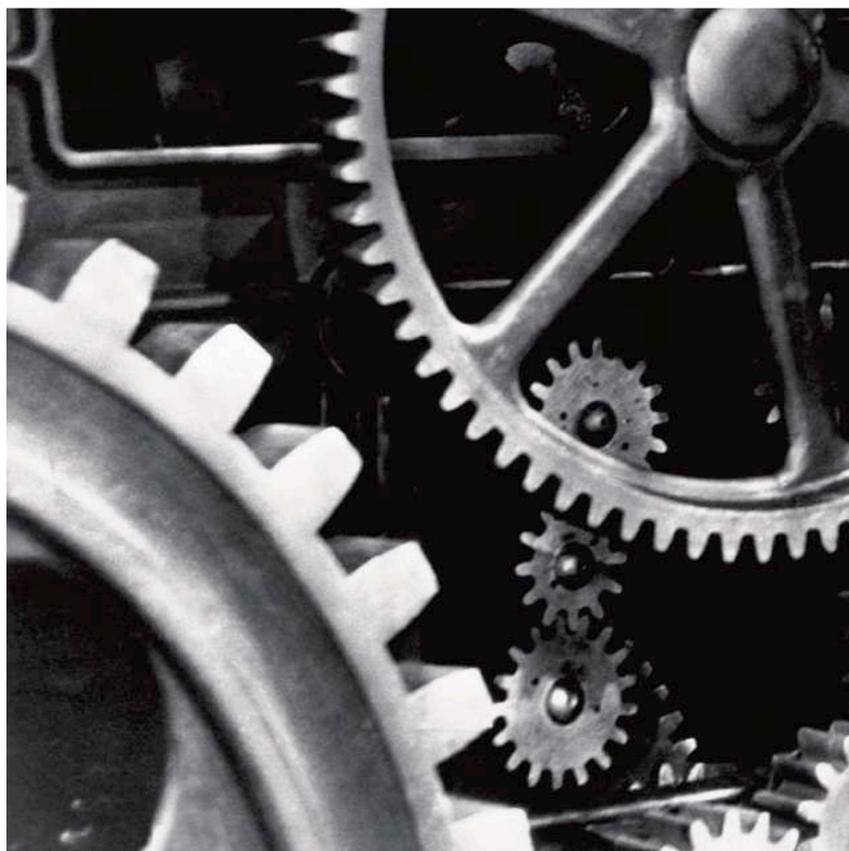
Charlie Chaplin nei panni di un operaio in una celebre scena del film *Tempi Moderni* del 1936, da lui scritto, diretto e interpretato



Si fa presto a dire prodotti

È inutile parlare di smart working, Pil, redditività delle imprese, e quindi del lavoro, se la performance italiana è da tempo decisamente più lenta di quella degli altri Paesi occidentali. Ecco cosa ci manca e come si potrebbe rimediare

di Stefania Zolotti





C'è

C'è poco da semplificare quando si parla di produttività: dire “valore aggiunto per ora lavorata” resta pur sempre l'immagine più nitida, perché mette a fuoco i due fattori chiave che danno sostanza al concetto. L'Istat, che la misura con cura, ha da poco rilasciato i dati del 2020 – misurati anche nel lungo arco temporale che va dal 1995 – tenendo a chiarire che il dato è utile anche ai fini di una valutazione della performance economica del Paese Italia rispetto ai contesti internazionali.

Chi ne riduce al massimo il significato descrive la produttività come il più importante fattore di crescita, che resta comunque un modo semplicistico rispetto alle tante valenze e ai tanti contesti con cui la parola deve fare i conti nel mondo delle imprese. Qualche spartiacque va messo per forza. Intanto, almeno per fissare il primo, bisogna capirci se parliamo di imprese o di servizi, perché già questo regala uno sguardo diverso sulla produttività non solo nelle premesse ma soprattutto nei risultati: è vero, infatti, che nel decennio precedente all'attuale (2012-2019) i settori industriali hanno segnato uno stacco in avanti secondo i dati Ocse (gli Stati Uniti su tutti, seguiti in Europa da Regno Unito, Germania e Francia e con l'Italia smarcata di parecchie lunghezze). Percorso totalmente inverso, però, è stato registrato per il settore dei servizi, dove gli economisti sono unanimi nell'attribuire le ragioni del ristagno alla eccessiva regolamentazione e burocratizzazione, almeno per quello che riguarda il ritardo italiano.

Dietro i numeri c'è sempre molto altro ma raramente politica e informazione ne danno conto: capire come si calcola la produttività del lavoro aiuta a farsi idee più chiare. Le misure di produttività sono calcolate partendo dai dati di contabilità nazionale, che vengono disaggregati per tipo di attività economica. Ci sono ovviamente degli esclusi nel totale: su tutti, le attività di locazione di beni immobili, le attività del personale domestico e le attività economiche derivanti dalle amministrazioni pubbliche e dalle organizzazioni internazionali. Questo chiarimento sul lordo e sul netto andava fatto, per quanto la produttività legata al “pubblico” meriterebbe lunghe e meditate riflessioni. Ecco che i dati Istat tirano pertanto le somme del 2020 calcolandole su settori che coprono circa il 71% del valore aggiunto complessivo in Italia e con un 83% del totale delle ore lavorate. La fotografia generale è esaustiva, andiamo nel dettaglio.



A dicembre 2021 l'Istat ha fatto i conti sull'anno precedente, quindi in piena fase pandemica: «La dinamica positiva della produttività segue un lungo periodo di crescita molto lenta con un +0,5% di media negli anni che vanno dal 2014 al 2020. Tra il 2009 e il 2014 la produttività del lavoro era cresciuta, in media, dello 0,9%. Nel periodo più recente (2014-2020) la dinamica negativa delle ore lavorate e del valore aggiunto è stata accompagnata da una dinamica positiva dell'input di capitale: la diminuzione media delle ore lavorate (-1,3%) è cioè risultata maggiore di quella media del valore aggiunto (-0,8%) con un effetto crescita della produttività del lavoro appunto pari a un +0,5%».

Ma la produttività non è solo quella del lavoro, c'è anche quella del capitale: l'altra faccia della luna misura, cioè, il grado di efficienza degli investimenti immessi nel settore produttivo. Fino a un paio di



decenni fa l'occhio delle imprese cadeva quasi esclusivamente sulle voci Ricerca e Sviluppo, ora sono invece diventati gli investimenti in ICT (tecnologie dell'informazione e della comunicazione), tanto quanto quelli da destinare alla produzione di brevetti e proprietà intellettuale, i marcatori a cui dare peso. Fatta la premessa, il dato Istat 2020 dice che il calo della produttività di capitale ha segnato un -1,1% sempre calcolato sull'asse temporale dal 2014, in linea perfetta con quanto già accadeva dal 1995 (sempre -1,1%): insomma una stagnazione a dir poco preoccupante che dura da quasi 30 anni.

Ecco l'Italia della produttività che ovviamente ha due vie di miglioramento a seconda che si voglia incidere sul fattore tempo (diminuire le ore lavorate) o sul fattore capitale (aumentare l'investimento); la terza via accontenta il cerchio e la botte intervenendo in modo equilibrato su entrambi. →

La chiave è la *technology infusion*

Intervista a **Silvio Cardinali**, docente di Marketing all'Università Politecnica delle Marche e Vice President della Academy of Global Business Research and Practice



Il tema della produttività pone sul tavolo questioni e riflessioni che sono meno note, soprattutto se viste dal lato delle competenze delle imprese...

Gli aspetti noti sono la centralità del set di conoscenze che vanno viste su un doppio binario per chi come me si occupa di formazione universitaria e cerca di indirizzare da un lato studenti *work ready* - cioè figure che non abbiano necessità di fasi di start up troppo onerose per l'ingresso in impresa - e dall'altro lo sviluppo, per chi è già nell'impresa, di quelle che vengono definite "capacità dinamiche", quelle che evolvono nel corso del tempo adattandosi a un contesto di profonda evoluzione.

La tecnologia è ormai sulla bocca di tutti quando si parla di sviluppo, ma cosa non si riesce a decodificare da fuori?

Va intesa come tecnologia

a supporto non solo della comunicazione, interna ed esterna ovviamente, ma anche dei processi non visibili nei rapporti coi collaboratori o con i consumatori. Sulla tecnologia c'è un fattore chiave strettamente legato alla produttività ed è il comprendere la differenza tra adozione, uso e infusion: intendo dire che il vero scarto come incremento di produttività lo fa non tanto l'aver in uso dentro l'impresa la tecnologia o l'utilizzarla, ma quella che viene ormai comunemente chiamata *technology infusion*. La tecnologia diventa strumento di produttività in tutte le sue declinazioni quando è strettamente connessa a quelli che sono i processi, proprio come fa il tè quando viene inserito in una tazza d'acqua calda e riesce a sprigionare tutti i suoi aromi. La metafora è calzante: la

produttività aumenta solo se la tecnologia riesce a infondersi nei processi.

Quali, al contrario, i temi a supporto della produttività meno noti per le imprese?

Sono soprattutto gli strumenti a supporto della tecnologia di comunicazione quelli a cui le imprese guardano meno, purtroppo, anche in un'ottica ormai urgente e intelligente di smart working. Sono gli strumenti che di fatto hanno supportato le imprese rivelatesi più competitive e produttive, strumenti che possono permetterci di attivare dei nuovi legami e che sono tipici delle relazioni organizzative interne di cui capiamo l'importanza solo quando cambiano i contesti e quando quei legami vanno ricostruiti. Mi riferisco allo stravolgimento della gestione del lavoro anche da remoto, dove le imprese di servizi sembrano rispondere meglio rispetto alle imprese industriali. L'altro filone sta, invece, sul piano della cultura organizzativa e di quanto possa essere ripensata e ricostruita: la prima riflessione senza la seconda, e viceversa, rallenteranno molte imprese che si ostinano a voler tornare a un prima.



Un confronto con l'Ue

Proprio perché l'Istat rimarca quanto la produttività decodifichi anche la via di un posizionamento internazionale, vale la pena leggere i dati di altri Paesi almeno in ambito Ue (fonte Eurostat 2021): siamo in coda ancora una volta quando si parla di lavoro in ogni sua espressione. Se il dato medio del resto dell'Europa a 27 Paesi è stato del +1,5%, chi ha visto salire la produttività in modo più significativo rispetto a noi sono state le solite Francia (1,2%) e Germania (1,3%). La Spagna, simile a noi, ha toccato appena un +0,4%.

Anche i settori produttivi offrono buoni spunti di analisi comparata. Le differenze più marcate si registrano nei comparti dei servizi di amministrazione e supporto alle imprese, nelle attività professionali tecniche e scientifiche e nei servizi di informazione e comunicazione: oltre la metà dei comparti del terziario ha visto una crescita media annua della produttività del lavoro nel ventennio pre-pandemico totalmente negativa per l'Italia e positiva per gli altri dell'Eurozona, con scarti tra l'1% e il 2%. Diverso il discorso per i comparti Alloggio e ristorazione – affaticati sia in Italia che all'estero. Ancora una volta i dati post pandemia tracciano chiaro lo stato di buona salute generale per il settore Finanziario e assicurativo, per quanto anche lì il livello di produttività del lavoro sia ancora in affanno rispetto al benchmark Ue.

Dire Europa assume sempre più un senso di astrazione se non facciamo ricadere a terra, e se non guardiamo negli occhi, i chilometri di distanza culturale del lavoro che ci separano ogni anno, e ogni decennio, da quei cugini come Francia e Germania a cui eravamo legati per rami di parentela diversi ma credibili. Siamo in ritardo su tutto, a quanto pare.

Riduzione dell'orario e smart working: quali effetti?

Nel mondo delle imprese, ma anche nel dibattito pubblico sempre asfittico, finisce che certi luoghi comuni indiscutibilmente basati su verità non vengano presi sul serio come meriterebbero. Pensiamo alla riduzione dell'orario di lavoro che, da un punto di vista pratico e concreto, di fatto non incide sull'aumento del numero di occupati, ma che una leva sull'aumento della produttività invece la esercita e come. Ma a che livello? A dire il vero sono tre i piani su cui agisce: il primo è fisiologico, il secondo motivazionale, il terzo organizzativo. È il terzo che merita una riga in più, gli altri due sono facilmente intuibili: meno si lavora, più l'impresa è costretta a rivedere in meglio la sua vita interna per fare in modo che non si sprechi nulla e che tutto vada nella direzione del risultato finale come vantaggio collettivo, che vuol dire sia aziendale che individuale. A chi ancora sostiene che bisognereb-

+0,5%

La crescita media della produttività italiana negli anni che vanno dal 2014 al 2020

+0,9%

L'incremento medio registrato negli anni precedenti, tra il 2009 e il 2014

-1,3%

Diminuzione media delle ore lavorate nel periodo 2014-2020

-0,8%

Riduzione media del valore aggiunto nello stesso periodo

-1,1%

Dato sul calo della produttività di capitale, sempre calcolato dal 2014



IL LIBRO
IN-DIPENDENTI

be tornare in fretta a rioccupare gli uffici, le sedi e le città come prima della pandemia – rinnegando le migliori potenzialità dello smart working – andrebbero ricordati questi tre aspetti: lavorare meno, lavorare meglio, lavorare ovunque. Non è un caso che i trend rilevati dai principali osservatori manageriali per il 2022 rispetto al 2021 testimonino già una sensibile variazione, in positivo, sulla reciproca fiducia tra manager e collaboratori da remoto: dopo due anni abbiamo accelerato processi inimmaginabili fino al 2019 e già è possibile misurarne i vantaggi, figuriamoci

Capire come si calcola la produttività aiuta a chiarirsi le idee

se mettessimo stabilmente la fiducia al centro delle organizzazioni aziendali e se, ma questa è solo una provocazione, finisse persino dentro i bilanci dei valori intangibili. Rimodulare gli orari e le sedi di lavoro in nome della fiducia (e anche della produttività) è il vangelo di questo decennio: chi non ne vede il vantaggio sociale ed economico rischia grosso.

Nel suo libro *In-dipendenti* (Rubbettino, 2020), Marco Bentivogli già in premessa spiegava l'urgenza di ripulire le imprese dalle non poche forme di dipendenza su cui si reggono da decenni: «Le organizzazioni e le imprese che creano dipendenze sono nocive, ingabbiano le energie migliori degli esseri umani. Per questo avere lavoratori in-dipendenti, responsabili e felici deve diventare un obiettivo generale». Per poi, sempre in quello stesso libro, riportare un aneddoto curioso legato a un amministratore delegato che, non potendo andare a un concerto in cui si sarebbe eseguita la celebre sinfonia *Incompiuta* di Schubert perché impegnato in un consiglio di amministrazione, decide di mandarci il giovane capo del personale. Il giorno dopo gli chiede se il concerto gli fosse piaciuto e il manager gli fa trovare una relazione sulla scrivania, dettagliatissima, qualche ora dopo.

Un aneddoto esilarante se si pensa che nella relazione gli faceva notare come ci fossero state pause troppo lunghe degli oboi, mentre gli altri strumenti suonavano senza interruzione, come i violini ripetessero la stessa nota per troppo tempo, come gli ottoni ricalcassero inutilmente le melodie degli archi. Per concludere che, se avessero seguito le sue indicazioni su esecuzione e produttività, quella celebre opera non sarebbe stata un'incompiuta.

La metafora coi lavoratori in azienda è fortissima e il rischio che si corre nel guardare soltanto al fattore tempo, invece che al fattore qualità misto a fiducia, è troppo alto.

C'è da augurarsi che nel 2022 continui ad aumentare la flessibilità, cioè orari di lavoro che si fanno variabili in funzione degli obiettivi. Che poi, sempre prendendo a parametro i dati Ocse, la controdeduzione più evidente è che le nazioni più ricche e produttive sono quelle in cui si vive lavorando meno ore. È tempo di prendere in mano con più coraggio la gestione delle imprese.

Ultimo aspetto e non è un segreto, anche se non arriva quasi mai alla luce dei dibattiti: la eccessiva dipendenza delle pmi dal finanziamento proveniente dal canale bancario. C'è da sbrigarci per fare in modo che giungano risorse aggiuntive da canali alternativi, cioè canali che investono in un'economia reale del Paese e non su un Paese fittizio, impalpabile, inesistente.

Il lavoro grida sostegno per le imprese, per i territori, per le infrastrutture. Soprattutto per le persone. **L**

SAVE THE DATE!

Se ogni numero
di ***BUSINESS PEOPLE***
è speciale, alcuni sono ancora
più speciali di altri.

Ecco perché
non perderli...

FOCUS



Novembre 2022
I TOP 10
MARKETERS
IN ITALIA

BUSINESS PEOPLE COLLECTION



Ottobre 2022
OSSERVATORIO
E-MOBILITY



Dicembre 2022
LA FORMA
DELLA (NUOVA)
BELLEZZA



Gennaio Febbraio 2023
100% BUSINESS
PEOPLE IN ITALY
2023

L'incontro che cambia... **il manager**

Una persona, ma anche un libro, un evento particolare, persino un insuccesso. Nella storia di ogni uomo (o donna) di business ci sono una figura o una circostanza che hanno fatto la differenza. Abbiamo raccolto la testimonianza di quattro Ceo italiani

di Andrea Nicoletti



© istock

U

Un viaggio, un libro, un incontro: a volte capita di incontrare una figura o vivere un'esperienza o una storia decisiva, capace di cambiare le carte in tavola e dare una svolta netta alla propria vita lavorativa. Non sempre, ma può succedere. Si tratta di eventi spesso fortuiti e imprevedibili, che però possono essere favoriti da un atteggiamento di apertura mentale, *serendipity* si direbbe in inglese, uno stato d'animo che ci mette nella condizione di scoprire o lasciarci trovare da qualcosa o da qualcuno mentre si sta cercando tutt'altro. E, quando succede, all'improvviso tutto cambia, scatta qualcosa di indefinibile, le cose prendono un aspetto inconsueto e nasce una consapevolezza nuova, capace di far da volano alla carriera, o se non altro di vedere la propria condizione da un altro punto di vista. Incontri ed esperienze illuminanti che, da soli, possono avere più valore di una laurea o un master. E che capitano una volta sola nella vita. Ecco quattro storie esemplari.



Roberto **BEZ**

Country Manager di **Micron Italia**

UNA TELEFONATA ALLUNGA LA... CARRIERA

C

Con una breve telefonata ci siamo lasciati, con una breve telefonata ci siamo ritrovati: vale sempre l'affermazione che per fare carriera ci vuole anche fortuna, ma se si guarda attentamente, ci sono decisioni proprie capaci di indirizzarla la fortuna. Qualche anno fa avevo deciso di lasciare Micron per fare un'esperienza in un'altra azienda di semiconduttori. Una scelta che dipendeva dalla determinazione a rimettermi in gioco in un altro ruolo, con tecnologie che non conoscevo. Certo, il "capo" americano di Micron non ne era contento. La telefonata con la quale gli comunicavo le dimissioni era stata breve, ma come sempre leale e di reciproca stima. Così eravamo rimasti in contatto, ritrovandoci in occasione della periodica cena annuale durante la sua visita in Italia e sentendoci qualche volta con pochi accenni al nuovo lavoro. Cinque anni

dopo, un'altra telefonata. Sempre breve e diretta. Questa volta per riunirci. Era arrivato il momento giusto di tornare in Micron, dopo l'esperienza all'esterno, completata ed esaurita, che mi aveva insegnato tanto, arricchito e reso più maturo per il ritorno. Fondamentalmente, però, avevo anche capito una cosa: sappiamo quello che cerchiamo e che ci manca, ma non sempre conosciamo quello che abbiamo già e che forse non riusciamo ad apprezzare appieno. Solo il ritorno mi ha permesso di considerare ancor di più Micron, i suoi valori, l'attenzione alle persone, la dedizione al continuo sviluppo tecnologico e le elevatissime competenze dei colleghi. Ho trovato un'azienda migliorata in generale e nello specifico in Italia, motivo per cui sono fiero di esserne il Country Manager. Micron per me è una grande azienda, dove ogni giorno posso portare il meglio di me professionalmente e personalmente. Ed è grazie anche alle decisioni prese davanti alle possibilità di aprirmi ad esperienze nuove, che mi si sono presentate in questi anni. Si può parlare di fortuna? Certo, ma da sola non basta.

Daniele CONTINI

Country Manager di **Just Eat Italia**

IL POTERE DELLE SLIDE

U

Una delle esperienze che ha segnato il mio percorso professionale è stato uno stage svolto presso un'agenzia pubblicitaria milanese. A quei tempi stavo ancora studiando e non sapevo nulla del mondo del lavoro. Al mio arrivo, sono stato catapultato in un ambiente completamente nuovo e ricco di stimoli, inserito in affiancamento all'interno del team creativo, dove ho potuto osservare l'ideazione e creazione di campagne pubblicitarie. I team lavoravano per parecchie ore a un'idea, cercando di darle forma, talvolta con ritmi di lavoro febbrili. La fase di ideazione era seguita da una fase di presentazione, che prevedeva la creazione di supporti grafici e multimediali che rendessero l'idea palpabile e visibile al cliente finale. Facendo pratica, ho imparato come disporre immagini e descrizioni in modo armonico ed efficace su una tavola. Spesso, si arrivava alla versione finale solo dopo una lunga serie di tentativi e si facevano le ore piccole. Questa esperienza mi ha insegnato il valore di un lavoro ben fatto, dove anche

i piccoli dettagli contano. Mi ha insegnato che un'idea senza una altrettanto buona *execution* non vale nulla e che l'idea è solo il primo 10% del lavoro: il restante 90% è completamento e perfezionamento.

Oggi il mio percorso professionale mi ha portato a seguire strade diverse, ma trovo tracce di questa mia prima esperienza nel modo in cui affronto progetti e lavori di gruppo. Ho avuto il privilegio di lavorare al fianco di persone appassionate e orientate alla qualità che per me sono stati esempi da seguire. E a questo proposito mi piace citare una frase di Charles Peguy tratta dal suo saggio sulla modernità e sulla società fondata sul denaro: «La gamba di una sedia doveva essere ben fatta.... Non occorre che fosse ben fatta per il salario, o in modo proporzionale al salario. Non doveva essere ben fatta per il padrone, né per gli intenditori, né per i clienti del padrone. Doveva essere ben fatta di per sé, in sé, nella sua stessa natura».



Enrico GALASSO

Amministratore delegato di **Peroni**

IL MIO CAPO VA CONTROCORRENTE

S

Sono tanti i momenti e le svolte decisive, ma ce n'è uno in particolare che è legato a uno dei miei primi capi. Nel 2004 ero in Ferrero e mi occupavo di business development nella divisione marketing, sotto la guida di Gino Lugli, che poi è diventato amministratore delegato di tutto il gruppo.

Lugli diceva spesso che la differenza fondamentale tra digitale e analogico è che il primo è binario, fatto di zero e uno, discreto, mentre il secondo è un continuum in evoluzione. E aggiungeva che esseri umani ed eventi sono analogici, non digitali, e vanno considerati secondo questa logica. Era un insegnamento profondo: ogni essere umano non solo è diverso dagli altri, ma lo è anche internamente, perché cambia nel tempo e ricopre

contemporaneamente diversi ruoli, di cui quello lavorativo è solo uno tra i tanti. Quindi per conoscere chi hai davanti bisogna approfondire.

Il manager, diceva il mio capo, è un decisore e non un semplice certificatore, è uno in grado di comprendere le sfumature dei fenomeni, e non solo la logica binaria, di sondare la profondità e le sofisticazioni, capace di bilanciare la rilevanza strategica di una decisione di lungo periodo con il ritorno tattico di una nel breve.

Esseri umani e fenomeni sono analogici, un insegnamento che ancora oggi ritengo valido, in un'epoca in cui il digitale pervade la vita lavorativa e quella di tutti i giorni. L'episodio continua a insegnarmi ad avere sempre dubbi, anche al punto di decidere di fermarmi per risolverli, e non ragionare come farebbe un computer, incapace di prendere una pausa di riflessione. Perché il rischio è che il digitale appiattisca i fenomeni e ne faccia perdere di vista lo spessore.





Gianmatteo **MANNGHI**

Ceo di **Cisco Italia**

UN VIAGGIO NEL FUTURO

D

Da tante persone ho imparato, prima mio padre, poi molti bravi colleghi e capi lungimiranti. Ma è stato un viaggio in particolare ad aver rivoluzionato la mia visione del lavoro e del futuro. Un viaggio negli Usa alla fine degli anni 90. Per capirne l'importanza, bisogna fare un passo indietro.

Dopo la laurea in Economia nel 1988, e con pochissime conoscenze informatiche, basti dire che il primo computer l'ho usato per scrivere la tesi, ho accettato la proposta di Digital Equipment, allora un grande gruppo informatico poi acquisito da Compaq/HP. Era il tempo dell'informatizzazione, con una rapida diffusione dei computer e dei software gestionali, in ogni settore, e ho pensato: «Sto entrando in un business a prova di futuro». In quattro anni di lavoro ho imparato moltissimo e dopo la liberalizzazione delle

telecomunicazioni in Italia, nel 1993 sono entrato in Ericsson per seguire il mercato emergente dei nuovi operatori telefonici. Ricordate Ericsson e i suoi telefonini? Bellissimi. Ma qualche anno dopo la società decise di proporsi come partner tecnologico delle aziende, per aiutarle a cogliere le opportunità del boom di internet. Per farlo servivano competenze e si decise di svilupparle in una joint venture. Il direttore generale mandò me, assieme a un collega, a fare scouting negli Stati Uniti.

Per molti mesi e durante numerosi viaggi negli Usa, vedemmo cose che sarebbero arrivate da noi solo dopo molti anni. Conclusi la missione trovando Proxicom, che nel 1999 firmò una joint venture con Ericsson Italia. E conobbi bene Cisco, che da start up era diventata un'azienda internazionale in forte crescita: era quella, ai miei occhi, la società che rendeva disponibile Internet a tutte le altre. Dopo tanti colloqui, e nonostante in molti mi sconsigliassero di lasciare un colosso affermato come Ericsson, il primo gennaio del 2000 sono entrato in Cisco. E con grande soddisfazione sono ancora qui.

TERRE (sempre più) RARE

Difficili da trovare ed estrarre, ma indispensabili in diversi settori produttivi. Ecco quali sono questi “magnifici 17” materiali e a cosa servono

di Marta Ottaviani

Parafrasando il titolo di un famoso film, potremmo parlare delle “magnifiche 17”. Le cosiddette terre rare, note in sede internazionale come REE (Rare Earth Metals) sono un gruppo di 17 elementi che fanno parte della famiglia dei metalli (per essere precisi, vengono ulteriormente divise in base al loro peso autonomo in terre rare leggere, terre rare medie e terre rare pesanti) e che saranno importantissimi per il nostro futuro, poiché fondamentali per il funzionamento di molti settori vitali, dall’automotive, all’economia dello spazio, dalla difesa all’elettro-

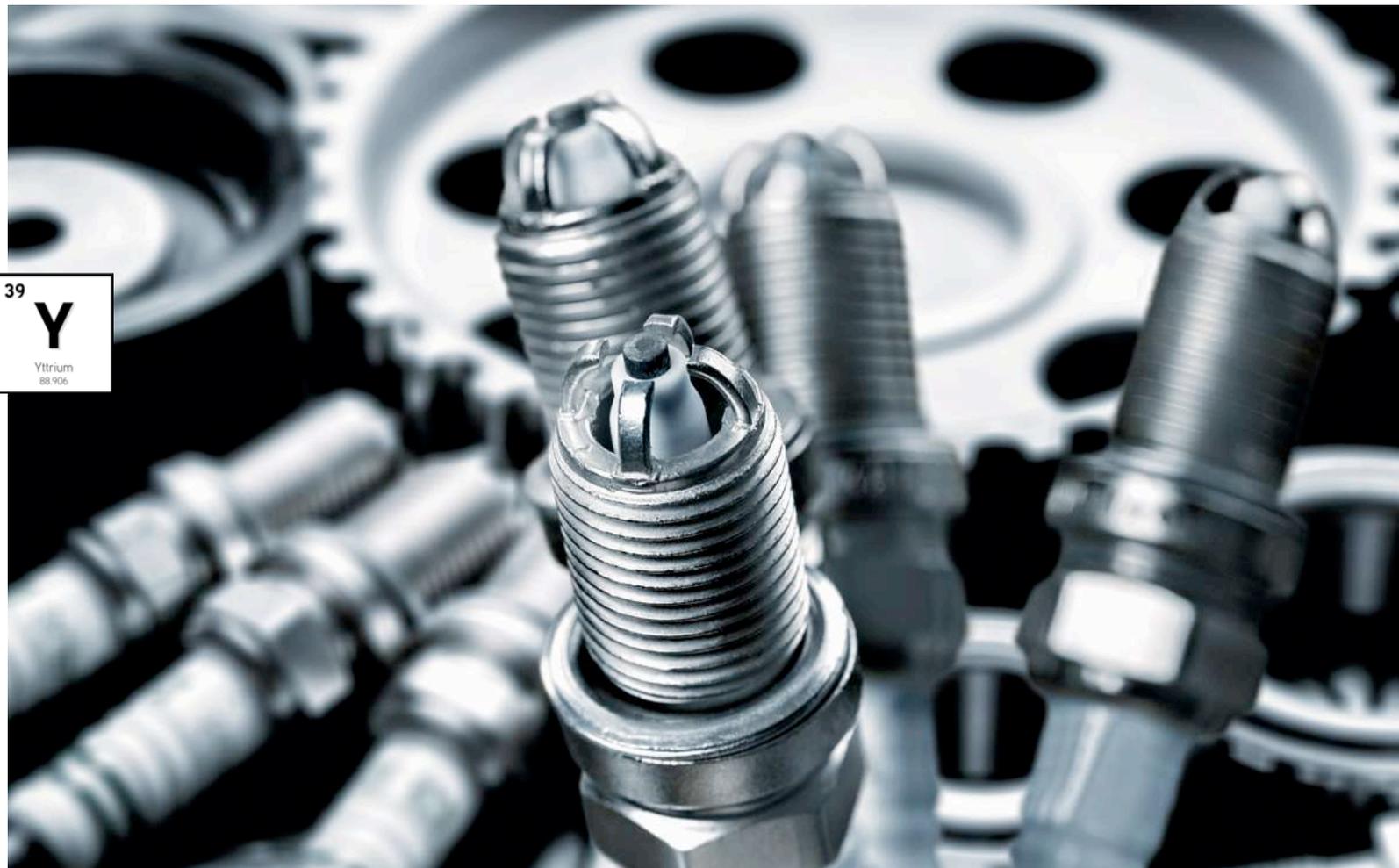
nica, fino alle energie rinnovabili e alla medicina. Occorre chiarire subito una cosa: l’aggettivo “rare” non significa che ve ne siano poche, ma è difficile identificare dove si trovino e, soprattutto, i processi di estrazione e lavorazione, spesso da altri metalli, sono particolarmente complessi e onerosi. In più, spesso questi materiali si trovano in aree del pianeta geopoliticamente difficili, il che potrebbe comprometterne ulteriormente l’approvvigionamento. Non a caso l’Europa le inserisce tra i *critical raw materials*, ossia quegli elementi indispensabili per i quali al momento dipende eccessivamente dall’importazione. Data la loro importanza, dunque, è meglio sapere qualche cosa in più su di loro e per orientarci conviene partire dalla tavola periodica degli elementi dove, nel terzo gruppo, troviamo Scandio, Ittrio e 15 lantanoidi, ossia una “famiglia” di elementi con il numero atomico, quindi i protoni complessivi contenuti nel nucleo, compreso fra 57 e 71 e caratteristiche di base comuni.

Scandio

Numero atomico 21, simbolo Sc, lo scandio è un metallo con proprietà simili a quelle dell'alluminio e dell'ittrio, che vedremo fra poco. Di colore argenteo e l'aspetto lucente, lo si trova in alcuni minerali della Scandinavia, da qui il nome. Fra i principali impieghi dello scandio, c'è quello nelle attrezzature sportive, dove, in coppia con l'alluminio, quasi una "anima gemella chimica" riesce a ritardare i processi di invecchiamento e degradazione di un materiale.

Ittrio

Numero atomico 39, simbolo Y, come lo scandio è caratterizzato da un colore argenteo vivo. La differenza sta nel fatto che l'esposizione diretta ai suoi composti, negli esseri umani può provocare malattie polmonari anche gravi. Anche questo metallo deve il suo nome all'Europa del Nord, essendo stato scoperto nel villaggio di Ytterby, in Scandinavia. L'ossido di Ittrio è un elemento particolarmente versatile. Viene utilizzato nel settore degli elettrodomestici, come il tubo catodico dei televisori, nelle candele di accensione dei motori a scoppio, ma anche nella produzione di laser infrarossi e in miscelazione con altri elementi.





Lantanio

Primo elemento della famiglia dei lantanoidi, numero atomico 57, simbolo La, è un metallo di color bianco-argento, estremamente tenero, così tanto che sarebbe possibile tagliarlo con un coltello. Viene estratto dalla cerite, dalla monazite e dalla lantanite. Si tratta di un metallo molto reattivo e duttile, per questo, nel suo caso, la gamma di applicazioni è particolarmente vasta. Lo troviamo nell'industria cinematografica, per quanto riguarda l'illuminazione. È usato per la produzione di catalizzatori, nell'industria ottica per produrre vetri speciali e nella realizzazione di acciai. La sua estrazione produce una quantità particolarmente alta di scorie.

Cerio

Numero atomico 58, simbolo Ce. Come il lantanio è un metallo molto duttile e dall'ossidazione piuttosto rapida se viene esposto all'aria. A differenza dell'elemento precedente, però, è facile da estrarre ed è in assoluto l'elemento più comune delle cosiddette terre rare. Il cerio viene utilizzato in lega con altri metalli, soprattutto acciaio, alluminio e ferro. I suoi impieghi principali sono nei televisori a schermo piatto, lampadine a bassa energia e dischi compatti magnetico-ottici, nella cromatura e nella lucidatura del vetro. Considerata la sua reperibilità e la sua facilità di estrazione, è lecito pensare che l'impiego di cerio diventerà sempre più diffuso.

Praseodimio

Numero atomico 59, simbolo Pr, deve il suo nome al colore dei suoi sali verdastri. Lo si trova soprattutto nella monazite e ha una gamma di applicazioni piuttosto limitata. Nei composti si utilizza per dare a vetro e ceramiche una sfumatura di verde chiaro. In lega con il magnesio viene utilizzato per la produzione di metalli ad alta resistenza usati per la costruzione di motori aeronautici.



EU SCIENCE HUB



Neodimio

Numero atomico 60, simbolo Nd. Dal colore giallo-argento brillante, il neodimio dopo il cerio è il metallo più abbondante fra le cosiddette terre rare e ha un utilizzo particolarmente importante. Viene, infatti, usato per la produzione di super magneti, che risultano molto più potenti nella capacità di attrazione di quelli a base di ferrite. Oltre alle calamite, i magneti al neodimio vengono utilizzati anche per la fabbricazione di hard disk, altoparlanti, auricolari e nell'industria medica.

Promezio

Numero atomico 61, simbolo Pm. Di colore bianco-argenteo, relativamente morbido, è difficile da trovare in natura ed è ricavabile soprattutto dalla fissione spontanea dell'uranio. Deve il suo nome a Prometeo, il titano greco che portò il fuoco agli umani, suscitando l'ira degli Dei. È uno di quegli elementi che potrebbe essere reperibile più facilmente nello spazio. Si tratta di un metallo tenero, che ha un ruolo particolarmente importante nella ricerca. Può essere usato in batterie nucleari per missili guidati, battistrada o come sorgente di luce per segnali. →



62
Sm
Samarium
150.4

Samario

Numero atomico 62, simbolo Sm. Lo si trova soprattutto in minerali come la monazite, la bastnasite e samarskite, è il quinto elemento più abbondante delle terre rare ed è disponibile in quantità molto più copiose di metalli “comuni” come, per esempio, lo stagno. Caratterizzato dal colore argento vivo, si tratta di un elemento usato soprattutto nel settore nucleare. L'ossido di samario è usato per produrre speciali vetri con assorbimento di infrarossi e i nuclei degli elettrodi delle lampade ad arco.

Europio

Numero Atomico 63, simbolo Eu. Rappresenta in assoluto l'elemento più reattivo delle terre rare. Come molti altri lantanoidi è contenuto nella la monazite e la bastnasite. L'europio ha applicazioni commerciali e industriali nel campo del drogaggio di alcuni materiali vetrosi per la realizzazione di laser e diventerà sempre più indispensabile nei dispositivi ottici ed elettrici. Si tratta dell'elemento fra le terre rare che maneggiamo senza saperlo con maggiore frequenza. L'europio viene infatti impiegato per la produzione di inchiostri antifalsari nelle banconote.

Gadolinio

Numero atomico 64, simbolo Gd. Si tratta di una delle terre rare più importanti per la nostra quotidianità. Dall'aspetto bianco-argenteo, è un materiale duttile e malleabile e si usa nei dispositivi a microonde, per produrre fosfori per televisori a colori e compact disk. Viene sfruttato anche come contrasto durante gli esami di risonanza magnetica: detto contrasto paramagnetico, perché favorisce una più netta distinzione tra vecchie lesioni e nuove lesioni attive, viene somministrato per via endovenosa ed eliminato dal corpo attraverso le urine.

Riciclare si può!

Rare, costose, la loro estrazione inquina l'ambiente e possono dare luogo anche a conflitti geopolitici. Tutti validi motivi per riciclarle. Con il passare degli anni, stanno nascendo nuove iniziative: Mint Innovation è una start-up neozelandese che ha sviluppato un processo tecnologico a basso costo per recuperare metalli preziosi dallo scarto dell'elettronica, uno dei settori, come si è visto, dove le terre rare sono usate con la maggiore frequenza. La procedura di recupero di questi materiali prevede l'utilizzo di microbi naturali e sostanze chimiche poco costose. Novità anche dagli Stati Uniti, dove sempre più aziende si stanno attrezzando per applicare dei protocolli virtuosi di *circular mining*. Primi passi anche nel Vecchio Continente, dove è nata a Cewaste. Una certificazione su base volontaria per la raccolta, il trasporto e il trattamento delle terre rare e dei rifiuti di apparecchiature elettriche ed elettroniche.



63
Eu
Europium
151.964



Terbio

Numero atomico 65, simbolo Tb. Anche questo metallo è caratterizzato da una estrema duttilità, tanto da poter essere tagliato con un coltello. Si tratta di un materiale particolarmente difficile da estrarre e costoso. Un tempo utilizzato per i tubi catodici dei televisori, oggi viene impiegato, ma sempre meno, nel campo della tecnologia laser.

Disprosio

Numero atomico 66, simbolo Dy. Il suo nome, in greco, significa “difficile da raggiungere” e questo può dare un’idea della complessità dell’operazione di estrazione. Anche per questo non è fra le terre rare considerate più strategiche, tanto che la Cina, che è il primo fornitore mondiale, sta rallentando la propria offerta. È utilizzato in varie leghe, in magneti speciali e con piombo legato come materiale di schermatura nei reattori nucleari.

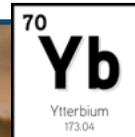
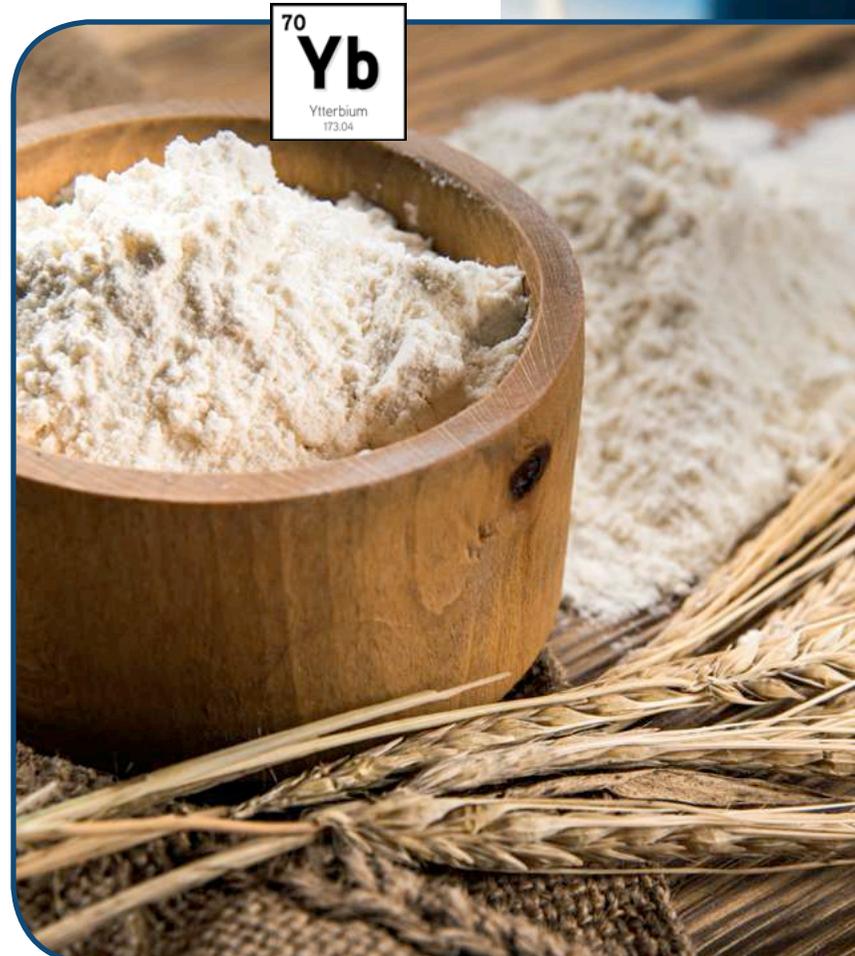
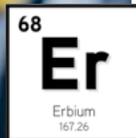
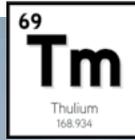
Olmio

Numero atomico 67, simbolo Ho. Dal colore argento vivo, si tratta di una terra rara particolarmente interessante per via delle sue enormi proprietà magnetiche. Questo gli consente di essere impiegato in settori diversi. Per la sua capacità di assorbire facilmente i neutroni prodotti dalla fissione nucleare, viene utilizzato per produrre le barre di controllo dei reattori. Altro utilizzo molto significativo è quello in campo medico. I laser a olmio possono eliminare senza bisogno di intervento chirurgico alcune patologie particolarmente insidiose, come adenomi o calcoli renali.

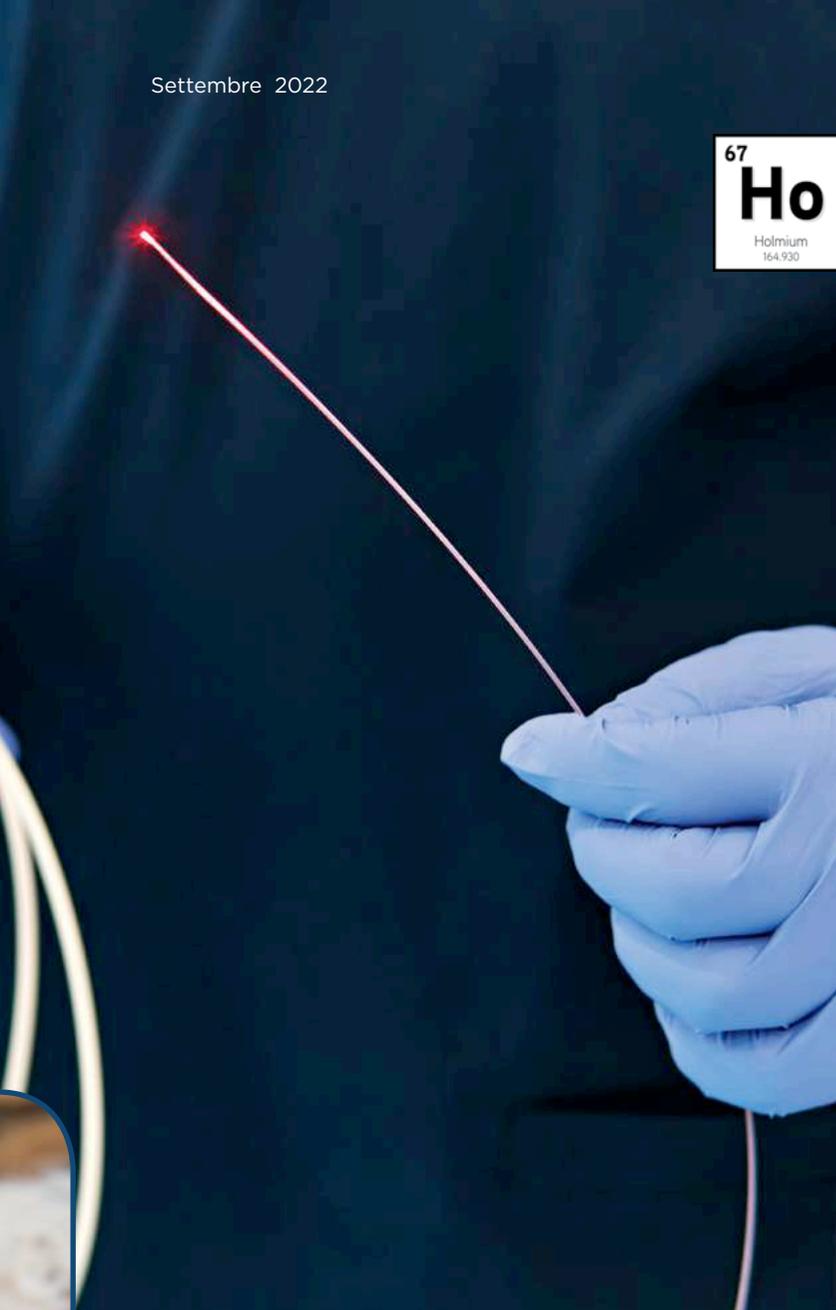
Erbio

Numero atomico 68, simbolo Er. Si tratta di una delle terre rare più facilmente reperibili e come molte sue “colleghe”, non si trova in natura come elemento libero, ma deve essere estratto da altri minerali. La sua principale proprietà è l’assorbimento della luce infrarossa. Questo lo rende particolarmente importante nell’industria ottica. Viene aggiunto al vetro degli occhiali di protezione e usato come filtro fotografico e per dopare fibre ottiche a intervalli regolari per amplificarne il segnale. →





67
Ho
Holmium
164,930



Tulio

Numero atomico 69, simbolo Tm. È la meno abbondante delle terre rare. Molto costoso è impiegato praticamente solo nella ricerca chimica. Deve il suo nome a Thule, la leggendaria terra che i Greci avevano collocato nel nord della regione atlantica.

Itterbio

Numero atomico 70, simbolo Yb. Dall'aspetto particolarmente lucente, come molte altre terre rare è un elemento facilmente malleabile, ma è particolarmente difficile separarlo da altri elementi con i quali si trova in natura. L'itterbio può essere utilizzato per la raffinazione del grano e per migliorare le proprietà meccaniche degli acciai inossidabili.

Lutezio

Numero atomico 71, simbolo Lu. L'ultima delle terre rare, deve il suo nome a Lutetia, che, in epoca romana, era l'antica denominazione di Parigi. Come l'itterbio è molto difficile da separare da altri elementi e vanta il primato di essere in assoluto il meno abbondante dei 92 elementi della tavola periodica. A causa del suo costo, ha pochi utilizzi commerciali. Viene usato soprattutto nell'industria petrolchimica.

7

Dominio cinese

Giovanni Brussato, tra i massimi esperti italiani, spiega perché Pechino controlla questo mercato



Qual è l'impatto ambientale dell'estrazione di queste terre?

All'origine del dominio cinese sul mercato delle terre rare c'è il fatto che è su questo territorio che si svolgevano i processi, estremamente tossici e pericolosi, necessari a estrarre il prodotto dal minerale e raffinarlo in forma utilizzabile. Il governo locale ha scientemente scelto di devastare gli ecosistemi di una parte del Paese per poter produrre a prezzi competitivi e mettere fuori mercato i potenziali concorrenti. Ricordiamo come a mettere in crisi Molycorp Minerals che coltivava lo storico deposito Mountain Pass in Nevada negli Usa fu anche la zavorra di costi ambientali che contribuirono a portarla fuori mercato prima, e al fallimento poi. Da tempo lo stesso presidente cinese Xi Jinping si è impegnato per chiudere le estrazioni di terre rare illegali e iniziare una bonifica dei siti inquinati: le stime parlano di costi per oltre 5 miliardi di dollari, ma soprattutto prevedono che ci vorranno dai 50 ai 100 anni prima che l'ambiente possa riprendersi completamente.

Abbiamo visto come le terre rare siano importanti per il nostro futuro. E, come tutte le cose preziose, possono dare luogo a conflitti o diventare motivi di influenza geopolitica. Giovanni Brussato, fra i massimi esperti di terre rare in Italia, ha spiegato a *Business People*, che futuro ci aspetta e come queste terre rare impattino sull'ambiente.

Ingegnere Brussato, quali sono le implicazioni dell'utilizzo di terre rare a livello geopolitico ed economico? Ce n'è abbastanza per tutti?

Oggi la catena del valore è completamente in mano a Pechino. Da tempo il Dragone sta coltivando la produzione di

risorse al di fuori dei suoi confini: un esempio in questo senso è il Myanmar, che fornisce oltre il 40% dei fabbisogni cinesi di terre rare. In questo modo la Cina persegue due obiettivi fondamentali: delocalizzare le problematiche ambientali e preservare le risorse nazionali. Pechino oggi controlla oltre il 90% della catena produttiva dei magneti permanenti, e ogni anno rilascia più brevetti di terre rare rispetto al resto del mondo messo insieme. Capacità estrattiva e proprietà intellettuale le permettono attualmente di avere il controllo sia dal lato della lavorazione dei materiali che sulle loro applicazioni.

Compagni di viaggio

È il tipo di rapporto che EDISON NEXT, nuova società del Gruppo Edison, mira a creare con i propri clienti, per i quali si propone come partner facilitatore nel percorso di transizione ecologica. Ce lo racconta il suo Ceo, GIOVANNI BRIANZA

di Cecilia Lulli

In un mondo che procede sempre più spedito verso un'economia che sia davvero sostenibile, un'azienda attiva nel settore energetico come Edison non poteva certo stare a guardare. Così nel maggio scorso è nata Edison Next, nuova società del Gruppo che ha come missione quella di accompagnare clienti e territori nel percorso della transizione ecologica e della decarbonizzazione. Per guidarla nel ruolo di Ceo è stato scelto Giovanni Brianza che spiega: «Il *business model* di Edison Next si fonda su tre elementi chiave: i nostri clienti, che sono la componente principale; i prodotti e servizi per l'ottimizzazione dei consumi e la decarbonizzazione in cui tecnologia e digitale giocano un ruolo decisivo; la *delivery*, ovvero le persone che lavorano sul territorio, nelle aziende, nelle scuole, negli ospedali e fanno funzionare i nostri impianti. Siamo presenti in Italia, Spagna e Polonia,

in oltre 65 siti industriali, 2.100 strutture pubbliche e private e 280 città, con oltre 3.500 persone».

Nel concreto, come lavorate?

Ci proponiamo come partner di lungo periodo, grazie a una piattaforma di servizi, tecnologie e competenze unica sul mercato, che comprende soluzioni come l'auto-produzione sostenibile, l'efficienza energetica, i green gas, la mobilità sostenibile, la rigenerazione urbana e le smart city, l'economia circolare e la consulenza energetica ed ambientale. Per garantire una transizione che sia sostenibile sotto tutti i punti di vista, anche quello sociale ed economico, agiamo su due fronti: da un lato riducendo i consumi e il contributo emissivo del tessuto industriale, delle aziende e delle pubbliche amministrazioni, dall'altro ne garantiamo la competitività sui mercati di riferimento.

Questo tipo di attività non era estra-

nea al gruppo in precedenza, perché creare una società dedicata proprio adesso?

Abbiamo deciso di lanciare sul mercato Edison Next in un momento importante. L'Europa ha dato un indirizzo di politica industriale che ha fatto sì che il mercato si muovesse: da qui al 2030, per raggiungere gli obiettivi di decarbonizzazione fissati dalla Comunità Europea, sono previsti circa 60 miliardi di euro di investimenti sul mercato Italia, con una crescita media annua del 20%. Il settore industriale rappresenta circa il 50% degli investimenti complessivi, mentre il restante 50% è suddiviso equamente tra terziario e pubblica amministrazione. La decarbonizzazione, quindi, è diventata un'esigenza di breve termine, soprattutto nel contesto dalla crisi energetica innescata dallo scenario geopolitico in atto. Per raggiungere questo obiettivo, aziende e pubbliche amministra- →

Giovanni Brianza, Ceo di Edison Next, si è laureato in Ingegneria meccanica al Politecnico di Milano e ha conseguito un MBA alla Scuola di Direzione aziendale dell'Università Bocconi. Dopo un inizio di carriera in Pirelli Pneumatici, è entrato in Edison nel 1999



zioni hanno bisogno di partner solidi che possano portare le competenze e la capacità di investimento necessarie per progettare e realizzare *roadmap* di soluzioni per la riduzione dei consumi e delle emissioni, ma anche per aiutarli a rimanere competitivi sui mercati di riferimento. Edison Next è pronta ad affiancare i propri clienti in questo percorso difficile ma necessario, con un piano che prevede 2 miliardi e mezzo di euro di investimenti da qui al 2030.

Cosa significa accompagnare le aziende nella transizione ecologica e nella decarbonizzazione?

La transizione energetica ha un costo, quindi accompagnare le aziende nel loro percorso significa aiutarle da una parte a ridurre emissioni e consumi, dall'altra a rimanere competitive sui propri mercati di riferimento. Per questo sviluppiamo percorsi che uniscono obiettivi di efficientamento energetico, di sostenibilità ambientale e di riduzione della *carbon footprint* e che, nello stesso tempo, tutelano risultato e performance, mantenendo competitive e sostenibili le scelte nel corso del tempo. Un esempio di come si articola un piano in cui la trasformazione energetica si intreccia con la trasformazione industriale è il caso Michelin Italia con cui stiamo lavorando nell'ambito dello stabilimento di Cuneo, il più grande sito produttivo in Europa occidentale del gruppo. L'intervento che stiamo progettando insieme a Michelin consentirà di coprire il 97% del fabbisogno energetico dello stabilimento grazie alla realizzazione di impianti per la produzione di energia a basso impatto ambientale e da fonti rinnovabili.

Per quella che è la vostra esperienza, le imprese italiane hanno compreso quanto sia fondamentale e urgente questo cambiamento?

Nel mondo industriale c'è un grande focus sul percorso di decarbonizzazione e una forte consapevolezza del fatto che sia ormai un'esigenza di breve termine: aziende che fanno parte di filiere internazionali rischiano di uscirne se non danno inizio a questa trasformazione e, se guardiamo ai cosid-

A lato, un'immagine dell'impianto di Atesa, in Abruzzo. Edison Next è una piattaforma unica sul mercato per servizi, tecnologie e competenze, già presente in Italia, Spagna e Polonia, in oltre 65 siti industriali, 2.100 strutture (pubbliche e private) e 280 città, con oltre 3.500 addetti



Il piano strategico al 2030 prevede 2,5 miliardi di euro di investimenti in Italia

detti settori *hard to abate*, si stima che dovranno sostenere costi di CO₂ al 2030 pari al 20-25% del MOL. C'è un cambio di paradigma e di approccio: oggi sono le figure apicali a prendere decisioni sui temi della transizione energetica e quella che era una vendita transazionale si è trasformata in un rapporto di fiducia che dispiega i suoi effetti nel tempo. Le aziende non cercano più dei semplici fornitori ma dei partner solidi, dal punto di vista delle competenze e della capacità finanziarie, in grado di accompagnarli verso i loro obiettivi di decarbonizzazione condividendo una visione sulla competitività delle tecnologie che verranno

messe in campo nei prossimi anni.

Edison Next non si rivolge, però, solo ai privati. Come funziona l'affiancamento alla PA?

Grazie ai Piani di Recovery approvati dalla Commissione Europea, le pubbliche amministrazioni sono passate da una visione di breve termine, che spesso coincideva con le scadenze elettorali e rendeva molto difficile al pubblico e al privato collaborare per realizzare progetti di ampio respiro, alla necessità di essere accompagnate in progettualità di lungo termine, per le quali è fondamentale la vicinanza al territorio. Aiutiamo le città a evolvere con servizi di



rigenerazione urbana e progetti di smart city, facendo leva sui nostri servizi in grado di abilitare questi obiettivi. Il teleriscaldamento, ad esempio, che con l'utilizzo di pompe di calore, biomassa da filiera corta, gas verdi, sta evolvendo in ottica sostenibile. L'illuminazione pubblica, che rappresenta l'infrastruttura più capillarmente diffusa sul territorio, è un altro "tassello" chiave e sta cambiando pelle: da semplice corpo illuminante ad "antenna" smart anche per altri servizi, come la ricarica per i veicoli elettrici, la sicurezza, il monitoraggio ambientale. Mettiamo a disposizione delle amministrazioni piattaforme digitali per il controllo e monitoraggio della città e tutti quei servizi che migliorano la qualità della vita e la sicurezza dei cittadini, come i sistemi di gestione del traffico, di *smart parking* e gli attraversamenti pedonali intelligenti. Ricorriamo al Partenariato Pubblico Privato, strumento chiave e di importanza strategica in quanto in grado

di rafforzare il rapporto tra pubblico e privato e di agire da volano, amplificando la potenzialità del Pnrr proprio grazie al binomio fondi pubblici e fondi privati.

Biometano e idrogeno sono fonti energetiche che hanno un ruolo rilevante nel vostro piano di sviluppo da qui al 2030, ma di cui di solito si parla relativamente poco, perché?

In realtà, biometano e idrogeno rappresentano due vettori energetici chiave nella strategia di decarbonizzazione europea. Nel piano *Repower EU* approvato lo scorso maggio i green gas vengono confermati elementi strategici per sostituire i combustibili fossili nel settore industriale e in quello dei trasporti pesanti: è stato, infatti, raddoppiato il target per l'idrogeno rinnovabile – 20 milioni di tonnellate al 2030, la metà di produzione domestica l'altra metà dalle importazioni – mentre sul biometano l'obiettivo è di aumentare la produzione a 35 miliardi di metri cubi

entro il 2030. Questi due vettori energetici consentiranno la decarbonizzazione di industria e mobilità: in particolare l'idrogeno avrà un ruolo importante rispetto ai settori cosiddetti *hard to abate*, responsabili di quasi il 64% delle emissioni del mondo industriale, ai trasporti pesanti di lungo raggio e al mondo ferroviario non elettrificato; il biometano sosterrà anch'esso industria e trasporti pesanti nel loro percorso di transizione energetica ed ecologica, consentendo nello stesso tempo di valorizzare quelli che vengono definiti "scarti", trasformandoli in fonte di energia e fertilizzanti per l'agricoltura. Si tratta, in sostanza, di due vettori energetici chiave e sinergici al *core business* di Edison. Per questo motivo stiamo portando avanti progetti integrati lungo tutta la catena del valore per la loro produzione e utilizzo a beneficio di tutti gli usi finali: dalla generazione elettrica, all'industria e alla mobilità sostenibile. **L**



ILBEGROUP.IT



Classe '87, nel 2011 Andrea Iervolino ha fondato, insieme a Monika Bacardi, la società di produzione di contenuti cinematografici e televisivi ILBE. A oggi il gruppo ha prodotto e distribuito più di 90 film

Porto il cinema nel Metaverso

Cinema e streaming possono convivere, serve solo un nuovo equilibrio che risponda all'evoluzione del mercato. Il punto di vista di ANDREA IERVOLINO, presidente e Ceo della società di produzione ILBE

di Matteo T. Mombelli

Comprendere e adattare al mondo dell'audiovisivo italiano il modello di business dei produttori indipendenti americani. La ricetta di Andrea Iervolino sembra semplice, ma dietro questo modello di business, che ha fatto della sua Ilbe (Iervolino e Lady Bacardi Entertainment) un gruppo quotato in Borsa a Milano e Parigi, con 120 dipendenti e oltre 150 milioni di euro di fatturato (utili oltre i 18 milioni nel 2021) ci sono tanta determinazione e scelte strategiche mirate. «La freschezza delle idee e tanto impegno possono renderci invincibili», sottolinea Iervolino, che con *Business People* ripercorre le origini dei primi passi nel mondo del cinema. A 15 anni, la prima delusione d'amore lo porta lontano dalla sua Cassino (Fr). Viene selezionato come animatore in un villaggio turistico a Bibione, in Veneto, ma un grave problema di balbuzie che si porta dall'infanzia lo relega alla sola produzione di uno spettacolo teatrale. Un'estate da dietro le quinte, ma fondamentale. «Dopo l'e-

state, tornai nel mio paese con la consapevolezza di avere molta strada da fare, ma la certezza di aver imparato un mestiere». Per il primo lungometraggio, avviato poche settimane più tardi, Iervolino cerca finanziamenti porta a porta. «Chiesi sostegno agli imprenditori in città, promettendo un ritorno sull'investimento del 20%. È stato un periodo un po' imbarazzante», ammette, «perché al mattino uscivo di casa consapevole di dover restituire 50 euro al barista, 100 euro al salumiere, per non parlare del dentista, che ne aveva investiti 500!». Durante quella produzione, uno dei suoi attori gli presenta Luciano Martino, tra i produttori più influenti di quegli anni. «Diventò la mia guida, un punto di riferimento, e quando venne a mancare nel 2013 fu un duro colpo, che mi spinse a lasciare l'Italia per Toronto, dove vive parte della famiglia di mia madre, di origini canadesi».

Dopo il Canada l'arrivo a Hollywood, sempre da giovanissimo. Come ha fatto a farsi largo in così poco tempo? Ammetto che è stato difficile farsi ascoltare: ero molto giovane oltre che un perfetto

sconosciuto. Dalla mia, però, avevo quella grinta che portava a svegliarmi tutti i giorni e pensare solo al mio sogno: sono partito da zero e investivo tutti i primi guadagni nella mia attività. Agli inizi, quando ero ancora in Italia, una delle idee che mi ha permesso di guadagnare abbastanza per produrre le prime opere è stato il Cine School Day. Era un'iniziativa rivolta alle scuole, che prevedeva la proiezione dei film, che man mano producevo, nei cinema della mia città; gli studenti pagavano un biglietto scontato e, attraverso attività collaterali, potevano ottenere una parte nella produzione successiva come attori, sceneggiatori o membri della troupe. È stata una delle esperienze che mi ha dato abbastanza sicurezza per esporre anche all'estero le mie idee, che sono piaciute subito. Nello stesso tempo, ho cercato di "rubare" il più possibile dai migliori, cercando di comprendere il modello di business dei produttori indipendenti americani e farlo mio. È il modello che ho deciso di portare nel 2018 in Italia per integrare la filiera e diversificare il business.

È "l'impronta hollywoodiana" che →

definisce la sua società. Ci può spiegare meglio di cosa si tratta?

Sostanzialmente realizziamo opere al 100% di nazionalità italiana, ma con tutte le caratteristiche di una distribuzione internazionale. Offriamo a tanti artisti e maestranze dell'audiovisivo italiano una vetrina internazionale e la possibilità di accrescere la propria professionalità lavorando con star del calibro di Morgan Freeman, Johnny Depp, Sarah Jessica Parker, Keanu Reeves, Sofia Vergara, John Travolta e Catherine Hardwicke. Solo nel 2021, abbiamo coinvolto oltre 500 persone sui nostri set. I film vengono poi distribuiti in tutto il mondo attraverso società come Universal Pictures, Hbo, Studio Canal, Netflix, Prime Video e Apple Tv. Come i produttori indipendenti americani, sottoscriviamo direttamente accordi di prevendita *worldwide*, oppure attraverso *sales agency* con cui abbiamo rapporti consolidati. Grazie alla nostra affidabilità, riusciamo sempre a concludere accordi di prevendita delle nostre opere (film e serie) durante la fase di sviluppo. Gli ulteriori ricavi attesi dallo sfruttamento economico del film provengono per circa il 95% dalle vendite internazionali e solo per la restante parte dal mercato italiano.

State investendo molto sugli *short content* e gli ultimi risultati finanziari vi danno ragione.

Il nostro investimento nasce da alcune ricerche di mercato e dall'opinione che molto presto l'80-90% della visione dei contenuti avverrà su dispositivi come tablet e smartphone. Il tempo di attenzione si sta abbassando considerevolmente, soprattutto con l'avvento dei social media e delle *stories* che nascono su queste piattaforme, che non superano i 15 secondi e abitano le persone a saltare da un argomento all'altro con una velocità impressionante! Ecco perché, oltre ai contenuti in streaming, stiamo puntando sempre più sugli *short*. È una modalità innovativa dove i grandi Studios non stanno ancora investendo e che rappresenta un'opportunità per la produzione indipendente.

L'aumento dei contenuti in streaming è un segnale che il cinema, almeno





In questa pagina, a sinistra, l'art work di *Minamata*, film con protagonista Johnny Depp e per il quale l'azienda di Iervolino ha definito un accordo con MGM per la distribuzione in Usa e Canada. In alto, una delle produzioni di Ilbe, *Tell It Like a Woman*, progetto internazionale da sette cortometraggi, ognuno girato e interpretato da registi e attrici di diverse nazionalità tra cui Margherita Buy, Eva Longoria (*in foto*) e Cara Delevingne. Nella pagina accanto, un art work con i personaggi delle web serie *Arctic Friends* e *Puffins*, all'interno del quale Johnny Depp presta voce e sembianze fisiche al protagonista Johnny Puff

per com'è oggi, non esisterà più?

È innegabile che una continua richiesta di contenuti da parte di realtà come Netflix o Prime Video abbia portato sempre più produzioni a virare verso questo settore e per i produttori indipendenti rappresenta un'occasione per dare vita a progetti di ogni tipo. Personalmente, non ritengo che lo streaming e la sala cinematografica siano nemici: sono due modalità di fruizione differenti, che suscitano emozioni diverse. Potranno convivere e trovare un equilibrio che risponda all'inevitabile evoluzione del mercato.

Avete annunciato l'intenzione di produrre film e serie Tv nello spazio, ma

anche nel Metaverso. Cosa dobbiamo aspettarci dai *Meta movie*?

Nuove modalità di fruizione di un film. Pensiamo alla possibilità di godere di contenuti inediti di un lungometraggio proprio dentro il Metaverso: assistere a una prima, partecipare alle riprese, oppure parlare con il protagonista in prima persona. Lavoriamo anche a un futuro in cui si possa vedere un film dalla prospettiva del personaggio scelto da noi e non dal regista. Una modalità di fruizione molto più personale, che andrà incontro alle nuove esigenze del pubblico. In un mondo dove tutto viene sempre più personalizzato, il cinema non può non evolversi con il resto del mondo dell'entertainment.

Quali benefici possono portare gli Nft, sempre più associati all'industria cinematografica? Non temete una bolla finanziaria?

È un mercato che sta affrontando delle oscillazioni, ma ritengo che questa tecnologia basata sulla blockchain – per sua natura solida e tracciabile – possa resistere a questo momento. Ecco perché a mio avviso il cinema può usare gli Nft come modalità

di sfruttamento della proprietà intellettuale. Alla base della produzione di un qualunque contenuto cinematografico ci sono le proprietà intellettuali (Ip). È grazie a queste Ip che possiamo sviluppare più prodotti a partire da una singola idea: un film, un libro, un cartone animato o il merchandising. Noi lo abbiamo fatto con i *Puffins*, nato come film e oggi web serie di successo. Stiamo conducendo delle trattative con i nostri clienti per commercializzare Nft che provengano dallo sfruttamento delle nostre Ip.

Negli anni siete cresciuti anche attraverso società come Arte Video, Red Carpet e, più di recente, SoBe Sport.

Abbiamo portato avanti un'attenta strategia di diversificazione non focalizzandoci solo sulla produzione e distribuzione di prodotti televisivi, ma conquistando nuove fette di mercato anche attraverso attività di *celebrity management*, comunicazione e consulenza in Adv. Il primo tassello di questo percorso è stata l'acquisizione di Red Carpet nel 2020, a cui è seguita all'inizio di quest'anno SoBe Sport. È un'operazione con cui vogliamo ampliare la nostra gamma di servizi di *celebrity management*, andando a integrare la specializzazione e il know how di SoBe in ambito sportivo, per atleti e allenatori professionisti. In un anno ricco di attività sportive, tra cui sventa il Mondiale di calcio in Qatar, crediamo di avere grosse potenzialità di business sul mercato.

Cosa c'è nel futuro di Ilbe?

La continua crescita dei volumi operativi e la diversificazione dei prodotti, allargandoci ad esempio alla serialità televisiva. Per quanto concerne i progetti in cantiere, continueremo con la produzione delle nostre opere di animazione, come gli spin off dei *Puffins: Puffins Impossible* e *Baby Puffins & Bunny*. Siamo, inoltre, in fase di preparazione del film dedicato a un'eccellenza della moda italiana come Roberto Cavalli, per la regia di Giulio Base, mentre sono in fase di sviluppo alcune serie Tv, tra cui quella sulla vita di Raffaele Cutolo. Stiamo curando, infine, la produzione esecutiva di un grande progetto internazionale, di cui spero di poter parlare presto. **L**

A sostegno di uno sviluppo sostenibile

Cooperare con le comunità locali per affrontare le emergenze e mettere le basi per un futuro migliore. È il lavoro che FONDAZIONE CESVI porta avanti da quasi 40 anni

di Giovanni Bucchi

D

Dove c'è un'emergenza umanitaria Cesvi è presente. Si potrebbe riassumere così l'attività della ong nata a Bergamo, nel 1985, da un gruppo di volontari di ritorno dal Centro America.

Agli albori l'ambito nel quale spendersi era quello agricolo ma, col passare degli anni, le dimensioni di Cesvi sono aumentate fino a diventare un vero e proprio punto di riferimento della cooperazione internazionale, che conta oltre 100 progetti in 20 Paesi del mondo, seguiti da un'équipe di un migliaio di persone dislocate nei cinque continenti. I volontari, importantissimi per la fondazione, affiancano una serie di professionisti che garantiscono competenze, ordine e sviluppo. Il 90% sono persone provenienti dai luoghi dove Cesvi opera, mentre il re-

stante 10% è costituito da personale specializzato espatriato, che fa da mentore agli operatori in loco che necessitano di un affiancamento per guadagnare conoscenza ed esperienza.

I campi di intervento sono molteplici: dalla lotta alla fame alla protezione dell'infanzia, dalla salute alle catastrofi naturali, senza dimenticare le emergenze che hanno segnato la storia recente del mondo, non ultime la pandemia e il conflitto tra

Russia e Ucraina ancora in corso.

La virtù di Cesvi è rifuggire il mero assistenzialismo, cercando al contrario lo sviluppo sostenibile. L'obiettivo non è permanere all'interno di un Paese, ma creare le condizioni affinché riesca ad andare avanti con le proprie forze, coinvolgendo e formando le risorse locali. «Alla base del nostro impegno c'è sempre la collaborazione con chi vive nel luogo in cui interveniamo», spiega Roberto Vignola, vi- →

Nella pagina accanto, in alto, Roberto Vignola, vicedirettore generale di Cesvi, impegnato in uno dei due progetti di accoglienza per mamme e bambini in fuga dalla guerra in Ucraina. L'attenzione per i più piccoli è una delle caratteristiche che contraddistinguono la fondazione





CESVI.ORG



cediretore generale di Cesvi. «Al termine dell'emergenza creiamo le condizioni per ripristinare un ecosistema favorevole alla ripresa della normalità. Crediamo fortemente che lo sviluppo avvenga attraverso la cooperazione».

Negli anni la fondazione ha portato avanti diverse battaglie, una su tutte la lotta contro la fame nel mondo. Spesso generata dalle guerre o dai cambiamenti climatici che impattano in modo particolare su alcune aree del Pianeta, questa emergenza è stata oggetto di approfondimento da parte di Cesvi: «Noi interveniamo non solo per contrastare la malnutrizione, ma anche per creare ecosistemi sostenibili e che favoriscano la produttività in termini agricoli», continua Vignola. «Parliamo di smart agricolture, un nuovo modo d'intendere l'agricoltura, e mi viene in mente quanto fatto in Zimbabwe. Qui Cesvi ha dato vita, con la partecipazione degli abitanti dei villaggi, a un aranceto di 93 ettari costituito da 22.500 alberi d'arancio, la cui produzione annua ha raggiunto oggi oltre 800 tonnellate, di cui la maggior parte vendute a una azienda che fin dagli inizi è partner del progetto. Abbiamo coinvolto i contadini che, di fatto, sono diventati gli azionisti di questa attività. Al contempo, tra un filare e l'altro, sono state inserite altre coltivazioni, ad esempio le zucche, che non solo producono cibo, ma anche semi ricercati da altre aziende che li acquistano. Così è nata una seconda linea di introiti per queste persone, che oggi vivono sicuramente in una condizione più accettabile rispetto a un tempo».

Un semplice esempio per spiegare la componente imprenditoriale che sta dietro al modo di operare di Cesvi. Ma la cooperazione allo sviluppo è tale quando, una volta finito l'intervento, il modello continua a funzionare camminando sulle proprie gambe. Un modello su tutti è quanto messo in campo nella lotta all'Hiv sempre in Zimbabwe e in Sud Africa, tra la fine degli anni 90 e l'inizio del nuovo millennio. Una campagna che ha visto Cesvi protagonista e su cui sono stati raggiunti grandi ri-

Cesvi è attiva in tutti e cinque i continenti (in queste pagine foto delle attività in Kenya, in Polonia e anche in Italia) con progetti di diverso tipo. Tutti mirano però a intervenire per fornire aiuto in occasione delle emergenze e al contempo creare le condizioni per ripristinare un ecosistema favorevole alla ripresa della normalità



sultati: «Quando l'epidemia era dilagante abbiamo messo a punto un protocollo di prevenzione della trasmissione del virus da madre a bambino», ricorda Vignola. «Il protocollo consentiva alla mamma sieropositiva di partorire un bambino sano. Abbiamo lavorato con i governi locali, abbiamo introdotto il protocollo negli ospedali

con campagne di sensibilizzazione nella popolazione e, dopo tanti anni, i risultati attesi: il tasso di infezioni era diventato bassissimo. Nel 98% dei casi eravamo in grado di far partorire un bambino senza infezione. Raggiunto l'obiettivo, abbiamo fatto il passaggio di consegne lasciando il protocollo al governo locale».





Rinascimento Bergamo

Da una virtuosa sinergia tra pubblico, privato e non profit è nato un modello che potrebbe essere adottato dall'intero Paese. Il programma Rinascimento Bergamo, lanciato nell'aprile del 2020 da Comune di Bergamo, gruppo Intesa Sanpaolo e Fondazione Cesvi, ha sostenuto il tessuto economico e sociale della città diventata il simbolo del periodo Covid. Circa 4.400 tra piccoli imprenditori e professionisti sono stati finanziati grazie all'erogazione di oltre 17 milioni di euro. Attraverso otto bandi, indetti dal Comune nell'ambito del Fondo di mutuo soccorso, il programma ha erogato 9,5 milioni di euro in contributi a fondo perduto e 7,5 in prestiti d'impatto a tasso agevolato a favore delle micro e piccole imprese, dei professionisti e delle organizzazioni non profit che compongono il tessuto economico e sociale della città. A due anni di distanza la società Deloitte ha stimato che i beneficiari di Rinascimento Bergamo abbiano riportato un tasso di mortalità pari all'1% e una crescita del numero di addetti impiegati pari al +18%, entrambi significativamente migliori rispetto alla media. Il ruolo di Cesvi? «Abbiamo messo in campo le nostre competenze operative e gestionali per assicurare tempestivamente alle piccole e medie imprese bergamasche i fondi necessari per ripartire. Decisivo in questo senso è stato il dialogo continuo e diretto mantenuto con i beneficiari dei contributi attraverso un servizio di consulenza, assistenza e vicinanza», ha dichiarato Maurizio Carrara, presidente onorario di Fondazione Cesvi.

Sono oltre 100 i progetti in corso in 20 Paesi diversi

Ma l'operato di Cesvi non si ferma qui e anche negli ultimi anni le emergenze non sono mancate. La recente guerra scoppiata nel cuore dell'Europa ha visto l'ong muoversi in rete. La fondazione, infatti, fa parte di un network europeo più ampio che prende il nome di Alliance2015, una sorta di consorzio che si attiva in situazioni di emergenza. In tempi record il network è stato in grado di mobilitare aiuti da Est a Ovest del Paese. È chiaro che, anche se sono trascorsi diversi mesi dall'inizio del conflitto, si vive ancora una fase emergenziale: gli sfollati interni si spostano nei centri di accoglienza istituiti dallo Stato ma in molti casi i servizi scarseggiano. «Noi portiamo cibo, acqua e adeguiamo le struttu-

re dove i profughi alloggiano. Al contempo come Cesvi Italia abbiamo realizzato un'iniziativa di accoglienza in Ungheria, a due chilometri dal confine. Abbiamo accolto 10 mila profughi erogando pasti, dando ospitalità notturna e orientando sulla scelta migliore da fare in una condizione non facile». In questo contesto non viene mai meno una delle vocazioni di Cesvi: la grande attenzione ai bambini. «In Romania abbiamo messo in campo due progetti di accoglienza, sia a Nord che a Est, per mamme e bambini in fuga dalla guerra», riprende Vignola. «In Polonia, grazie a un finanziamento, siamo riusciti ad affittare una struttura per ospitare 100 madri con figli per alcuni mesi. Mentre sono lì offriamo loro un

orientamento professionale, corsi di lingua, la possibilità di ricercare offerte lavorative. Infine, da un paio di mesi siamo attivi a Bucha, oggi tristemente nota come il teatro degli orrori. Qui portiamo avanti un programma di ricostruzione delle scuole e supporto psicologico per donne e bambini che hanno visto atrocità incredibili. Quest'ultimo esempio descrive bene il nostro modus operandi: si interviene nell'emergenza, si soddisfano i bisogni primari, ma poi si lavora per lo sviluppo».

Sul tema minori, in realtà, Cesvi è attiva da 25 anni. Nel tempo sono nate le Case del sorriso, strutture "ponte" e luoghi di socializzazione che offrono servizi ai bambini delle periferie degradate delle grandi città di tutto il globo. Qui trovano accoglienza orfani, minori sfruttati, donne vittime di violenza con i propri figli. Dove non esistono le strutture, Cesvi attiva un programma messo a punto negli anni, con interventi mirati per i minori. **L**

LEADERSHIP FORUM

TURNING POINT

26-27 OTTOBRE MILANO Teatro degli Arcimboldi



MARC RANDOLPH
La nascita di Netflix

CARLA HARRIS
Change Management

CHARLES DUHIGG
High Performance

DANIEL PINK
Motivazione

STEPHANE GARELLI
Competitività e Strategia

UMBERTO GALIMBERTI
Psicologia ed Emozioni

MARGARITA MAYO
Corporate Culture

BIBOP GRESTA
Innovazione

JITSKE KRAMER
Inclusion & Diversity

KURT MATZLER
Open Strategy

ETTORE MESSINA
Team Work

Scopri le condizioni riservate ai lettori di Business People

+39 02 241 67 241 | corporate@performancestrategies.it

visita il sito
theleadershipforum.it



Main Sponsor

BOSCH
Tecnologia per la vita

Sponsor

vianova

Chosen by SDA Bocconi School of Management
as a part of its FT MBA Club activities

SDA Bocconi
SCHOOL OF MANAGEMENT

Official Lounge

Chateau d'Ax

Official Bag

TUCANO
MILANO 1985

Official Hotel

UNA HOTELS

Language Service Provider

ArKadia
Translations

Technical Partner

Toacker

TWININGS
OF LONDON

SANBENEDETTO

Main Media Partner

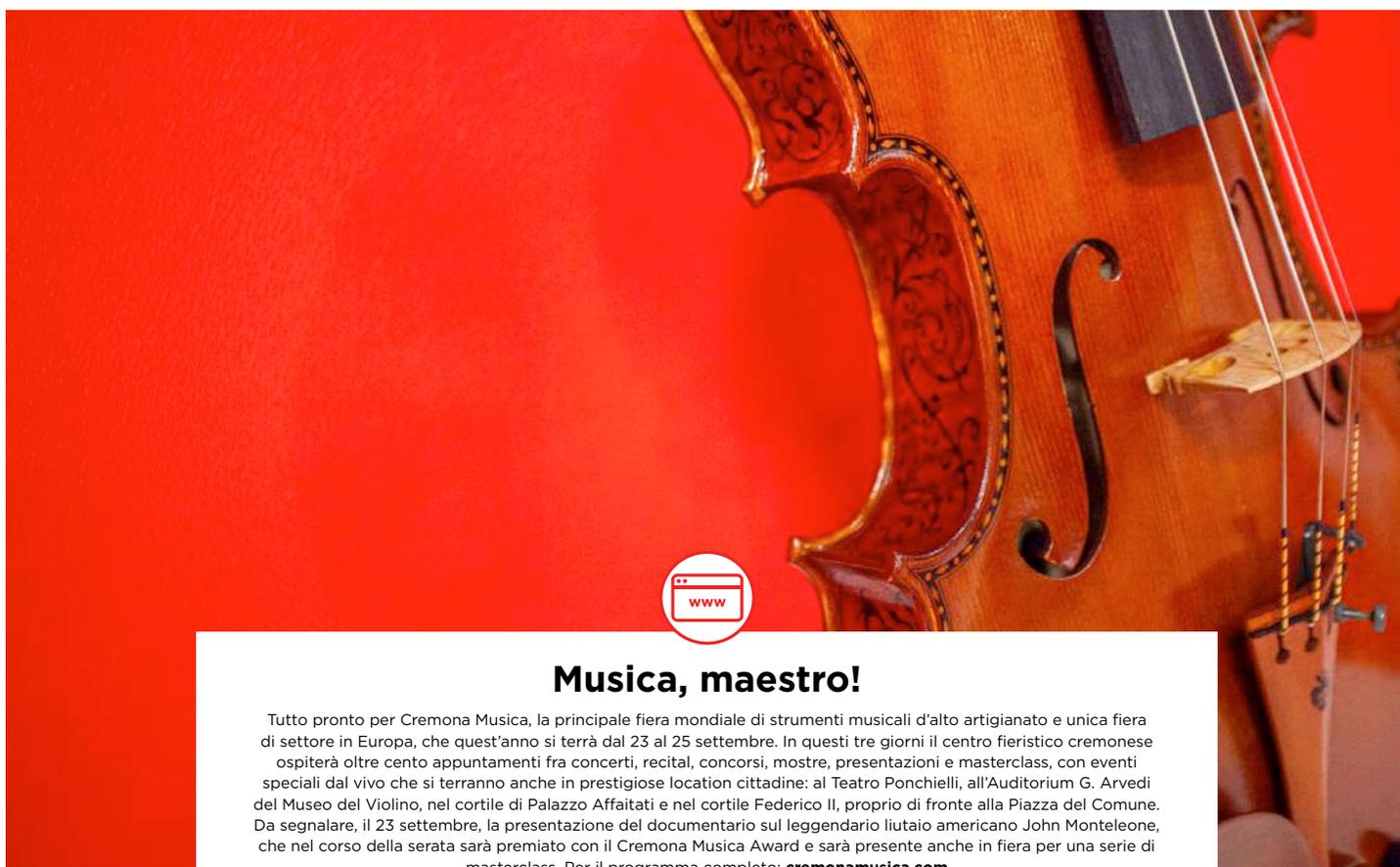
Wall Street Italia

Official Bookstore

ROIEDIZIONI

FREE TIME

TUTTI I GUSTI DELLA VITA



Musica, maestro!

Tutto pronto per Cremona Musica, la principale fiera mondiale di strumenti musicali d'alto artigianato e unica fiera di settore in Europa, che quest'anno si terrà dal 23 al 25 settembre. In questi tre giorni il centro fieristico cremonese ospiterà oltre cento appuntamenti fra concerti, recital, concorsi, mostre, presentazioni e masterclass, con eventi speciali dal vivo che si terranno anche in prestigiose location cittadine: al Teatro Ponchielli, all'Auditorium G. Arvedi del Museo del Violino, nel cortile di Palazzo Affaitati e nel cortile Federico II, proprio di fronte alla Piazza del Comune. Da segnalare, il 23 settembre, la presentazione del documentario sul leggendario liutaio americano John Monteleone, che nel corso della serata sarà premiato con il Cremona Musica Award e sarà presente anche in fiera per una serie di masterclass. Per il programma completo: cremonamusica.com



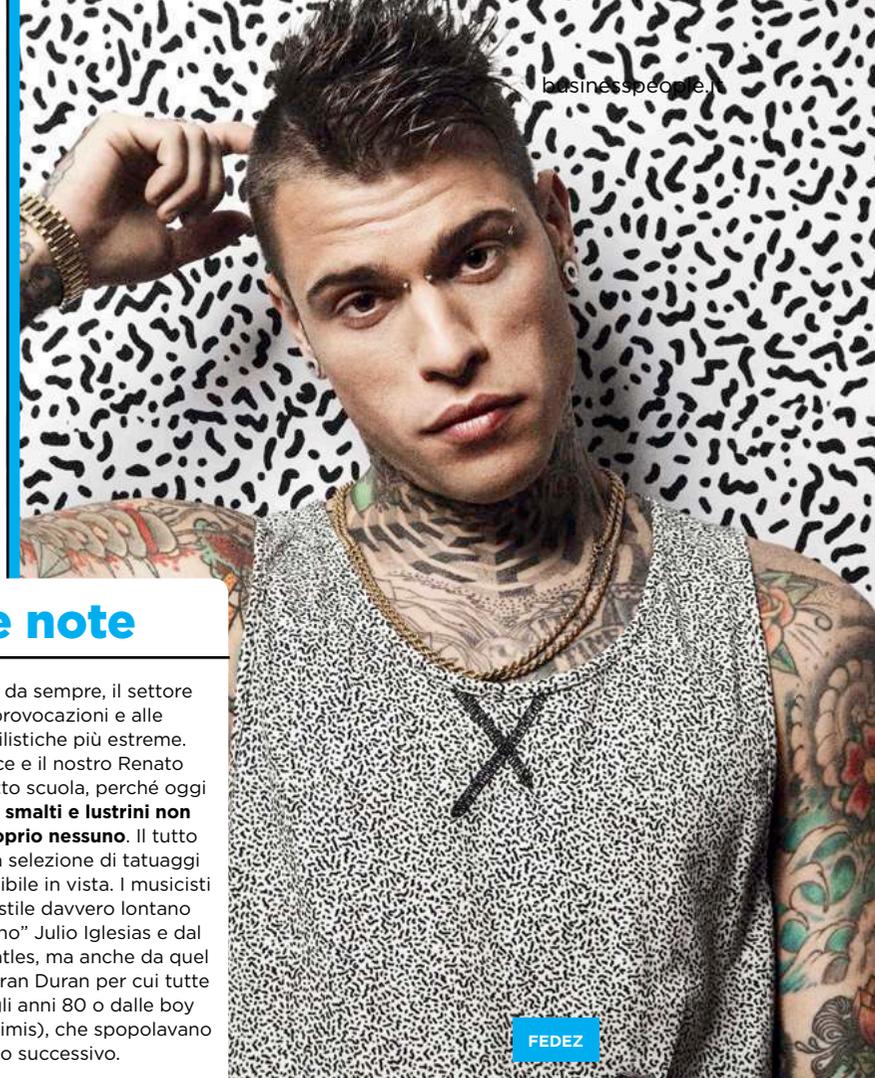
Non ci sono più gli uomini di una volta

Il classico abbinamento “giacca e cravatta”, sobrio ed essenziale, sembra ormai passato di moda, in favore di mise più casual. Non solo. Oggi lo stile maschile è più che mai aperto a colori e sperimentazioni. I canoni estetici hanno subito una rivoluzione? Forse. O forse è solo questione di gusti...

di Annamaria Alese



JULIO IGLESIAS



FEDEZ

Tra le note

Si conferma, qual è da sempre, il settore più aperto alle provocazioni e alle sperimentazioni stilistiche più estreme. David Bowie, Prince e il nostro Renato Zero devono aver fatto scuola, perché oggi **colori vivaci, pizzi, smalti e lustrini non sorprendono più proprio nessuno**. Il tutto abbinato a un'ampia selezione di tatuaggi da lasciare il più possibile in vista. I musicisti di oggi hanno uno stile davvero lontano non solo dal "capitano" Julio Iglesias e dal caschetto in stile Beatles, ma anche da quel Simon Le Bon dei Duran Duran per cui tutte si sdilinquivano negli anni 80 o dalle boy band (Take That in primis), che spopolavano nel decennio successivo.



THE BEATLES



DURAN DURAN



TAKE THAT



MAHMOOD



ACHILLE LAURO



DAMIANO DAVID



PIPPO BAUDO



AMADEUS

In video

Mike Bongiorno, Pippo Baudo, Raimondo Vianello sono solo alcuni dei grandi presentatori che hanno fatto la storia della tv italiana. Vi sfidiamo a trovare un programma in cui non indossassero un impeccabile completo. Oggi, benché tra i loro successori non manchino personaggi dall'eleganza classica, anche tra i big del piccolo schermo **si è fatto strada uno stile più disinvolto, che permette di dimenticare la cravatta** o di abbinare una semplice t-shirt alla giacca. O di colorare un outfit di taglio classico con colori e disegni originali. Il tutto in nome di un'immagine meno ingessata. Persino Amadeus, che a Sanremo non ha rinunciato allo smoking, lo ha sfoggiato però in colori insoliti o decorato da perline luccicanti.



MIKE BONGIORNO



RAIMONDO VIANELLO



ALESSANDRO BORGHESE



ALESSANDRO CATTELAN



MIKA



PAUL NEWMAN



VITTORIO GASSMAN



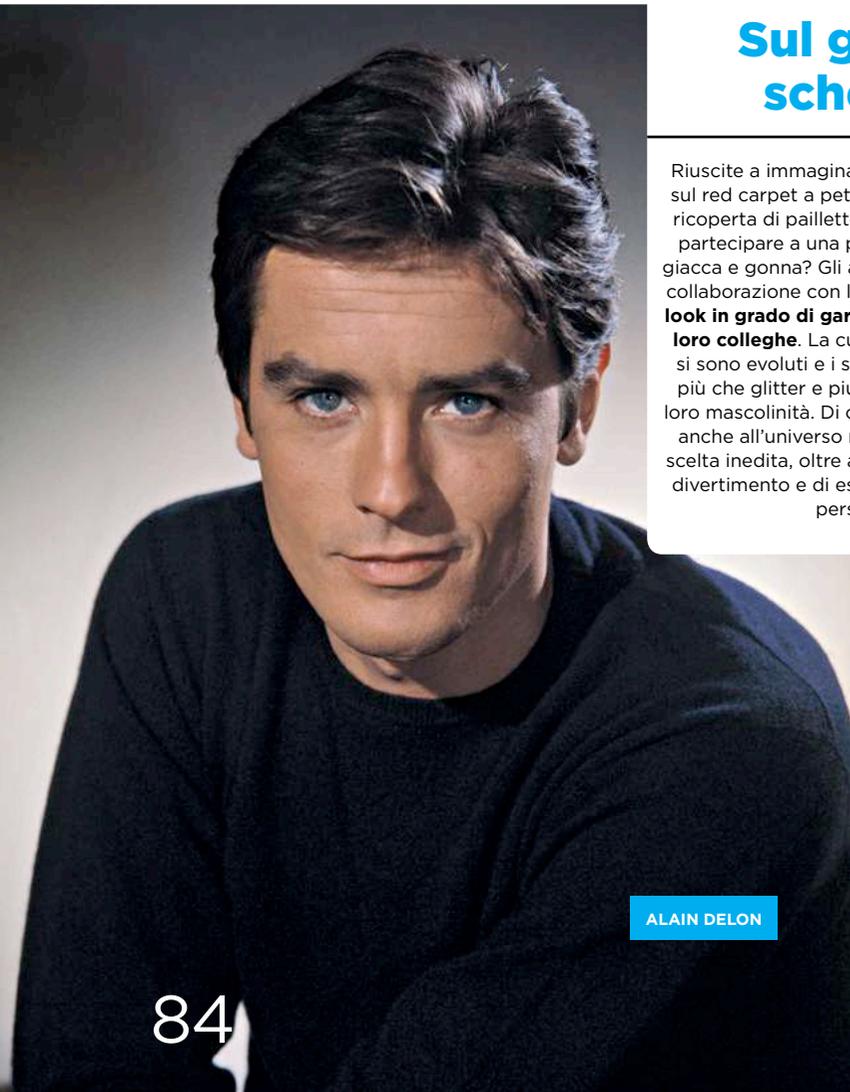
JARED LETO



BRAD PITT

Sul grande schermo

Riuscite a immaginare Paul Newman sfilare sul red carpet a petto nudo con una giacca ricoperta di paillettes? O Vittorio Gassman partecipare a una prima con un completo giacca e gonna? Gli attori degli anni 2000, in collaborazione con le maggiori griffe, **osano look in grado di gareggiare con quelli delle loro colleghe**. La cultura e i canoni estetici si sono evoluti e i sex symbol non temono più che glitter e piume possano scalfire la loro mascolinità. Di certo, oggi la moda offre anche all'universo maschile una varietà di scelta inedita, oltre a molte più possibilità di divertimento e di espressione della propria personalità.



ALAIN DELON



TIMOTHÉE CHABERT



FRANÇOIS MITTERRAND



TONY BLAIR



DONALD TRUMP



MATTEO SALVINI

Negli agoni politici

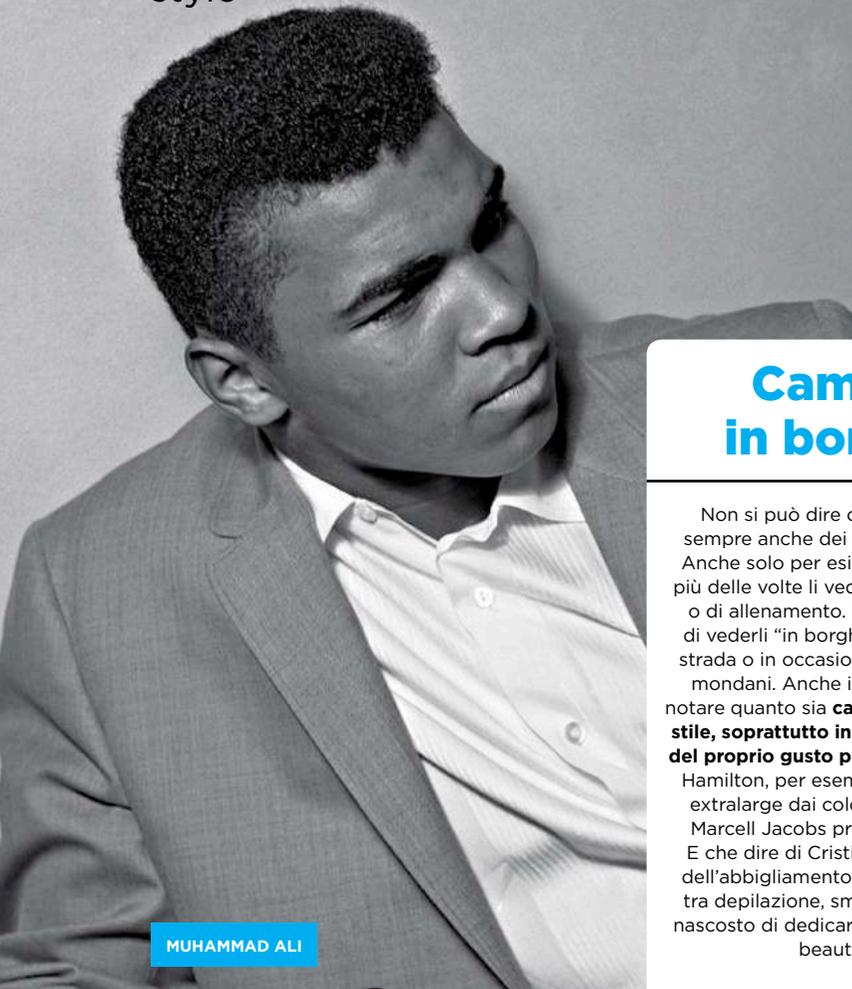
Abito sartoriale, cravatta blu, nera o al massimo azzurra, taglio di capelli impeccabile: una volta i politici non potevano certo sgarrare, **un'immagine elegante e ordinata era imprescindibile per trasmettere credibilità all'elettorato.** Basta dare un'occhiata veloce ai leader del momento per capire che di acqua sotto i ponti ne è passata davvero tanta. L'idea che sorge spontanea è che adesso buona parte della competizione non si giochi tanto sul programma di governo, quanto sulla personalità del candidato. Così invece che omologarsi, anche nello stile, i più rampanti giocano sul proprio aspetto per marcare le differenze.



JOHN FITZGERALD KENNEDY



BORIS JOHNSON



MUHAMMAD ALI

Campioni in borghese

Non si può dire che gli sportivi siano sempre anche dei campioni di eleganza. Anche solo per esigenza professionale, il più delle volte li vediamo in divisa di gioco o di allenamento. Eppure a volte capita di vederli "in borghese", paparazzati per strada o in occasione di particolari eventi mondani. Anche in questo caso, si può notare quanto sia **cambiato l'approccio allo stile, soprattutto in termini di espressione del proprio gusto personale**. Il pilota Lewis Hamilton, per esempio, usa spesso outfit extralarge dai colori sgargianti, mentre Marcell Jacobs predilige mise più rock. E che dire di Cristiano Ronaldo? Al di là dell'abbigliamento sempre supergriffato, tra depilazione, smalto & Co. non ha mai nascosto di dedicare molto tempo alla sua beauty routine.



CRISTIANO RONALDO



ANTONIO ROSSI



PAOLO MALDINI



MARCELL JACOBS



LEWIS HAMILTON



GIANNI AGNELLI

Business style

Amante dei capi sartoriali, Gianni Agnelli era celebre in tutto il mondo per la sua eleganza.

Ma non era certo il solo rappresentante del mondo business a sfoggiare look rigorosi dal taglio impeccabile. Nel mondo imprenditoriale, **l'abito su misura è stato a lungo una sorta di divisa del successo.** Oggi, invece, non è raro incontrare miliardari in semplice t-shirt o addirittura in canottiera (magari per mostrare tatuaggi e fisico scolpito). E anche chi non rinuncia alla moda sartoriale, non di rado opta per colori, tagli, lunghezze e accessori che, possiamo immaginare, avrebbero lasciato perplesso il celebre Avvocato. Chissà come avrebbe commentato, oggi, gli originali completi di suo nipote Lapo?



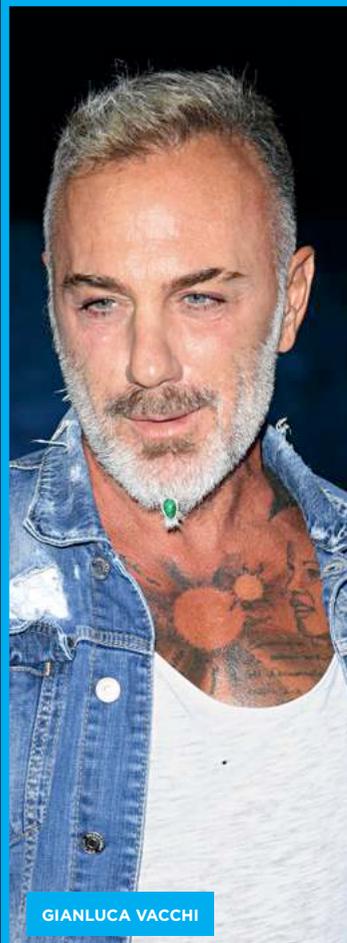
LAPO ELKANN



ARISTOTELE ONASSIS



LUCIANO BENETTON



GIANLUCA VACCHI



FLAVIO BRIATORE

Cattivissime, ma belle

Da molti ritenute ormai politicamente scorrette, le supersportive conservano però un fascino innegabile e continuano a farci sognare

di A.P. Artemi



Porsche 718 Cayman Gt4 Rs

Cupra Formentor Vz5



Di questi tempi molti le giudicano politicamente scorrette, esagerate e agli occhi di chi non ha il sangue a 100 ottani che gli scorre nelle vene anche inutili. Le case costruttrici per di più le progettano e le realizzano con il contagocce: coupé e cabrio sotto i 40 mila euro nuove non esistono. Ma per una corposa nicchia di irriducibili piedi pesanti le sportive di razza sono ancora l'anello di congiunzione tra la guida e le emozioni. Non semplici compagne di viaggio, ma complici nel vivere esperienze che, ah! loro, sono ormai negate alla stragrande maggioranza di quelli che impugnano il volante di un'automobile.

Quali sono i migliori e più freschi modelli disponibili? È obbligatorio partire dal Sacro Graal dei motori, ovviamente una Ferrari, per la precisione la 296 Gts, una spider a motore centrale-posteriore. Alcuni hanno storto il naso quando hanno visto per la prima volta la sua forma, una Ferrari stil novo quella ideata da Flavio Manzoni, che parla di futuro del marchio, ma si sono presto ricreduti.

È una Ferrari spider elettrificata, la prima di serie, perfetta per i collezionisti. Il motore V6 è accoppiato a un elettrico ricaricabile, ma per chi se la può permettere il dato che conta è uno e uno solo, quello della potenza, che è di 830 cavalli. Una scuderia immensa, da ze-

ro-cento in 2,9 secondi, 330 orari di velocità massima, che accende la fantasia, ti fa immaginare che cosa faresti girando a Monte Carlo o sul circuito di Monza... Sogni, ovviamente, proibiti a chi non sia molto diversamente abbiente dato che la pin-up in versione spider di Maranello costa, optional più optional meno, sui 300 mila euro.

Nell'Olimpo delle ipercar spaccare il quattrino in quattro è di cattivo gusto ma, per puro dovere di cronaca, va detto che la seconda super-sportiva che merita una nomination costa, rispetto alla 296 Gts, 100 mila euro secchi in meno. È solo un dettaglio perché la Mercedes Sl 63 Amg è l'erede in linea diretta della vettura che ha vinto la Mille Miglia nel 1955 con al volante Stirling Moss. Le nobili origini ne fanno una delle preferite dei collezionisti che, dopo essersela gustata (con parsimonia) in strada, la faranno maturare in garage proprio come un grande vino d'annata. Il motore della tedescona è un V8 quattro litri biturbo da 585 cavalli e le prestazioni portano nel campo dell'estremo motoristico: 3,6 secondi per arrivare da fermi a 100 all'ora e una velocità dichiarata di 315 chilometri orari.

I collezionisti dall'occhio lungo dovrebbero buttarsi a pesce anche sulla Lotus Emira. Si tratta, infatti, dell'ultimo modello della casa inglese, fondata dal visionario Colin Chapman, equipaggiata da un moto- ➔





Ferrari 296 Gts

re termico, dato che l'ingresso dell'azienda nell'orbita della cinese Geely porterà alla produzione esclusiva di elettriche al 100%. Ovviamente potenti e velocissime, ma non sarà più la stessa cosa... È un esempio di scuola instant classic, un'auto che appena esce dalla concessionaria merita un posto in quelli che nel gergo degli addetti ai lavori vengono definiti "garage da invecchiamento". Certo, la Emira non sarà mai una vettura da record alle aste specializzate, sconta tra l'altro il fatto di montare un V6 con compressore made in Toyota e, dunque, assai poco british. Ma ha pur sempre 405 cavalli e sfiora i 300 all'ora, fatti sostanziosi che rendono i 102 mila euro del prezzo un ottimo investimento, sia pure a medio o a lungo termine.

Tornando a Stoccarda e dintorni, la Porsche 718 Cayman Gt4 Rs è il modello preferito dai gentleman driver dotati di notevoli risorse per un motivo ben preciso: è strettissima parente della 911 Gt3 Cup. Un'auto da corsa prestata alla strada, insomma, con 500 cavalli che si portano in groppa poco più di 1.400 chilogrammi di peso e la trazione rigorosamente posteriore. Se la mettete nel mirino ricordate che ai 149 mila euro del prezzo di listino va aggiunto il costo del pacchetto opzionale Weissach che incrementa ulteriormente l'efficienza aerodinamica per un'esperienza di guida sportiva senza compromessi. Ma se adesso tenete famiglia e un modello troppo corsaiolo finirebbe per andarvi strettissimo, ecco un'alternativa molto chic, non

Non sono solo compagne di viaggio, regalano emozioni



Lotus Emira

a caso praticata spesso dai manager delle maison dell'alta moda, nelle sembianze della Maserati Grecale Trofeo, una Suv che offre tanto spazio e interni in cui il lusso sconfinava spesso nella lussuria.

Così quando gli infanti sono ben assopiti si può dare un po' di libertà al piede destro per godersi l'impeccabile lavoro delle sospensioni pneumatiche, la fluidità del cambio automatico e tutta la possanza del V6 da 530 cavalli. Perché non fare divertire anche i pupi? Semplice: è meglio cercare di evitare che cre-

scano con la stessa "malattia" del padre e da grandi chiedano come regalo di laurea un'auto come la Grecale Trofeo, quotata attualmente circa 115 mila euro. Se cresciuti nella consapevolezza del fatto che anche in campo automobilistico i lussi si devono guadagnare con l'ingegno e il sudore della fronte, probabilmente i bimbi di oggi potrebbero domani "accontentarsi" di un modello equivalente alla Hyundai i20 N (parente nel nome della i20 N Rally1, tra le protagoniste del mondiale), con il suo 1.600 a benzina da 204 caval-



Maserati Grecale Trofeo



PER I NOSTALGICI



Hyundai i20 N

li. Come si conviene a un giovane rampante l'estetica è disegnata per trasmettere una bellicosa cattiveria e il cambio manuale a sei rapporti è una nave scuola in attesa di meritarsi quelli automatici che fanno tutto da soli. Il prezzo? Poco meno di 29 mila euro, non è poco ma si sa, i figli sono pezzi di cuore...

C'è, poi, una vettura che spopola tra medici, architetti, avvocati e liberi professionisti vari che hanno potuto assaggiare le sportive degli anni 80. Si tratta della Volkswagen Golf R che ricorda, ovviamente attualizza-

ta e più potente, la leggendaria Gti. La cilindrata è un classico, due litri, il carburante pure, ovviamente la benzina, e i cavalli sono 320. E se i riflessi non sono più quelli di una volta tranquilli, la trazione integrale aiuta assai. Il prezzo, infine, è alla portata di chi ha avuto successo nella vita: si parte da quota 52.900 euro. In alternativa si potrebbe prendere in considerazione la Toyota Yaris Gr (anch'essa con il nome in gara per il mondiale rally), meno esagerata in tutto, a partire dalla cilindrata (1,6 litri)

per arrivare al prezzo di 39.900 euro, passando per la potenza (261 cavalli).

Fin qui tutte macchine di assoluta eccellenza che, però, per la categoria degli sviluppatori di app che hanno fatto bingo e dei generali delle aziende delle tante piccole Silicon Valley italiane hanno un grave difetto: per loro Porsche, Mercedes, Maserati, Lotus e perfino Ferrari sono luoghi comuni a quattro ruote, vetture che tutti vorrebbero e, proprio per questo motivo, poco appetibili per chi è abituato a ragionare e lavorare fuori dagli schemi. Che è esattamente ciò che hanno fatto gli artefici della nascita da una costola Seat della Cupra, che oggi lancia la Formentor Vz5 (63.600 euro): in primis i cilindri sono cinque e, si sa, i numeri dispari hanno un fascino speciale per chi ha in testa algoritmi al posto delle sinapsi, poi ci sono finezze come l'ordine di accensione dei cilindri medesimi che è 1-2-4-5-3 per ridurre al minimo le vibrazioni... E siccome anche chi progetta robot e droni d'avanguardia dalla mattina alla sera a volte ha bisogno di un'iniezione di adrenalina pura ecco i 390 cavalli, l'accelerazione da zero a 100 in 4,2 secondi e un rombo che ti vien voglia di estirpare l'hi-fi di bordo e buttarlo via per godertelo fino in fondo. Buon sottosterzo. **L**

(ha collaborato Nicole Berti di Carimate)

Illusioni a regola d'arte

© Museo del PreCinema - Collezione Mimici Zotti



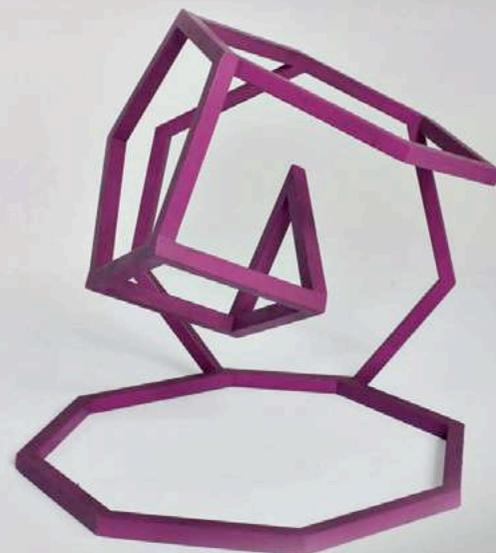
A Padova una grande mostra indaga sulle percezioni e gli inganni in cui cadono i nostri occhi affiancando opere di epoche e generi differenti

di Francesca Amé

Le porte della percezione, le impressioni della vista, i giochi del cervello, le ambiguità e il fascino delle illusioni ottiche: tutto quello che oggi ci seduce (e ci fa perdere del grand tempo sui social) è già stato inventato secoli fa dagli artisti e una mostra a Padova – la città di Galileo e quella in Italia dove gli studi di psicologia della percezione sono più attivi – ora lo racconta benissimo. Originale nel taglio curatoriale, affidato a Luca Massimo Barbero per la parte sto-

rica e a Guido Bartorelli, Giovanni Galvano, Andrea Bobbio e Massimo Grassi per le sezioni maggiormente legate alla psicologia, *L'occhio in gioco. Percezioni, impressioni e illusioni nell'arte* dal 24 di questo mese fino al 26 di febbraio, porta negli ampi spazi del Palazzo del Monte di Pietà una serie di ope- ➔

© Courtesy Fondazione Cassa di Risparmio Padova e Rovigo



In questa immagine: Manfredo Massironi, *Struttura*. In basso: Umberto Boccioni, *Bozzetto per La città sale* (sinistra) e disco base per zootropio, *Wheel of life*, edito da H.G. Clarke & Co., a Londra, nel 1870. Nella pagina accanto, cromatropio per Lanterna Magica risalente 1880 circa.

L'esposizione non segue un ordine cronologico, ma procede per associazioni



© Pinacoteca di Brera, Milano



© Museo Nazionale del Cinema, Torino / photo Giorgio Tovo

re che, tra arte, fotografia, miniatura, scultura, scienza e tecnica ci mostrano «l'inganno del colore e del movimento». Siamo abituati a cogliere le applicazioni degli studi sull'ottica e le teorie del colore nelle opere di Klee, Bocconi, Seurat, Kandinsky, ma antiche miniature, mappe celesti e documenti esposti – in sala come in cassetti posizionati a parte, affinché il visitatore li possa aprire con calma, familiarizzando con la materia e osservandola da vicino – ci ricordano che già alchimisti e monaci dei tempi lontani erano sedotti dalla capacità dell'occhio di cadere nei tranelli illusionistici. Questa è poi una mostra fatta di tanta varietà: le sculture di Calder, i disegni di Munari, le macchine di Duchamp hanno saputo “ridisegnare” la realtà con un ritmo tutto loro. Gli appassionati di cinema saranno lieti di sapere che un'intera sezione è dedicata agli oggetti in movimento, in un vorticoso alternarsi di stru-



In questa foto:
Manfredo Massironi,
*Alveare (Trasparente
monocromo)*. In alto:
Marina Apollonio,
Senza titolo



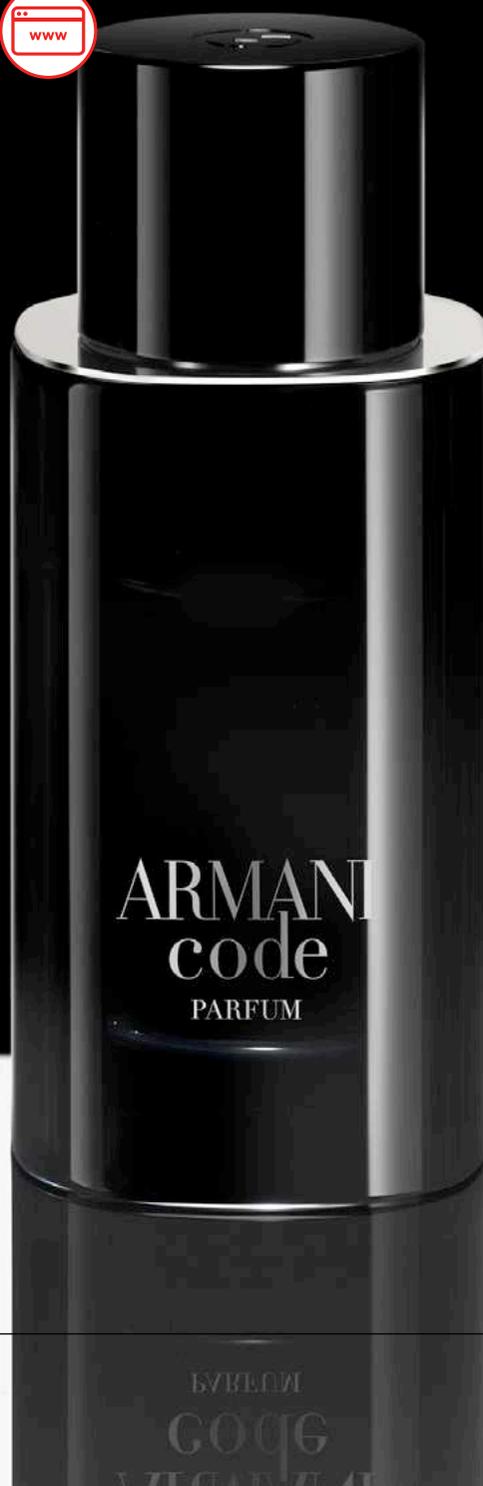
menti scientifico-tecnologici e artistici che permettono di scoprire gli albori del cinema, dai fratelli Lumière a Man Ray, fino alla fotografia sperimentale. Il percorso espositivo non segue un ordine cronologico, ma procede per associazioni: opere emblematiche per i loro effetti illusionistici come *Bambina che corre sul balcone* di Giacomo Balla è accostata a *Grey Scramble* di Frank Stella e a svariati strumenti che anche oggi si utilizzano per creare visioni immersive e sorprendenti. Vertigine, scoperta, stupore: questa esposizione abbraccia il ventaglio delle emozioni che accompagna la nostra osservazione attuale, sempre più immersiva, complessa, coinvolgente (pensiamo ai visori e alla realtà virtuale). Ci spiega che il nostro occhio guarda, cattura, legge, ordina, scompone e ricompone: è bravo, è uno strumento valido, ma può essere ingannato e raggirato. A regola d'arte. **L**

Beauty Coach

Una nuova fragranza reinventa la firma olfattiva di Armani Code per gli uomini di oggi

Giorgio Armani
ARMANI CODE
PARFUM
Armani.com

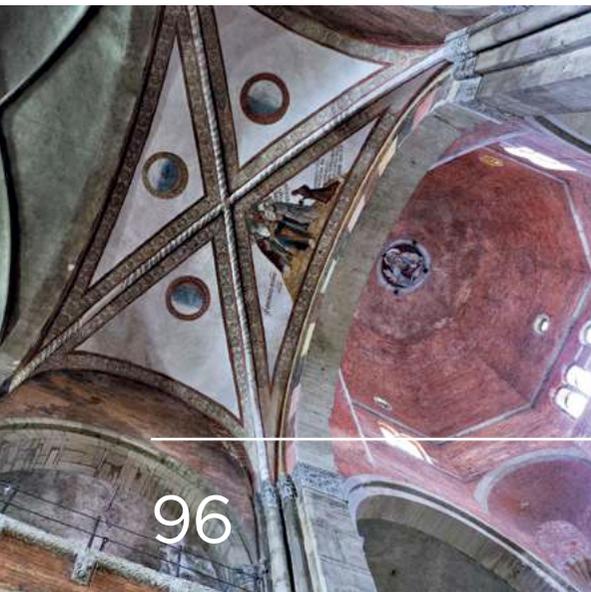
Ultimo nato nella gamma, Armani Code Parfum reinventa la firma olfattiva di Armani Code. Realizzato dal maestro profumiere Antoine Maisondieu (Givaudan), creatore della fragranza originale, ne riprende l'essenza aromatica e boisé e, grazie alla combinazione di note di iris, rivela una sfaccettatura sensibile, che cattura l'essenza di un uomo in perpetuo movimento. In più, in linea con il costante impegno del brand per la sostenibilità (Giorgio Armani si impegna a preservare le foreste a rischio di estinzione), il flacone, eco-concepito, è ricaricabile e nella produzione vengono privilegiati ingredienti di origine naturale, provenienti da fonti sostenibili.





Al cospetto di San Michele

La Basilica Pavese che ospitò l'incoronazione del Barbarossa si presenta oggi più splendente che mai dopo il restauro dei suoi affreschi



Passeggiare tra le strade di Pavia significa respirare insieme storia, scienza e avanguardia. Basti pensare all'Università qui fondata dall'Imperatore Carlo IV, tra le più antiche d'Italia, ai Musei Civici all'interno del Castello Visconteo, o al Ponte della Libertà quando di notte le sue arcate si colorano del blu, giallo e fucsia dei neon dell'artista Marco Lodola. Ma c'è

un'altra ricchezza pavese da non dimenticare: la Basilica di San Michele Maggiore. Teatro di numerose incoronazioni, tra cui quella del celebre Barbarossa (nel 1155), oggi la basilica si presenta con un aspetto del tutto rinnovato. Si è infatti concluso il restauro della volta a crociera della navata centrale, seguito a quello che ha interessato la volta a crociera del presbiterio e quella della navata laterale sud.



In queste pagine, la facciata della Basilica di San Michele Maggiore e alcuni scorci degli affreschi che hanno riacquisito i colori originali grazie al restauro appena concluso



Varcare le porte della chiesa è oggi un'esperienza del tutto diversa e sorprendente rispetto solo a qualche anno fa. Alzando gli occhi verso le volte si resta stupiti per i colori brillanti degli affreschi realizzati tra fine 400 e metà del 500, che le avevano rese famose già nei tempi antichi, e poi ricoperti nell'800. Colori che appaiono con grande evidenza pure sui capitelli, anch'essi oggetti del restauro. Da segnalare, tra le scoperte più importanti, il ritrovamento di un cartiglio che attribuisce all'imperatore Costantino (e non a Federico Barbarossa) il ritratto dell'uomo incoronato che spicca tra gli affreschi. Quale mese migliore di settembre per riscoprire tutto il bello che Pavia può offrire (compresa, ovviamente, la famosa Certosa ovviamente) approfittando delle belle giornate senza soffrire il caldo afoso di luglio? **L**

IN AGENDA Tre esperienze da non perdere

IN GITA A CASTEGGIO

L'Oltrepò Pavese è famoso per i suoi vigneti e i vini che producono: l'Oltrepò Metodo Classico Docg, il Cruasè e l'Oltrepò Pavese Doc. Dove degustarli? A Casteggio, dove oltre alle sue cantine, a meritare una visita sono anche la Collegiata di San Pietro Martire, la fontana nella quale Annibale avrebbe fatto abbeverare gli elefanti e la Certosa Cantù.



IL PRANZO È SERVITO

I veri viaggiatori amano vivere a 360 gradi i luoghi che visitano, cultura gastronomica compresa. Per una pausa golosa a base di ingredienti e tradizioni del territorio potete fermarvi all'osteria La torre degli Aquila, non lontano dal celebre Ponte Coperto sul Ticino. Qui il risotto non manca mai e la torre medievale che lo ospita renderà il pasto ancora più suggestivo. **Latorredegliaquila.it**



UNA SERA IN MUSICA

Se ne avete la possibilità, prenotate una serata al Teatro Fraschini, splendida cornice settecentesca che, per esempio, dal 16 al 30 settembre ospiterà *Preludi d'autunno*, rassegna di musica classica che porterà in città alcune delle orchestre più prestigiose del panorama nazionale e internazionale. E dal 7 ottobre il *Don Giovanni* di Mozart aprirà la Stagione d'Opera. **Teatrofraschini.it**

Fuori di... CASA!

Le belle giornate di settembre sono il momento ideale per godersi gli spazi all'aperto prima che arrivi l'autunno. Basta avere gli arredi giusti



Push
Myyour.eu

In occasione della Milano Design Week il tavolo Push di My Your si è presentato in una nuova versione con top tondo. Il piano in gres, disponibile in diverse finiture, è adagiato su una particolare struttura composta dall'intreccio di tondini in acciaio. Il risultato è un modello dalla forte presenza scenica che diventa protagonista dell'area pranzo allestita all'aperto. È disponibile con circonferenza di 120 o 160 cm, o ancora con circonferenza da 180 cm con piano in hpl, resistente, pratico, durevole e impermeabile.



Playa Living

Piscinelaghetto.com

Grazie alle sue linee pulite ed eleganti, con Playa Living Piscine Laghetto lancia un nuovo concetto di minipiscina di design capace di donare personalità a ogni ambiente. Può essere, infatti, facilmente installata, oltre che in giardino o in terrazza, anche in contesti nuovi come un interno, uscendo dall'uso strettamente stagionale per diventare un elemento d'arredo trasversale a tutte le stagioni (grazie anche al riscaldatore d'acqua e alla funzione di massaggio ad aria).



CREST

Unopiu.com

"CREST The Outdoor Landscape System" è un progetto modulare nato dall'incontro tra Unopiù e Stefano Boeri Interiors, che trae ispirazione dalle linee di un paesaggio naturale per disegnare una nuova fruizione degli spazi esterni. Realizzato in tessuto, legno di Okumè e acciaio inox satinato per garantire durabilità e resistenza agli agenti atmosferici, offre la possibilità di vivere all'aperto molteplici attività tipicamente svolte indoor. Costituito da moduli componibili con sedute, chaise longue, tavoli e lavabi, assolve a diverse funzioni in un'ottica fluida e poliedrica.



Majlis

Jwanahamdandam.com

Parte della prima collezione di Jwana Hamdan, il nuovo brand di design outdoor fondato dall'omonima imprenditrice italo-libanese, Majlis si caratterizza per la struttura in alluminio con cornice in legno iroko, sulla quale poggiano una comoda seduta e uno schienale formato da due rulli di dimensioni e densità differenti, che si curvano e prolungano in maniera asimmetrica. Pensato come sistema componibile, permette di creare infiniti layout ed è configurabile nella versione a terra o su struttura in due altezze differenti.



An aerial photograph of a sailboat with dark blue sails on a deep blue sea. The boat is viewed from a high angle, showing the deck and the crew. The sails are fully deployed, and the boat is moving through the water, leaving a white wake. The text '100 wally.com' is visible on the top of the main sail.

Le vele della corona

Attraverso gli yacht club più influenti, ROLEX ha costruito un legame unico con questo sport e oggi è partner di prestigiose gare e regate del circuito internazionale

La passione di Rolex per lo sport risale alle origini stesse del marchio. Quando Hans Wilsdorf fonda la propria azienda orologiera, è colpito dalle spettacolari mutazioni che caratterizzano la società all'inizio del XX secolo. In un momento in cui l'orologio da polso è ancora considerato come un fragile gioiello, il fondatore comprende l'interesse nel poter disporre di un modello robusto, preciso e affidabile, adatto a uno stile di vita più attivo. Da quel momento saranno tante le discipline che vedranno e vedono la Casa coronata come sponsor unico

o come mente organizzatrice di eventi di importanza planetaria.

Il rapporto tra Rolex e la vela nasce nel 1958, quando viene messa in atto la prima collaborazione con il New York Yacht Club, fondatore dell'America's Cup. Questa partnership determinante con il NYYC, e più tardi con il RYS, è l'inizio di un legame intenso e duraturo con gli ambienti storici e pionieristici della vela, che attraverso la loro influenza hanno forgiato lo sport e le sue regole.

Naturalmente nel tempo ha dedicato anche dei modelli importanti a questa disciplina sportiva. Perfetto esempio ne è l'Oyster Perpetual Yacht-Master 42, recentemente presentato anche in oro giallo, dopo essere stato proposto fino a oggi esclusivamente in oro bianco. La nuova versione, dotata di una lunetta girevole bidirezionale con disco Cerachrom e bracciale Oysterflex, beneficia della visualizzazione Chromalight del quadrante: gli indici e le lancette, sono riempiti o rivestiti con una nuova sostanza luminescente, esclusiva di Rolex, che garantisce un'intensità di emissione prolungata.

Tornando al mare, in pratica è da oltre 60 anni che Rolex promuove la passione per la vela, instaurando profondi legami con influenti circoli nautici di tutto il mondo, dove semplici appassionati socializzano con esperti regatanti e skipper d'élite. La rete delle sue prestigiose partnership si allarga a comprendere le maggiori gare e regate dell'Atlantico, del Mediterraneo e del bacino del Pacifico.

La Rolex Giraglia è la più antica regata d'altura del Mediterraneo e vanta una storia prestigiosa. Organizzata dallo Yacht Club Italiano con il patrocinio della Société Nautique de Saint-Tropez, si snoda su un percorso che va dall'esclusivo scenario di Saint-Tropez, in Francia, al porto di Genova, passando per lo scoglio della Giraglia al largo della costa nord della Corsica. Rolex associa il proprio nome alla competizione dal 1998.

La Rolex Sydney Hobart Yacht Race, ospitata ogni anno dal Cruising Yacht Club of Au-

Alcune immagini della 69esima edizione della Rolex Giraglia, tornata al suo format originale con la Sanremo - Saint-Tropez, tre giorni di regate costiere e sui bastioni nelle acque francesi, con la partenza della lunga fissata per mercoledì 15 giugno 2022: 241 miglia sul triangolo Saint-Tropez - Giraglia - Genova. Come da tradizione, flotta quanto mai eterogenea e composta dai grandi maxi yacht con equipaggi di professionisti e quelli corinthiani, con familiari e amici, tutti si a caccia del migliore risultato, ma uniti dalla passione per questa regata e per la navigazione in un triangolo geografico spesso contraddistinto da una difficile lettura meteorologica.



Rolex Yacht-Master 42,

Cassa Oyster in oro giallo 42 mm, quadrante nero laccato. 27.150 euro.

rologiche estreme, l'una al largo delle coste dell'Australia, l'altra nelle acque dell'arcipelago britannico, queste gare regalano ai partecipanti enormi soddisfazioni personali.

Altrettanto spettacolare, il Rolex TP52 World Championship – la più impegnativa delle prove organizzate in onore dei proprietari delle barche TP 52 e dei loro equipaggi – riunisce i migliori skipper del mondo.

Infine, la Maxi Yacht Rolex Cup, organizzata dallo Yacht Club Costa Smeralda, costituisce uno dei momenti clou della stagione velistica nel Mediterraneo. In un panorama unico, quello della Costa Smeralda, una sontuosa flotta di Maxi converge ogni settembre verso lo YCCS di Porto Cervo per cimentarsi in una settimana di avvincenti competizioni nelle acque della Sardegna nord-orientale. 

stria, e la Rolex Fastnet Race, organizzata dal Royal Ocean Racing Club (RORC) con cadenza biennale, sono tra le gare offshore più ambite. Incredibilmente competitive e spesso disputate in condizioni meteo-

Casa del futuro? No, del presente

Una recente indagine Doxa ha evidenziato come oltre il 62% degli italiani, dovendo cambiare abitazione, vorrebbe vivere in una smart home. Niente paura: non occorre traslocare per avere una dimora connessa, basta scegliere la giusta dotazione tecnologica



Lo chef è l'Intelligenza Artificiale

samsung.com/it

Per i forni di casa Samsung il controllo da remoto è ormai scontato. La possibilità di affidarsi alla piattaforma SmartThings per accendere e spegnere l'elettrodomestico dallo smartphone o dalla Tv, piuttosto che ricevere suggerimenti sulle ricette, inviandole direttamente al forno è davvero innovativo, ma assodato. La grande novità che caratterizza la nuova gamma è la funzione AI Camera, che a partire dalla Serie 6 (da 1.999 euro) introduce l'Intelligenza Artificiale. In questo modo il forno identificherà la pietanza e potrà controllare in autonomia la cottura, aiutando i consumatori in ogni fase della preparazione, suggerendo tempi e modalità di cottura ideali. *Last but not least*, la funzione Dual Cook Flex: la doppia porta e le due zone di cottura indipendenti permettono di cuocere contemporaneamente a vapore (regolabile) e in maniera tradizionale.





Il robot aspirapolvere che ti conosce

irobot.it

Roomba j7+ (999 euro), il robot aspirapolvere più avanzato e tecnologico di iRobot, si avvicina sempre di più a un vero e proprio assistente domestico. Grazie alla tecnologia Genius Home Intelligence 3.0 (disponibile su tutti i robot dell'azienda) l'aspirapolvere, dotato del suo sistema di svuotamento automatico Clean Base, diventa a ogni utilizzo sempre più efficiente. Non solo impara alla perfezione forma, dimensioni e arredamento di ogni stanza per pulire dove è più necessario, ma apprende nel tempo le nostre regole e routine quotidiane. Riconosce ed evita ostacoli improvvisi - come un cavetto di ricarica caduto a terra - e può avviare la pulizia in automatico nel momento in cui si esce di casa e interromperla al nostro rientro.



Da Smart Tv a pannello di controllo

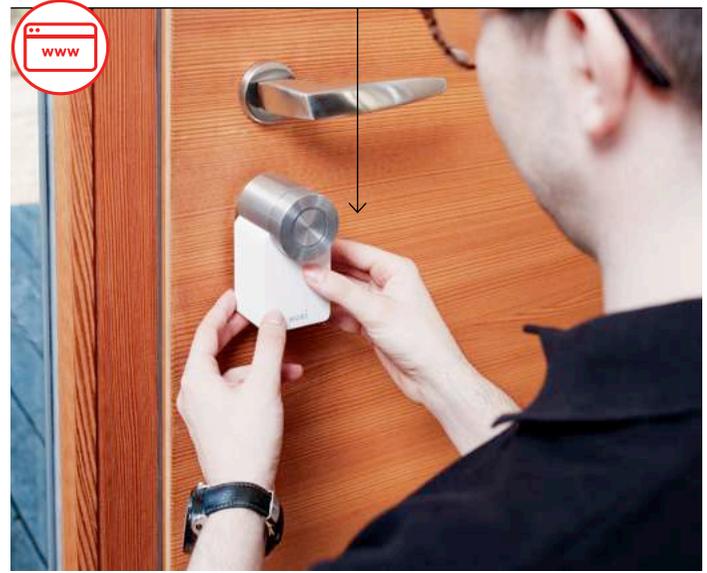
amazon.it

La Fire Tv di Amazon (da 29,99 euro), gadget che attraverso l'ingresso Hdmi trasforma un tradizionale televisore in una Smart Tv, cresce nelle sue funzioni attraverso la nuova Smart Home Dashboard. Tramite questa piattaforma è possibile visualizzare e controllare i dispositivi connessi in casa. Basta dire "Alexa, mostra il pannello della casa intelligente" e, tramite Fire Tv, si possono visualizzare luci, prese e interruttori smart collegati per controllarne lo stato (accesso/spento) e comandarli con il telecomando. Una specifica sezione è dedicata alle telecamere connesse, di cui è possibile visualizzarne le riprese.

Chiavi addio

nuki.io

Controllare la porta di casa o dell'ufficio ovunque ci si trovi tramite smartphone. Nuki Smart Lock 3.0 (269 euro) è il modello più esclusivo di serratura elettronica studiata dall'austriaca Nuki, che ha puntato molto sull'inviolabilità del proprio dispositivo (gli standard di sicurezza sono paragonabili a quelli dei servizi di online banking). Bastano pochi minuti per montare lo Smart Lock dal lato interno della porta, senza usare viti o fori. Una volta installata, la serratura elettronica si sblocca automaticamente quando si arriva di fronte alla porta, senza dover estrarre dalla tasca il telefono. Tramite l'app dedicata, è inoltre possibile assegnare chiavi digitali ad amici e parenti, controllando nel registro delle attività chi è entrato o è uscito. Il modello Pro è caratterizzato da un pomello in acciaio inossidabile, power back e Wi-Fi integrati per una maggiore autonomia e una piena gestione della serratura anche da remoto.



Presse intelligenti

iotty.it

Non solo gli elettrodomestici, anche le prese di corrente diventano intelligenti con Iotty, azienda di Porcia (Pn) che unisce il concetto di smart home al design italiano. Facilmente installabile - può sostituire qualsiasi presa da incasso esistente, bastano i cavi fase, neutro e terra - permette di accendere o spegnere qualsiasi dispositivo elettronico o elettrodomestico da remoto, tramite una connessione diretta al Wi-Fi, e di tenere traccia del consumo energetico attraverso un'app dedicata.



Un salotto a Firenze

Lo chef Vito Mollica è tornato da Dubai per l'apertura del ristorante Chic Nonna all'interno dell'affascinante Palazzo Portinari



Vito Mollica è uno dei più grandi chef e manager della generazione d'oro della nuova cucina italiana e lo scorso anno, dopo essere arrivato a un passo della seconda stella, sorprese tutti lasciando Firenze e l'Italia per l'avventura a Dubai con il gruppo Mine & Yours di cui è oggi Director of Culinary. Dalla scorsa primavera, dopo aver aperto per il gruppo un ristorante-lounge nel distretto finanziario della capitale emiratina, è tornato in patria con nuove ambizioni, raccogliendo la sfida di realizzare nel centro di Firenze un salotto di livello internazionale a partire

dal ristorante Chic Nonna dentro Palazzo Portinari, residenza di charme e albergo aperto dopo un investimento di ristrutturazione costato una piccola fortuna.

Dubai è uno dei Paesi più in fermento al mondo: come viene vista la ristorazione italiana?

In generale tutto ciò che evoca l'*Italian style* è ammirato e desiderato. Qui si concentra il meglio di quello che il panorama mondiale offre in termini di prodotti. Per uno chef italiano esprimersi nella capitale emiratina, oltre ad essere un'opportunità di business, significa anche confrontarsi con una clientela abituata a standard molto elevati, che apprezza e conosce molto bene la nostra cucina.

Dopo anni di ristorazione e hotelierie non le è mai venuta la voglia di cambiare e occuparsi solo di un locale?

Nella carriera e nella mente di uno chef questo è un passaggio con cui ci si confronta sempre. Per me la situazione ideale, quella in cui riesco a esprimermi al meglio, è all'interno di realtà ben strutturate, che consentano di lavorare con una certa autonomia decisionale e organizzativa e che, al contempo, garantiscano stimoli sempre nuovi coinvolgendoti in progetti davvero stimolanti.

Cosa troviamo delle sue radici lucane nel menu di Chic Nonna?

Il mio percorso professionale non può prescindere dalle mie radici e dall'affetto che

nutro per la mia terra natia. In tutte le realtà in cui ho lavorato in questi anni ho sempre portato con me degli ingredienti della mia Regione, come la pasta fresca, i peperoni cruschi, il provolone podolico, il pezzente, il pecorino di Filiano, la melanzana rossa o i fagioli di Rotonda.

Quali influenze "arabe" si possono individuare nel menu di Chic Nonna Firenze e cosa piace di più del menu italiano nel ristorante di Dubai?

La particolarità del concept Chic Nonna è che è in grado di adattarsi perfettamente al pubblico di riferimento della località in cui viene proposto, senza tuttavia snaturare la sua essenza. Sia a Firenze che a Dubai, infatti, il focus è sempre sulla cucina italiana di impronta tradizionale e autentica, senza particolari contaminazioni gastronomiche. **Il piatto di maggior successo della scorsa stagione e un'anteprima di cosa proveremo in autunno?**

Il focus è sulla cucina italiana d'impronta tradizionale e autentica



La maggior parte dei clienti di Chic Nonna opta per uno dei due percorsi di degustazione proposti, il primo che è un'originale combinazione di carne e pesce e il secondo vegetariano. Sicuramente tra i piatti più iconici e richiesti c'è la quaglia farcita di foie gras e albicocche e il risotto caprese con scampi marinati al basilico. Trattandosi di una cucina che si basa molto anche sulla stagionalità, in autunno saranno sicuramente protagonisti i piatti a base di tartufo.

La clientela fiorentina è notoriamente esigente, non solo in merito a quanto trova nel piatto: che attenzioni ponete in sala per non deludere le aspettative?

La clientela fiorentina è esigente, ma siamo felici che stia apprezzando la nostra formula di accoglienza sia a Salotto Portinari Bar & Bistrot, sia al ristorante gastronomico Chic Nonna. La sala, capitanata da David Bonissone e gestita da Mark Ignatov e Davide Altobelli, ha un'impronta classica, con servizio alla francese, semplice ed elegante, con un tocco di raffinata precisione orientale.

Quali sono gli abbinamenti con il vino più riusciti di questi primi mesi di Chic Nonna Firenze?

La nostra cucina, sia a Firenze che a Dubai, si abbina perfettamente con le bollotine metodo classico. In particolare, a Firenze abbiamo ideato un *wine pairing* ad hoc: cinque portate e cinque calici di spumanti (italiani e francesi) con cui giocare e sfatare un po' di luoghi comuni. Finora è stata la formula più venduta e apprezzata, complice il clima estivo, ma anche la curiosità dei clienti.



In questa foto, la sala del nuovo Chic Nonna di Firenze. In alto, il risotto caprese con scampi marinati al basilico. Nella pagina accanto, lo chef Vito Mollica all'ingresso di Palazzo Portinari



CHICNONNA.COM

I Petnat fanno tendenza

Spumanti e vini frizzanti naturali, rifermentati senza sboccatura, sono tra i trend più interessanti delle ultime stagioni. Ecco quali provare

T

Tra i trend dell'enologia italiana degli ultimi anni spicca quello degli spumanti ancestrali e rifermentati senza sboccatura, che potete gustare torbidi e con i lieviti ancora in sospensione nella bottiglia. Oggi li chiamiamo "Petnat" che è la fusione delle due parole francesi Petillant e Naturelle e serve a indicare gli spumanti ed i vini frizzanti naturali. Andiamo alla loro scoperta partendo dall'Emilia, dove incontriamo la superstar Gianluca Bergianti con la sua Terre vive in Gargallo di Carpi, ha ideato la manifestazione Emilia Sur Li (giocando sul termine francese "sur lie" che indica i vini con residuo di lieviti) che ogni anno raccoglie i migliori produttori della zona di questa tipologia come gli ormai celebri Massimiliano Croci, Vittorio Graziano e Camillo Donati. Di Bergianti i prodotti adoriamo in particolare il "No Autoclave" da uve salamino di S. Croce, sorbara e pignoletto. Di Camillo Donati rammentiamo la splendida Malvasia e la Ribelle (barbera in rosato), di Vittorio

Graziano a Castelvetro citiamo "Lo Smilzo" da uve lambrusco e il Ripe di Sopraveneto da uve bianche di trebbiano. Massimiliano Croci, poi, si è affermato tra le superstar della zona con il Gutturnio e con il bianco Lubigo da uve Ortrugo. Poco più a Sud, anche i colli bolognesi sono ricchi di bollici-

ne da uve pignoletto come quelli di Tenuta San Vito, di Tenuta La Riva (Pinus Laetus) e quello di Casetta Belvedere.

In Veneto, l'altra zona ancestrale di questi vini, troviamo il Garg'n'go di Angiolino Maule e Firmino Miotti a Breganze che ne propone addirittura tre diversi da viti-



gni autoctoni: Vigna Riela (da vespaiola), Sampaña (da marzemina bianca) e Pedevendo (dalla rarissima uva pedevenda). Nella zona di Gambellara, invece, è tradizione raccogliere i grappoli di garganega e metterli ad appassire nei granai: queste uve, oltre che per produrre vini dolci liquorosi come il Recioto, sono utilissime anche per fornire zuccheri per le rifermentazioni come quelli di Stefano Menti o di Davide Vignato con il suo Primo Incontro, il Barbabolla di Marco Barba. Pure Massimo Brutti, nel Sud del Lago di Garda, utilizza la tecnica del tiraggio con mosto di uve passite e con questo sistema produce Bakari Blanc de Blancs da uve Friulano.

Non troppo lontano, in Trentino, c'è lo sperimentatore Mario Pojer che ha realizzato lo Zero infinito da uve solaris PIWI (ibrido resistente alle malattie), mentre in Friuli, Gaspare Buscemi produce il Perle d'uva e il Perle d'uva fondo in fondo da tre diverse varietà e da tre annate diverse unite insieme.

Scendendo in Toscana, Ballùn di Laura dell'Aira a San Gimignano è una golosa interpretazione in rosa freschissimo del sangiovese della città delle torri, mentre in Piemonte Carussin produce il Felice Na', un nebbiolo in zona nobilissima (San Rocco Seno d'Elvio) presentato in modalità bevanda, con tappo ovviamente a corona.

Il Lazio si è messo in luce con il Divago di Riccardi Reale e A' la Volée dell'azienda Fra in Monti. Inoltre a Gradoli, dalle parti del lago di Bolsena, Andrea Occhipinti ha 6 ettari di vigna dove l'Aleatico dà risultati prodigiosi come la versione rifermentata in bottiglia, il Friccicarello.

Infine, nel Sud continentale rammentiamo On The Moon, il rifermentato con mosto congelato prodotto da uve bombino dall'Azienda Demaio a San Severo (FG) e La Matta Spumante Integrale VSQ di Casebianche. Mentre in Sicilia troviamo Sottosopra che Marilena Barbera produce in poche centinaia di esemplari e nemmeno tutti gli anni. 

1. Ballùn di Fattoria Fugnano a San Gimignano
2. Il Garg'n'go di Angiolino Maule e Firmino Miotti a Breganze
3. On The Moon, rifermentato con mosto congelato dell'Azienda Demaio a San Severo
4. Il Sottosopra che Marilena Barbera produce in Sicilia
5. Sui Lieviti di Orsi Tenute San Vito da uve pignoletto
6. La Matta Spumante Integrale VSQ di Casebianche
7. Il Perle d'uva di Gaspare Buscemi



CINEMA



EVERYTHING EVERYWHERE ALL AT ONCE

I WONDER PICTURES

DAL 6.10

Definito dalla stampa "il film definitivo sul multiverso", il film campione al botteghino Usa con oltre 67 milioni di dollari di incassi è un'opera fuori dagli schemi, diretta dal geniale duo noto come The Daniels, ovvero Daniel Kwan e Daniel Scheinert. *Everything Everywhere All at Once* è una folle, avvincente e coloratissima avventura nel multiverso in cui la proprietaria di una lavanderia a gettoni (Michelle Yeoh), chiamata a salvare il destino degli universi, dovrà attingere a tutto il suo coraggio per sconfiggere un nemico all'apparenza inarrestabile e riportare l'armonia nella sua famiglia. Un film altamente spettacolare e al contempo profondo, che fonde commedia, dramma familiare, arti marziali, romanticismo, dita fatte di wüurstel e un bagel che racchiude i segreti dell'universo. Nel cast anche Jamie Lee Curtis.

Il signore delle formiche

01 DISTRIBUTION

Dall'8.09

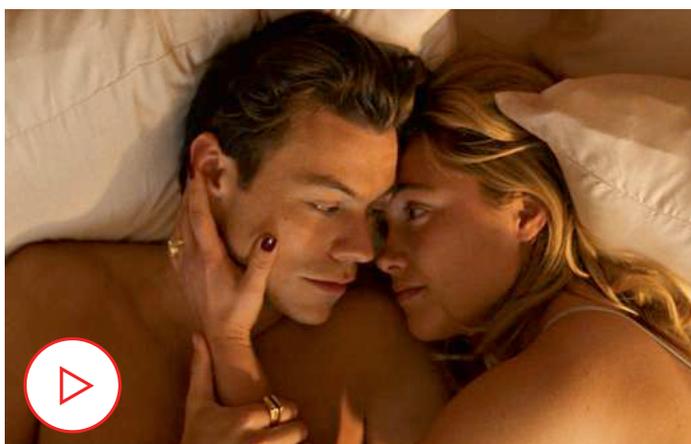


Dopo il successo di *Hammamet*, con uno straordinario Pierfrancesco Favino nei panni di Bettino Craxi, Gianni Amelio porta al cinema un altro intenso ritratto di un noto personaggio della storia italiana. Il film, infatti, si basa sulla vita dello scrittore e drammaturgo Aldo Braibanti (interpretato da Luigi Lo Cascio), concentrandosi sugli anni di quello che sarà ricordato come il "caso Braibanti": l'uomo fu condannato a 14 anni di carcere per aver "plagiato" l'amico Giovanni Sanfratello (Elio Germano) imponendogli le proprie visioni e i propri principi, imputazione dietro cui si celava un'accusa di omosessualità.

Don't Worry Darling

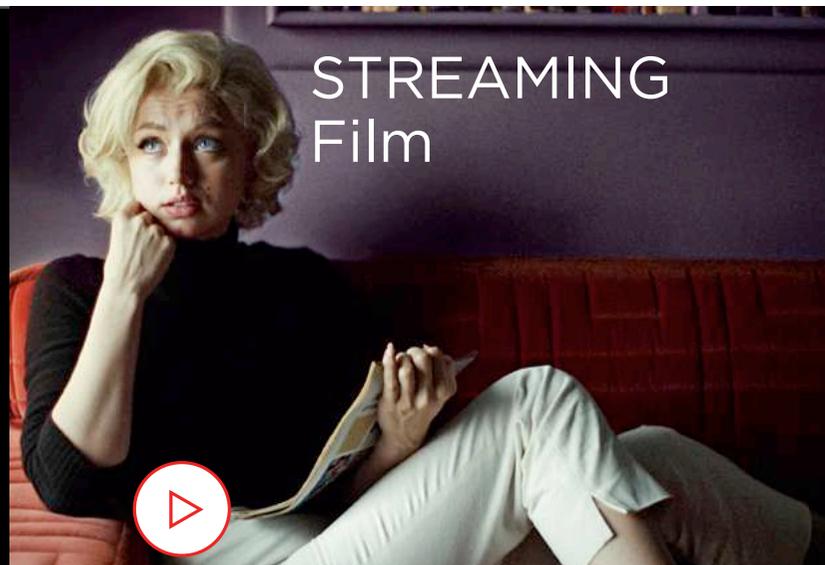
WARNER

Dal 22.09



Al secondo film da regista, Olivia Wilde (*La rivincita delle sfigate*) cambia completamente registro e confeziona un inquietante thriller psicologico ambientato in una comunità perfetta alla *Stepford Wives* dove le mogli si occupano della casa mentre i mariti lavorano a un progetto top-secret dell'azienda che ha creato la cittadina nel mezzo del deserto. Quando però iniziano ad apparire delle crepe nella loro vita idilliaca, qualcosa di sinistro rischia di minacciare la città e i suoi abitanti. Nel cast Florence Pugh e Harry Styles, affiancati dalla stessa Wilde e da Chris Pine.

STREAMING
Film



Blonde

Disponibile su Netflix

Dal 23.09

Prodotto da Brad Pitt e diretto da Andrew Dominik, arriva sulla piattaforma streaming l'omonimo adattamento del bestseller fiume di Joyce Carol Oates, che reinventa con audacia la vita di una delle icone più leggendarie di Hollywood: Marilyn Monroe. Nei cui panni si è calata con bravura camaleontica Ana de Armas, vista recentemente in *Cena con delitto - Knives Out*, *No time to Die* e nel film Netflix dei fratelli Russo *The Gray Man*. Blonde, partendo dalla sua infanzia imprevedibile come Norma Jeane, finisce per attraversare la sua giovinezza, seguendone l'ascesa alla fama e i legami sentimentali, mescolando realtà e finzione per esplorare la sempre più vasta differenza tra l'immagine pubblica e quella privata dell'attrice. Nel cast anche Bobby Cannavale, Adrien Brody, Julianne Nicholson, Xavier Samuel ed Evan Williams.

Serie Tv



Il Signore degli Anelli - Gli Anelli del potere

Disponibile su Prime Video

Dal 2.09

Prima del Re, prima della Compagnia, prima dell'Anello prendeva vita un'altra leggenda... Disponibile dal 2 settembre in più di 240 Paesi, con un nuovo episodio ogni settimana, la serie drama in più stagioni si svolge migliaia di anni prima degli eventi narrati in *Lo Hobbit* e *Il Signore degli Anelli* di J.R.R. Tolkien, unendo tutte le storie principali della Seconda Era della Terra di Mezzo: la forgiatura degli anelli, l'ascesa di Sauron l'Oscuro Signore, l'epica storia di Númenor e l'Ultima Alleanza tra gli Elfi e gli Uomini, per mostrare cosa è accaduto nella Terra di Mezzo quando invece dell'Unico Anello ce n'erano molti... La serie segue quindi un gruppo di personaggi, alcuni già noti, altri nuovi, mentre si apprestano a fronteggiare la minaccia di uno dei più grandi cattivi usciti dalla penna di Tolkien che vuole far sprofondare tutto il mondo nell'oscurità.

IN SCENA

La Passione Sordevolo (Bi)

Da oltre 200 anni i cittadini di Sordevolo – un paese montano in provincia di Biella, in Piemonte – mettono in scena ogni cinque anni uno spettacolo che coinvolge centinaia di persone tra attori e comparse. *La Passione*, che racconta gli ultimi giorni di Cristo, è uno spettacolo unico in Italia, realizzato da attori dilettanti che preparano con meticolosa attenzione ogni dettaglio, dalla scenografia alla recitazione, dall'accoglienza al dietro le quinte. Lo show prende vita negli oltre 4 mila metri quadrati dell'anfiteatro Giovanni Paolo II, capace di accogliere circa 2.400 spettatori. A settembre lo spettacolo si terrà dal 2 al 25 del mese, tutti i venerdì, sabato e domenica con l'aggiunta di martedì 20 in cui la rappresentazione diventa a misura di bambino.



VIDEOGAME



THE LORD OF THE RINGS: GOLLUM

Daedalic Entertainment

Mentre in Tv prendono vita le vicende che hanno portato alla creazione degli Anelli del Potere (vedi pagina precedente), su console debutta *The Lord of the Rings Gollum*. Si tratta di un *action adventure* incentrato su uno dei personaggi più noti della Terra di Mezzo e sviluppato da Daedalic Entertainment, in uscita su Switch, Pc, PS4, PS4 Pro, PS5, Xbox Series X, e Xbox One X. Gollum farà di tutto per stringere ancora una volta tra le mani il suo "Tesoro". Dilaniato dalla doppia personalità, il personaggio potrà essere feroce e malvagio come Gollum, o socievole e cauto come Sméagol. Il gioco permetterà di esplorare parti mai raccontate nel dettaglio da J.R.R. Tolkien ne *Il Signore degli Anelli*, come il periodo in cui è stato schiavo sotto la Torre Oscura o il suo soggiorno tra gli Elfi di Mirkwood.

FUMETTI

DOLORES

Micol Beltramini & Francesca Ciriegia
(Edizione BD)



La tragica esistenza di Dolores O'Riordan, cantante, autrice e chitarrista dei Cranberries morta nel 2018, raccontata in 120 pagine. Il volume unico della biografia è divisa in due parti: la prima, intitolata *Mirtilli Rossi*, la cui voce narrante sono i componenti della band; e *Dolores*, che segue gli ultimi sette anni della vita dell'artista. Al funerale del padre, nel 2011, Dolores rivede la persona che ha abusato di lei dagli otto ai dodici anni; le conseguenze sul suo equilibrio mentale sono devastanti: viene arrestata e diagnosticata bipolare, divorzia dal marito e perde la tutela dei figli. La sola persona che resta sempre al suo fianco è un ragazzo con il cappuccio della felpa tirato sugli occhi... La seconda parte della biografia rivela che è stata lei stessa a crearlo durante gli anni dell'abuso, perché non la lasciasse mai. Il ragazzo è lì anche quando Dolores, dopo aver tentato più volte il suicidio, si lascia scivolare nella vasca per l'ultima volta: il finale li rivede insieme nella stanza gialla di *When You're Gone*, che ha finalmente smesso di bruciare.

MUSICA



MUSE

Will of The People

Warner Music

Will of The People, disponibile dal 26 agosto, è il nono album in studio della rock band inglese, che per realizzarlo si è ispirato all'attualità di questi ultimi anni, caratterizzata da una crescente incertezza e instabilità nel mondo. «La pandemia, nuove guerre in Europa, massicce proteste e rivolte, un tentativo di insurrezione, destabilizzazione della democrazia occidentale, crescente autoritarismo, incendi e disastri naturali e la destabilizzazione dell'ordine globale hanno influenzato *Will Of The People*», ha raccontato il frontman della band Matt Bellamy. «È stato un periodo di



preoccupazione e spaventoso per tutti noi poiché l'impero occidentale e il mondo naturale, che ci hanno cullato per così tanto tempo, sono veramente minacciati. Questo album è un viaggio personale attraverso quelle paure e la preparazione per ciò che verrà dopo». Tra i brani contenuti nell'album, il singolo *Compliance* e la title track *Will of the People*, ma anche *Verona*, *Won't Stand Down, Kill or Be Killed*, *Euphoria* e *We are Fucking Fucked*. I Muse porteranno l'album a Milano il 26 ottobre, all'Alcatraz, unica data italiana di un tour esclusivo che toccherà solo sette città tra Stati Uniti ed Europa.

STORY MAKERS



**iervolino & lady bacardi
entertainment**

Coltivare la passione
della nostra generazione di talenti

Scopri i nostri valori.



ilbegrup.com



Un mistero sulla donna del mistero

L'ABC dell'ultimo romanzo di NINA DE GRAMONT, ispirato alla vera sparizione della regina del giallo

Agatha Christie

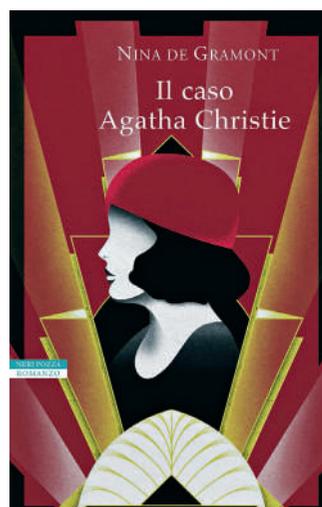
È lei, Agatha Christie, la regina del giallo, a dare il titolo a questa storia. E fu proprio lei la protagonista del fatto di cronaca da cui il romanzo prende spunto. Donna di classe, giallista affermata e... donna tradita. Eppure, la vera protagonista del libro, la voce narrante, non è la popolare scrittrice, bensì la sua rivale in amore, Nan O'Dea, la donna per cui il colonnello Christie chiese il divorzio. E quello che Nan vuole da lei non è solo suo marito. Finisce così che, nonostante le differenze tra loro, le due donne diventeranno le più improbabili delle alleate. E durante i misteriosi 11 giorni in cui Agatha scompare, si svelerà un oscuro segreto di cui solo Nan possiede la chiave.

Best seller

Già nella top 5 dei Best sellers del *New York Times* e salito ai primi posti della classifica Uk del *Times* nei primi giorni di pubblicazione, i diritti televisivi di questo romanzo sono già stati opzionati da Miramax Tv. Non è certo una sorpresa: il tema da cui prende spunto è intrigante, la scrittura scorrevole, il punto di vista originale. Del resto, Nina De Gramont non è alla sua prima esperienza letteraria e si vede.

Caso mediatico

Forse non è noto a tutti ma la sparizione di Agatha Christie, avvenuta nel 1926, fu ai tempi un enorme caso mediatico. Un mistero mai risolto che da sempre aleggia nella sua biografia. All'epoca era già una scrittrice piuttosto nota e quando, la notte del 4 dicembre, la sua auto fu trovata in folle e con i freni non inseriti in fondo a un dirupo di circa 300 metri, si temette il peggio. La stampa si mobilitò e il segretario agli interni, William Joynton-Hicks, fece pressione sulla polizia. Oltre 1000 agenti, 15 mila volontari e diversi aerei perlustrarono la campagna inglese alla sua ricerca. Fu ritrovata 11 giorni dopo allo Swan Hydropathic Hotel di Harrogate, dove alloggiava con il nome di Theresa Neele e diceva di non ricordare nulla. Ma cosa era accaduto veramente? Lei non parlò mai più della vicenda.

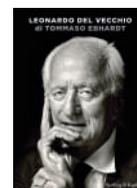


Nina De Gramont
**IL CASO
AGATHA CHRISTIE**
Neri Pozza



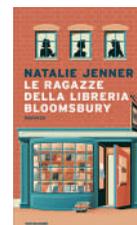
Francesco Recami
**I KILLER NON VANNO
IN PENSIONE**
SELLERIO

Walter Galati, impiegato dell'Inps, è sfruttato dai colleghi d'ufficio e in famiglia è sottomesso alle pretese della moglie. Ma nasconde un segreto, è un abilissimo killer. Gli incarichi, estremamente lucrosi, gli vengono impartiti da una invisibile agenzia. Ormai si sente a fine carriera e pensa che la sua sia un'ultima commissione, quando viene coinvolto in una ragnatela di trame che si incrociano in modo imprevedibile.



Tommaso Ebhardt
LEONARDO DEL VECCHIO
SPERLING & KUPFER

Ebhardt racconta la storia di Leonardo Del Vecchio dalla povertà delle case popolari all'orfanotrofio, da una bottega in periferia a una fabbrica nelle Dolomiti, fino a diventare il patron di Luxottica. Con un'idea fissa in testa: «essere il più bravo». Una biografia non ufficiale scritta dopo aver setacciato fonti e documenti, incluso il fascicolo presso il collegio Martinitt, parlato con estimatori e detrattori, collaboratori e concorrenti e aver, infine, incontrato l'imprenditore.



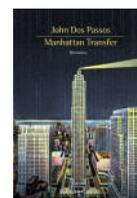
Natalie Jenner
**LE RAGAZZE DELLA
LIBRERIA BLOOMSBURY**
MONDADORI

È il 1949 e a Londra la libreria Bloomsbury sembra ancorata al passato: gestita con severità dal direttore Herbert Dutton, non dà alcuno spazio alle tre commesse che ci lavorano: Vivien, Grace ed Evie. Donne brillanti e intraprendenti che hanno la strada continuamente sbarrata da uomini meno capaci e più arroganti di loro. Finché un improvviso malore del direttore e il ritrovamento di un prezioso libro non forniscono l'occasione per un radicale e fantasioso cambio della guardia.



Daniel Susskind
UN MONDO SENZA LAVORO
BOMPIANI

Il progresso tecnologico potrebbe portare in futuro a un benessere e a una prosperità senza precedenti, ma al contempo proprio grazie allo sviluppo della A.I. il nostro lavoro è sempre più alla portata dei computer. Le vere sfide saranno allora distribuire questa prosperità in modo equo, limitare il crescente potere delle Big Tech e riempire di significato un mondo in cui il lavoro non sarà più il centro delle nostre vite.



John Dos Passos
MANHATTAN TRANSFER
BALDINI+CASTOLDI

Questo romanzo, pubblicato per la prima volta in Italia nel 1932, è stato a lungo ingiustamente dimenticato. Le sue innovative tecniche romanzesche, infatti, avrebbero ispirato una nuova scuola di scrittura. Quasi un secolo dopo, Manhattan Transfer torna in libreria e resta un tributo indelebile alle contraddizioni del sogno americano, un affresco brulicante di corruzione, amore e vitalità.



© Gettyimages (5)

Martin Luther King

«Se non potete essere il sole, siate una stella; non con la mole vincete o fallite. Siate il meglio di qualunque cosa siate. Cercate ardentemente di capire a cosa siete chiamati e poi mettetevi a farlo appassionatamente».

B1CARD

digitale · ecologico · smart

Condividi i tuoi contatti in modo intelligente, basta un tocco.

B1 è il nuovo modo di presentarsi, un biglietto da visita digitale, elegante e smart. Sorprendi il tuo interlocutore con il sistema più rapido ed innovativo per rimanere in contatto.



Grazie alla tecnologia NFC, o attraverso un QR code evoluto, basterà avvicinare la card al telefono del tuo interlocutore per trasferire i tuoi contatti direttamente in rubrica.

Incredibilmente semplice ma di grande effetto, ecco il biglietto da visita di ultima generazione.

Scopri di più su b1card.it



powered by

pininfarina

SAMSUNG

Galaxy Z Fold4 | Z Flip4



Immagine simulata. S Pen Fold Edition venduta separatamente e compatibile solo con Galaxy Z Fold4 e Z Fold3.