

ECONOMIA & LAVORO

SUPPLEMENTO AL NUMERO ODIERNO DI

IL GIORNO **ilResto del Carlino** **LA NAZIONE****SPECIALE CARTA E PLASTICA****Il virus riadatta le visiere Ama**

L'azienda reggiana, che realizza schermature per uso agricolo e forestale, su suggerimento dell'Ausl ha deciso di trasformarle in un dispositivo di protezione individuale

Codeluppi a pagina 4**AZIENDE****Basf e la riscossa della plastica**

Un materiale che è tornato in auge con la richiesta di mascherine, guanti e componenti biomedicali. L'ad del gruppo in Italia: «Sarà sempre più sostenibile»

Monaco a pagina 5**AGROECONOMY****Il Veneto riparte dalle eccellenze**

Ma la mancanza di manodopera preoccupa le aziende

Veneto Lavoro fa incontrare disoccupati e agricoltura
Coinvolti sindacati, lavoratori, imprese, centri per l'impiego e associazioni di categoria



L'ITALIA CHE LAVORA

«IMPRENDITORI OTTIMISTI»

Giorgio Tabellini, fondatore del gruppo Pei: «È una bufera, ma ne usciremo e saremo cambiati»
L'azienda lancia un rullo avvolgibile per proteggere i posti di lavoro

Catapano alle pagine 2 e 3**DOSSIER FINANZA****Numeri record per il trading online**

Più transazioni da quando è scoppiata la pandemia e i mercati sono entrati nella burrasca. Directa Sim ha raddoppiato volumi di scambio e nuovi conti aperti. Volano i ricavi di Fineco grazie all'aumento del numero di operazioni

Telara a pagina 13**OBIETTIVO LAVORO****Signorvino cerca 'wine specialist'**

L'azienda crede nel Made in Italy e conferma il piano che prevede l'apertura di cinque nuovi store nel 2020. Il brand manager Luca Pizzighella: «In tutti i punti vendita sarà assunto personale a ogni livello: sommelier, camerieri e personale in sala, chef per la cucina»

Bellagamba a pagina 25

Carta e plastica

L'Italia che lavora

Il denaro non dorme mai

Riformare davvero il Paese Un vasto programma

di **Giuseppe Turani**

La crisi Coronavirus ha fatto saltare ogni limite e prudenza. Se prima l'invito era quello di limitare le spese, dopo è diventato: spendete tutto quello che vi pare, purché i disagi per i cittadini siano limitati al massimo. L'importante è che la recessione, inevitabile, duri il meno possibile e non sia devastante. E questo ci porta a due problemi.

1- L'Italia non ha una buona tradizione di gestione della spesa pubblica. Abbiamo messo insieme più di 2.500 miliardi di debiti, ma nel momento del bisogno si scopre che una quantità di cose non sono a posto. E c'è una spiegazione semplice per questo: è più semplice fare dell'assistenza che degli investimenti. Questi ultimi infatti richiedono progetti, visione non a breve termine, un'idea di futuro. Un solo esempio: almeno mille dei 2.500 miliardi di debiti sono soldi spesi per il Sud, che a questo punto dovrebbe essere una specie di California. In compenso ci sono state tante pensioni (anche di finte invalidità), sussidi vari. La crisi attuale, con le urgenze che determina, rischia di aggravare ancora di più questo modo distorto di usare la spesa pubblica.

2 - Circolano, a opera del governo, varie stime. L'anno in corso è dato per perso, con un crollo del Pil molto forte. Ma il 2021 viene segnalato in fortissima ripresa. E questo è vero e non è vero. Nel senso che una previsione del genere non è possibile: i tempi di questa crisi non sono determinati dal ciclo economico o da fattori prevedibili. Tutto dipende da quando scatterà il cessato pericolo. Tutti ci auguriamo che i tempi siano veloci, ma non siamo in grado di governarli. Anzi, più abbiamo fretta e più rischiamo di allungarli. Inoltre, il Paese è quello che è. È evidente che alla fine del pericolo ci sarà un boom di spese, di viaggi, di ristoranti, con una crescita anche del 5-6 per cento, ma le previsioni dicono anche che dopo qualche mese, esaurita l'euforia, si tornerà a una crescita modesta intorno all'1 per cento. Per crescere di più non basterà allontanare il Coronavirus. Bisognerebbe proprio cominciare a riformare il Paese.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Innovare ai tempi del Covid «Il gruppo Pei è ottimista»

Il patron Tabellini: la specializzazione è la forza della nostra industria

In piena emergenza virus l'azienda ha realizzato un divisorio portatile
Capacità e tecnologia alla base di una lunga storia iniziata negli anni '80

di **Giuseppe Catapano**
BOLOGNA

La sicurezza sul luogo di lavoro è ciò con cui dirigenti e dipendenti del gruppo Pei si confrontano ogni giorno. Da quarant'anni, da quando Giorgio Tabellini (**nella foto con il management: da sinistra Michele Benedetti, Vittorio Mardegan, Giorgio Tabellini e Andrea Zambelli**) e altri soci fondatori ebbero l'intuizione di capire che nel mercato delle protezioni per macchine utensili potesse esserci spazio per emergere. Erano gli anni Ottanta e da tempo quello spazio è 'abitato' dal gruppo Pei - acronimo di protezioni elaborazioni industriali - che si è imposto come realtà di riferimento del settore anche a livello internazionale.

L'azienda ha sede a Calderara di Reno, nel Bolognese, ovvero il cuore pulsante del distretto emiliano della meccanica. Un'eccellenza conosciuta e riconosciuta come tale in tutto il mondo. E di cui Pei fa parte. Riuscendo a trovare spunti

di innovazione anche durante l'emergenza Coronavirus. Ne è l'emblema un nuovo prodotto realizzato dall'azienda emiliana, il 'Mobile roll-up screen': è in sostanza un divisorio portatile che viene appoggiato a terra e che si apre e chiude con un meccanismo a molla brevettato. Una barriera - un telo in pvc - che consente di garantire una protezione efficace degli ambienti di lavoro. «Un'idea che ci è venuta mentre la discussione sulla sicurezza era nel vivo e che abbiamo reso subito concreta» spiega Tabellini.

Il gruppo Pei fattura 54 milioni di euro - il 50% del fatturato matura all'estero - e conta 420 addetti impegnati in 7 unità produttive. A Calderara ci sono il quartier generale e uno

LEADERSHIP

«Capisco chi preme per riaprire le attività e la limitazione dei rischi: la politica trovi una mediazione»

stabilimento dedicato alle protezioni avvolgibili, gli altri siti sono a Cremona (Sper, società che si occupa di soffietti e protezioni telescopiche), a Zola Predosa (in provincia di Bologna, con una fabbrica specializzata nella carpenteria leggera), in Serbia (dal 2011) e in Brasile (dal 2013): in entrambi i Paesi si realizzano soffietti per autobus, ovvero lo strumento che serve a tenere insieme i mezzi articolati.

Nel 2018, un'ulteriore svolta: a Bologna nasce Pei Vm, società che sviluppa tecnologie per acustica, metrologia e oscillazioni, e viene acquisita la Nuova Metal, realtà specializzata nella carpenteria con sede a Cremona. Al timone del gruppo c'è Tabellini, imprenditore che a Bologna vanta anche un lungo impegno come presidente della Cna e della Camera di Commercio. Si dice «ottimista per natura», Tabellini. Nella consapevolezza che «nella situazione attuale è difficile fare previsioni, ma il colpo inferto dall'emergenza sanitaria è stato pesante». Tanto che, «passata la bufera, dalla quale verre-

mo fuori», nulla sarà come prima.

«**Ne usciremo cambiati** - sottolinea l'imprenditore bolognese - e ci ritroveremo in una società più povera». Eppure le aziende di diverse regioni italiane, Emilia-Romagna compresa, possono contare su un fattore cruciale in vista del ritorno alla piena operatività. «La nostra industria è legata a produzioni non facilmente sostituibili, soprattutto nei settori ad alta specializzazione. Questo ci consentirà di uscire meglio dalla crisi. L'Emilia Romagna ha una grande tradizione di solidarietà sociale che sarà d'aiuto. Ma sono convinto che anche territori come Lombardia, Veneto e Piemonte, che hanno risorse culturali, imprenditoriali e manageriali di alto livello, sapranno rialzarsi».

Ci sarà un nuovo inizio, in un periodo che gli esperti hanno definito di «convivenza con il virus». Dopo un lungo dibattito tra chi rivendica una rigida applicazione del lockdown - medici e scienziati in primis - e chi invece vorrebbe un allentamento delle chiusure prima del 4 maggio (gli imprenditori). «Una contrapposizione - dice Tabellini - che nasce da esigenze comprensibili. Capisco la posizione di coloro che vogliono limitare al minimo i rischi, così come quella di chi chiede di riaprire: in questo caso ci sono precise necessità economiche e di mercato a fronte di costi da mantenere. In tale scenario, un compito fondamentale ce l'ha la politica che deve mediare nel migliore dei modi». Il tempo dirà se la missione potrà dirsi compiuta.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

«Usciremo da questa bufera e saremo tutti cambiati»

Intervista a Giorgio Tabellini: «Finora l'impatto sugli ordini non c'è stato»

«Il nostro nuovo prodotto è una proposta per garantire la sicurezza nelle postazioni di lavoro. In azienda abbiamo preso tutte le misure necessarie e ai dipendenti abbiamo garantito stipendio e somme extra»

BOLOGNA

Giorgio Tabellini, presidente e fondatore del gruppo Pei, siete passati dalle protezioni per macchine industriali alle barriere per le postazioni degli uffici: com'è venuta l'idea?

«Il nuovo prodotto nasce inizialmente per separare i luoghi in cui si effettuano saldature, tanto che i tappeti sono realizzati per resistere alle scintille e alle alte temperature. Nel pieno dell'emergenza Coronavirus, abbiamo pensato che potesse essere utile come separatore mobile nelle aree di lavoro. Ed è così che lo stiamo utilizzando noi, per proteggere le postazioni».

Continuerà a essere questa la destinazione, nei prossimi mesi?

«La nostra è una proposta, un'idea che auspico possa essere accolta da diverse aziende. La barriera è stata realizzata per altri scopi, ma fin quando ce ne sarà bisogno potrà essere usata anche come forma di protezione in ambienti come gli uffici».

A proposito, come si è organizzato il gruppo Pei per fronteggiare l'emergenza?

«La prima preoccupazione è stata quella di mettere in sicurezza le persone. Dopo un breve periodo in cui siamo stati costretti a fermare l'attività, abbiamo previsto una serie di misure alla ripartenza: una quarantina di dipendenti è in smart working, periodicamente c'è la sanificazione degli ambienti, siamo attenti al distanziamento tanto che i pasti vengono consumati in postazioni separate e non più in mensa, misuriamo la temperatura corporea ogni giorno all'entrata e all'uscita, dotiamo tutti di dispositivi di protezione individuale. La sicurezza è prioritaria, ma abbiamo pensato an-

che all'aspetto economico per tutelare i lavoratori».

Con quali interventi?

«Tutti hanno ricevuto il 100% della retribuzione a marzo, lo stesso vale per chi ad aprile lavora da casa. Per una settimana c'è stato il ricorso alla cassa integrazione: abbiamo portato l'importo al 70% dello stipendio anticipando noi le risorse. In più erogiamo un contributo di 150 euro netti a settimana ai dipendenti che hanno in famiglia bambini in età scolare, fino alla quinta elementare, perché privi di sostegno familiare».

Il gruppo Pei ha stabilimenti anche in Lombardia: in quella zona avete messo in campo ulteriori interventi di prevenzione?

«Quegli stabilimenti continuano a funzionare: c'è ancora più rigidità nell'applicazione delle misure di sicurezza».

E all'estero?

«Il sito produttivo in Serbia non si è mai fermato. In Brasile, invece, lo stabilimento è rimasto chiuso per qualche giorno e poi è stato riaperto. Anche in quei Paesi sono previste misure a tutela dei lavoratori. Ma quale è stato l'impatto dell'emergenza Coronavirus sul gruppo?»

«Finora non c'è stato alcun annullamento di ordine. Lavoriamo a pieno regime, anche se la capacità produttiva è superiore rispetto a quanto si può fare con l'andamento degli ordini in questo periodo. Monitoreremo presto la situazione per avere più chiaro quale dovrà essere il giusto carico di lavoro».

Lei riesce a essere ottimista per il futuro nonostante le difficoltà?

«Sono ottimista per natura. Abbiamo attraversato una bufera che nessuno aveva mai visto prima. Ne usciremo, anche se cambiati».

Giuseppe Catapano

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Uno stand del gruppo Pei in fiera ad Hannover



MOBILE ROLL-UP SCREEN

GUARDA IL VIDEO

LA BARRIERA DI PROTEZIONE AVVOLGIBILE

TESSUTO: PVC 0,5 MM TRASPARENTE
PESO: 8,9 KG
DISPONIBILITÀ: PRONTA

INGOMBRO RIDOTTO

**Protezioni
E laborazioni
I ndustriali**

P.E.I. S.r.l.
Via Torretta 32 - 32/2 - 34 - 36
40012 Calderara di Reno - BOLOGNA
Tel. 051 - 6464811 • Fax 051 - 6464840
info@pei.it • www.pei.it

Carta e plastica

L'Italia che lavora

Dai giardinieri ai medici Ama riadatta le sue visiere

L'azienda reggiana realizza schermature per uso agricolo e forestale

Su suggerimento dell'Ausl ha deciso di trasformarle in un dispositivo di protezione individuale per proteggersi da spruzzi e goccioline

di **Alessandra Codeluppi**
SAN MARTINO IN RIO
(Reggio Emilia)

Chiusi per il decreto del governo anti Covid, nonostante i loro prodotti siano richiesti da una filiera essenziale, cioè l'agricoltura. È il paradosso che sta vivendo il gruppo Ama, con sede a San Martino in Rio (Reggio Emilia), insieme ad altre trecento aziende che si occupano di meccanica agricola in Emilia. «In base al codice Ateco, la nostra attività era stata inserita tra quelle che potevano rimanere aperte. Ma poi, con un secondo decreto, siamo stati sottoposti allo stop. Eppure l'agricoltura, e le sue macchine, non si fermano, e con loro le richieste di componenti».

Alessandro Malavolti è amministratore delegato del gruppo Ama e presidente di Federunacoma, la Federazione che raduna i costruttori di macchine per l'agricoltura. «All'estero la meccanica agricola è stata inserita tra le filiere essenziali, l'Italia è l'eccezione: un problema che abbiamo già segna-

lato». Lo stop scattato dal 25 marzo ha creato qualche difficoltà al gruppo Ama, che conta dodici stabilimenti in Italia e altri quattro fra Bosnia, Ucraina, India e Usa, più tredici filiali commerciali in Europa, e ha alle dipendenze 1.300 persone, di cui 700 nel nostro Paese. Ora circa trecento lavoratori sono stati messi in cassa integrazione. Ma l'azienda ha saputo riadattare una delle proprie produzioni.

«**Da sempre** realizziamo visiere per uso agricolo e forestale, utili a proteggersi da urti e schegge. Di recente siamo stati contattati dall'Ausl perché aveva ricevuto una donazione di alcune nostre visiere, comprate in ferramenta. Così, su loro suggerimento, abbiamo deciso di trasformare le visiere in un dispositivo di protezione individuale utile a medici e a infermieri per proteggersi da spruzzi e goccioline», racconta Malavolti.

Tempo una settimana, e le prime visiere riadattate sono state diventate realtà. «Abbiamo triplicato gli sforzi, attivando per primo lo stabilimento di Prato di Correggio, nel Reggiano, e ora le faremo anche a Pia-

cenza. Da cinquemila pezzi al giorno, dovremo arrivare a farne quindicimila. Siamo stati sommersi di richieste di ospedali, pubbliche assistenze, studi medici e farmacie, lavanderie industriali e persino da un ambito di nicchia come i venditori di prodotti per tatuatori. Molte domande stanno arrivando anche da parte delle industrie».

Inquadrata nella categoria 2 perché copre viso e occhi, ma non le vie respiratorie, e classe di rischio 3 in quanto para gli spruzzi, la visiera sanitaria è una protezione complementare alle mascherine: «Non le sostituisce, ma le può accompagnare, garantendo vantaggi. La visiera, essendo in policarbonato, può essere pulita e disinfettata più volte ed è anti appannamento». Per produrre le

L'AD ALESSANDRO MALAVOLTI

«Abbiamo triplicato gli sforzi: siamo stati sommersi di richieste da parte di ospedali, pubbliche assistenze, farmacie e industrie»



Alessandro Malavolti,
amministratore delegato
del gruppo Ama

visiere, l'azienda ha investito 200mila euro, coinvolgendo venticinque persone degli uffici progettazione, tecnico, marketing, customer service, più chi le ha assemblate.

«**Si è lavorato** a ritmi molto sostenuti, fino a sera, facendo tanti straordinari. Ma l'entusiasmo e l'orgoglio per questa piccola riconversione sono grandi. Per questa specifica attività abbiamo potuto riassorbire una sessantina di dipendenti cassintegrati. I prezzi a cui le proponiamo sono quelli del settore agricolo, più bassi

di quello medicale. È un modo per aiutare in un momento difficile per tutti».

L'attenzione resta alta sulle produzioni tradizionali: «Ora abbiamo molto lavoro arretrato, ma temiamo un calo del mercato. Bisogna dunque ripartire nella massima sicurezza, ma nel più breve tempo possibile».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LA SICUREZZA AL PRIMO POSTO | Visiera protettiva in policarbonato AMA

REGOLABILE E CONFORTEVOLE

IGIENIZZABILE E RIUTILIZZABILE

CONFORME A NORMA EN 166:2001
EU2016/425



100% MADE IN ITALY



Dal 1967 **AMA** fornisce componenti e attrezzature per l'agricoltura, l'allevamento e la manutenzione di macchine agricole, veicoli a lenta movimentazione e cura del verde.

Oggi ha attuato una riconversione della struttura produttiva e ha messo in campo una **produzione straordinaria di visiere protettive** fondamentali per lavorare in sicurezza, nell'ambito industriale e sanitario.

Il gruppo, con sede a Reggio Emilia, è **presente a livello mondiale** con un'ampia gamma di soluzioni destinate a molteplici settori.



AMA Spa. Via Puccini 28 - 42018 San Martino in Rio (RE) Italy
Tel +39 0522 6369 - customerservicedpi@ama.it

Scopri di più su www.ama.it



Guanti, mascherine & Co. Plastica alla riscossa

«BASF lavora perché sia sempre più sostenibile»

Lorenzo Bottinelli, ad in Italia del gruppo tedesco

«Dopo essere stato percepito come un problema, questo materiale è tornato in auge: la ricerca lo renderà più smart anche dopo il Covid»



di **Daniele Monaco**
CESANO MADERNO (Monza e Brianza)

«**Guanti, mascherine,** componenti biomedicali, pellicole per alimenti e tanto altro: dopo essere stata percepita come un problema, la plastica è tornata 'in auge' ma Basf è al lavoro da tempo per rendere questo materiale più sostenibile e intelligente, anche dopo la crisi Covid-19». Lo assicura Lorenzo Bottinelli, ad del ramo italiano della multinazionale chimica tedesca presente nel Paese dal 1946, con uno staff di 1.500 persone e 13 siti, di cui quattro in Lombardia, due in Emilia e gli altri in Piemonte, Veneto, Toscana e Lazio. Con oltre 900 persone impiegate nella produzione di diversi composti chimici Basf «è attiva a pieno regime, nel rispetto della sicurezza dei lavoratori in ogni fase, dalla mensa al ricevimento merci, dai dispositivi di protezione individuali fino agli schermi in plexiglass installati per evitare i contatti». **Bottinelli, cosa si produce in Italia?**

«Molecole fondamentali per la plastica in molti settori, fra i polimeri vantiamo due produzioni importanti. A Pontecchio Marconi (Bologna), produciamo additivi, antiossidanti e stabilizzanti alla luce, che

rendono le plastiche resistenti agli agenti atmosferici. Sono usati nei teli per le serre impiegate in agricoltura che con i nostri additivi durano fino a tre anni, invece che uno, ma anche nel settore automotive, nel packaging alimentare e nelle applicazioni durevoli come i cavi elettrici o le fibre tessili. A Villanova D'Asti e Zingonia, in provincia di Bergamo, invece, produciamo poliuretani, prodotti versatili usati in molti settori: automobile, medicale, materassi, cuscini e calzature tra gli altri».

L'annuncio della plastic tax ha influito sugli ordinativi?

«Nessuna produzione realizzata in Italia è direttamente colpita. Siamo, però, preoccupati per gli impatti che potrà avere sui nostri clienti. Per questo, siamo impegnati con tutta la filiera a trovare soluzioni per un'industria circolare della plastica. La tecnologia può aiutare in diversi modi. Da 15 anni, infatti, commercializziamo polimeri biocompostabili. Oggi

RICICLO

«Siamo impegnati con tutta la filiera a trovare soluzioni per un'industria circolare del settore, grazie alla tecnologia»



Lorenzo Bottinelli, ad del ramo italiano della multinazionale chimica tedesca presente dal 1946

investiamo sul chemcycling, la tecnologia che permette di riciclare la frazione di plastica che non può essere recuperata con il processo meccanico».

Di cosa si tratta?

«Il riciclo chimico riporta il 'plastic mix', comprese plastiche miste e sporche, allo stato di materia prima (olio di pirolisi) da utilizzare insieme alle fonti fossili, per creare nuovi polimeri da reimpiiegare anche in applicazioni sanitarie o alimentari. Un obiettivo irraggiungibile col riciclo meccanico. Il chemcycling può fare da volano economico perché permette di recuperare rifiuti plastici integrandoli in un processo di economia circolare. Inoltre, stiamo elaborando un'innovazione nella direzione della tracciabilità, via blockchain».

Cioè?

«Una marcatura chimica delle plastiche, mediante additivi, per garantire la tracciabilità di provenienza del materiale riciclato. Per questo, Basf ha stretto una partnership con l'israeliana Security Matters, in grado di realizzare un 'codice a barre molecolare' su solidi, liquidi e gas. La blockchain in-

CENTRI DI RICERCA

A Pontecchio Marconi, nel Bolognese, i tecnici studiano l'impatto sui materiali degli agenti atmosferici

terviene con la scansione per certificare il 'watermark' all'interno del polimero».

Che tipo di ricerca si svolge in Italia?

«A Villanova abbiamo un centro di competenza che aiuta i clienti italiani a realizzare calzature resistenti e confortevoli per il tempo libero e per il lavoro. A Pontecchio, abbiamo il 'Weathering center Europe' che studia l'impatto degli agenti atmosferici sui materiali con macchinari che ne accelerano l'invecchiamento. I ricercatori hanno contribuito inoltre a realizzare il nuovo additivo Tinuvin NOR 356, presentato alla fiera di settore a Dusseldorf. Sarà usato nei teli per serre in agricoltura biologica e lo produrrà il nuovo reparto che aprirà a settembre realizzato con un investimento di circa 20 milioni di euro».



Il ricavato dalla vendita di questo sacchetto verrà interamente devoluto all'Istituto Veneto di Medicina Molecolare (VIMM) e alla Fondazione Giuseppe Orlando, impegnati in prima linea, contro la lotta al Coronavirus.



VENETO INSTITUTE OF
MOLECULAR MEDICINE

FONDAZIONE
GIUSEPPE
ORLANDO



PACKAGING & PAPER
POOL  PACK®
BY GROSSI GROUP

«Dai sacchetti del pane ai guanti monouso» Pool Pack punta su flessibilità e ottimismo

Renato Sandoni e le strategie del gruppo di Reggio Emilia

«Abbiamo riconvertito le macchine che lavorano la plastica alimentare. E per la riapertura di bar e ristoranti proponiamo innovazione e creatività»



di **Alessandra Codeluppi**
REGGIO EMILIA

Buono come il pane è anche il suo sacchetto di carta. Di solito è bianco e piuttosto anonimo, ma questa volta, nei mesi grigi dell'allarme Covid-19, esplode con i colori dell'arcobaleno, i disegni firmati dai bambini e un messaggio che vuole fare bene al cuore: «Andrà tutto bene». Uno slogan di speranza che la Pool Pack ha voluto fare suo, attraverso la creatività dei più piccoli, imprimendolo su sacchetti e su carta per alimenti, per renderlo ancora più virale.

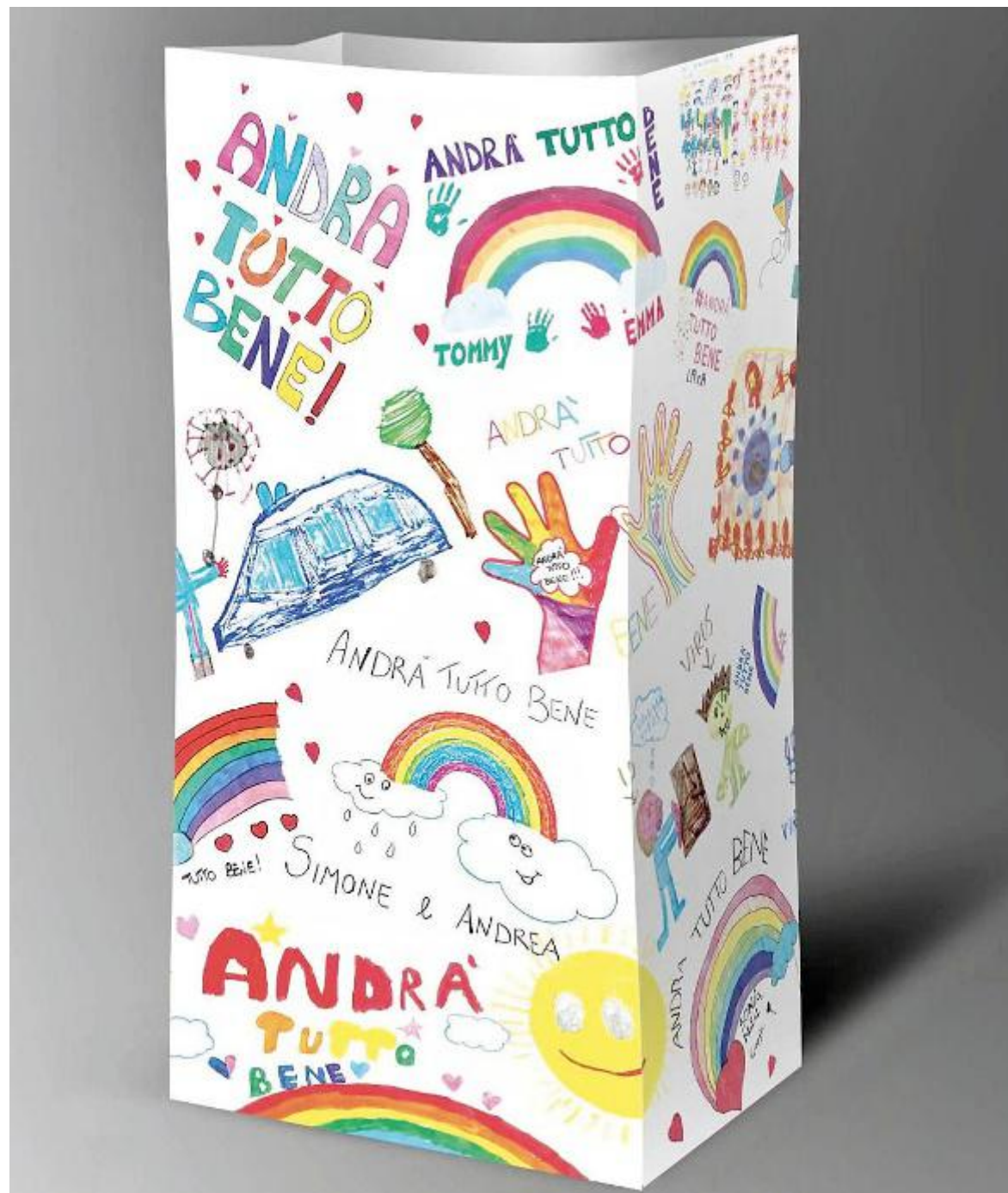
L'idea è nata a Sabbione di Reggio Emilia, sede del centro di ricerca e sviluppo del gruppo nazionale che fa packaging soprattutto alimentare. Sette siti produttivi, ventidue aziende di distribuzione, 450 dipendenti e 180 milioni di fatturato – questa la realtà Pool Pack – dove si realizzano contenitori, vaschette, fogli e stoviglie in carta e cartoncino, destinati a panifici, ortofrutta, macellerie, pescherie e ristorazione, con un occhio attento all'ecosostenibilità e al riciclo. Ed è proprio per queste attività sue

clienti che la Pool Pack ha ideato il sacchetto, il cui ricavo sarà devoluto alla Fondazione Vimm di Padova, l'Istituto veneto di medicina molecolare impegnato nella ricerca di farmaci efficaci contro il Covid-19 – a cui il gruppo ha anche donato 100mila euro – e alla Fondazione 'Giuseppe Orlando', che dà aiuti in caso di emergenze nazionali come è, oggi, quella sanitaria. Un modo per trasmettere positività e conforto in un momento di difficoltà che non ha risparmiato la Pool Pack, che pure sta cercando di fronteggiarlo in modo creativo.

«Abbiamo riconvertito le macchine che fanno sacchetti di plastica alla realizzazione di guanti monouso, per sopperire alle richieste della grande distribuzione: in poche settimane le domande sono quintuplicate. E abbiamo rifornito i no-

PACKAGING ALIMENTARE

**Sette siti produttivi,
22 aziende
di distribuzione,
450 dipendenti
e un fatturato
di 180 milioni di euro**



stri clienti di mascherine, guanti in lattice e detergenti disinfettanti per le mani e per la sanificazione degli ambienti», racconta Renato Sandoni, uno degli amministratori delegati del gruppo. Un modo per tamponare lo stop della produzione dovuto alle chiusure dei locali pubblici decise dal governo: «Lavoravamo tantissimo per ristoranti, pizzerie e bar, in tutte le coste italiane, che rifornivamo di ogni tipo di contenitore di carta adatto al consumo, dalle stoviglie alle vaschette di carta, dai sacchetti ai fogli per gli alimenti. Abbiamo da sempre profuso sforzi per rendere i nostri prodotti biodegradabili e compostabili o riciclabili». Finché non saranno riaperte queste attività, e si potrà riprendere la circolazione tra le regioni, con la riapertura

degli stabilimenti balneari, questo mercato sarà forzatamente chiuso.

«La ripartenza avverrà in modo graduale, ma siamo fiduciosi – è la prospettiva delineata da Sandoni –. Temiamo che l'estate sia compromessa, anche perché tanti, avendo perso il lavoro, non andranno in ferie. Ma se quest'ambito adesso è precluso, stiamo invece lavorando tanto per rifornire i negozi e i supermercati, che nel periodo di limitazioni alla

mobilità hanno visto crescere i consumi. E stiamo ricevendo molte richieste da grosse catene di distribuzione di cibo che si preparano alla riapertura, con servizio delivery e asporto. Nonostante le difficoltà, siamo sul mercato per rispondere alle richieste dei nostri clienti con prodotti innovativi in linea con le nuove esigenze».

Se non sarà più possibile aggregarsi in tanti per consumare nei locali, ecco che la Pool Pack sta già immaginando le nuove abitudini: «Involucri e scatole per cibo e bevande da consumare a passeggio, chiusi ed ermetici, diventeranno sempre più diffusi». L'apparenza non ingannerà, ma sarà l'essenza del futuro. E il contenitore un tutt'uno con il suo contenuto.

NUOVE ESIGENZE

**Confezioni chiuse
ed ermetiche per cibo
e bevande da asporto,
da passeggio
e per i servizi
delivery dei ristoranti**

Carta e plastica

L'Italia che lavora

Il futuro del cartone è oggi L'imballaggio non si ferma

La fondatrice di CRCart, Cristina Mattioli: «Contromisure al virus in tempi rapidi»

«Siamo una startup 4.0 e lavoriamo con macchinari avanzati prodotti in Italia
Ormai anche settori come lo street food e l'alta moda abbandonano la plastica»

di **Daniele Monaco**
SALA BOLOGNESE (Bologna)

«Il taglio del cartone? L'imballaggio cartotecnico rappresenta l'immagine di un'azienda e per noi è come cucire un vestito su misura: un'attività personalizzata con macchinari d'avanguardia, innovativa e operativa anche nella crisi coronavirus». Cristina Mattioli, 53 anni e imprenditrice da 33, dopo otto anni di esperienza manageriale all'estero ha fondato CRCart nel 2018 a Sala Bolognese, azienda specializzata nella produzione di semilavorati destinati alle cartotecniche e agli scatolifici con clienti nei settori alimentare, farmaceutico, agrario e fashion.

Il centro di taglio, che oggi ha quattro dipendenti, è nato dall'esperienza della Due Emme Pack, azienda leader nel comparto grafico («da 12 milioni di euro di fatturato») fondata nel 1990 dal marito Massimiliano Marchesini a San Giovanni in Persiceto (sempre nel Bolognese), per dare forma alle diverse idee di imballaggio richieste dal mercato: «Non per niente il nostro claim è tutte le forme del cartone», sottolinea Mattioli.

Come procede il lavoro con il lockdown?

«Lavoriamo soprattutto per alimentare e farmaceutico, tra le filiere essenziali siamo codice Ateco 17.01. Non c'è stata nessuna sosta grazie a contromisure in tempi rapidi: dalla sicurezza per gli addetti, allo sviluppo di sistemi informatici per gestire in maniera snella l'azienda, restando in contatto con i clienti per evadere e supportare le loro necessità».

Qual è il vostro punto di forza?

«Grazie agli investimenti nell'innovazione siamo una startup 4.0 e ci avvaliamo di macchinari avanzati, prodotti in Italia, che ci permettono flessibilità per evadere ogni tipo di commessa nel giro di 48 ore. Questo anche grazie al talento dei giovani che lavorano con noi: siamo un'azienda dall'età media molto bassa e la-

sciamo spazio anche alle loro idee per risolvere questa nuova realtà».

Qual è lo stato attuale dell'industria carta e cartone?

«Si continuano a produrre imballaggi per alimenti e medicinali, carte igienico sanitarie, per usi speciali e medicali, oltre che per la cultura e l'informazione. La filiera svolge un ruolo strategico nell'economia circolare del Paese: ogni anno più di 5 milioni di tonnellate vengono riciclate dagli stabilimenti italiani e nell'imballaggio in carta il riciclo supera ormai l'80%».

Con la plastic tax il cartone avrà un vantaggio?

«Diversi settori, dallo street food alle grandi firme della moda, si stavano già spostando sul cartone per sostituire la plastica. Usare prodotti riciclabili in un'ottica di economia circolare è anche una questione di immagine, ormai».

E voi, da chi vi rifornite?

«Per i prodotti riciclati acquistiamo principalmente da fornitori italiani: ci è sembrato una scelta coerente in un'ottica di sostenibilità rivolgerci soprattutto a produttori nazionali».

A TUTTO RICICLO

«**Riutilizzati ogni anno 5 milioni di tonnellate**
Preferiamo acquistare da fornitori nazionali, è la nostra scelta di sostenibilità»



Cristina Mattioli, 53 anni, imprenditrice da 33. Nel 2018 ha fondato la CRCart a Sala Bolognese



Cristina Mattioli e i dipendenti della CRCart al lavoro nello stabilimento con mascherine e guanti per la sicurezza contro il Coronavirus

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**DIAMO FORMA
A TUTTE
LE TUE IDEE**



Via Stelloni 17/d
Sala Bolognese (Bologna)
tel. 051 0900004 · info@crcart.it

www.crcart.it

«Rifiuti e sostenibilità, la nostra formula vincente»

L'azienda riminese La Cart: tre stabilimenti e un centinaio di addetti

«Siamo nati nel 1967 per raccogliere carta da macero, l'economia circolare è nel nostro Dna. Oggi gestiamo in modo integrato, fra smaltimento e riciclo, diverse tipologie di materiali di scarto: speciali, pericolosi e non pericolosi»

di **Andrea Oliva**
RIMINI

Riciclo, recupero ed economia circolare. Sono queste le parole chiave per descrivere La Cart srl, azienda riminese di gestione rifiuti industriali, attiva sul territorio nazionale con tre stabilimenti e un'ampia flotta di automezzi capaci di garantire un servizio puntuale di raccolta, trasporto, recupero e smaltimento di rifiuti speciali, pericolosi e non pericolosi.

«**Riciclo, recupero**, economia circolare, materia prima secondaria, sono concetti che ci appartengono fin dalla nascita e che hanno caratterizzato la nostra storia in tutti questi anni, a maggior ragione oggi che sono diventati di uso comune» spiega Renzo Lombardini, amministratore unico di La Cart.

Lombardini, quando nasce La Cart?

«La Cart, che ha nel suo nome e nel suo Dna il recupero della carta, nasce nel 1967 come azienda per la raccolta e la commercializzazione di carta da macero. L'attività consisteva nel ritiro della carta come scarto generato da attività produttive con il conseguente avvio, previa selezione e lavorazione, alle cartiere. Nel tempo l'attività di recupero si è estesa anche ad altri materiali, in particolare alla plastica, ma ogni nostra lavorazione di cernita, selezione e riduzione volumetrica è sempre stata finalizzata a conseguire il maggior recupero tecnicamente possibile, dal quale riusciamo ad ottenere quantità importanti, oltre che di carta e plastica, anche di legno, vetro, materiali metallici e inerti».

Oggi La Cart in quale segmento del settore rifiuti industriali si colloca?

«Lo sviluppo naturale, negli ultimi 20 anni, è stato quello di estendere la propria attività ad un'ampia gamma di rifiuti industriali, soprattutto come conseguenza dell'evoluzione normativa e di servizi sempre più complessi richiesti dai

clienti, sia quelli storici sia i tanti fidelizzati nell'arco degli anni. A queste nuove esigenze abbiamo risposto differenziando le attività all'interno dei nostri tre stabilimenti di Rimini, Cesena e Sogliano al Rubicone e dotandoci di un parco mezzi importante, che ci ha consentito di assicurare un servizio integrato gestito quasi esclusivamente con personale e mezzi La Cart. Oggi gestiamo oltre 100mila tonnellate all'anno di rifiuti speciali, pericolosi e non pericolosi, di diverse tipologie e con differenti destinazioni. Non solo recupero ma anche smaltimento, anche se la maggior parte della frazione non recuperabile la inviamo in impianti di termovalorizzazione».

E naturalmente anche la «famiglia La Cart» si è ampliata.

«Certamente, abbiamo un centinaio di addetti, con un'età media piuttosto giovane pur potendo vantare, in molti casi, una lunga esperienza nel settore. Questi numeri per noi sono motivo di orgoglio e, nel contempo, di responsabilità e spinta a fare sempre di più e meglio».

La Cart ha dimostrato sensibilità per la tutela dell'ambiente, sponsorizzando importanti iniziative sul territorio, come «Mal Di Plastica», un progetto ideato dall'associazione Tormentina di Rimini per diminuire l'utilizzo di plastica usa e getta e la sua dispersione in mare. Se le chiedessi di indicarmi una parola alla quale le piacerebbe venisse associata l'azienda, quale sceglierebbe?

«Disponibilità. L'atteggiamento di La Cart è sempre stato orientato a rispondere alle esigenze di chi richiede i nostri servizi, con disponibilità, intraprendenza e spirito di collaborazione. Questo è l'atteggiamento che chiedo anche ai nuovi arrivati nella squadra La Cart e che deve caratterizzare il rapporto con clienti, fornitori, partner e, naturalmente, anche con i propri colleghi».

Renzo Lombardini, amministratore unico di La Cart di Rimini



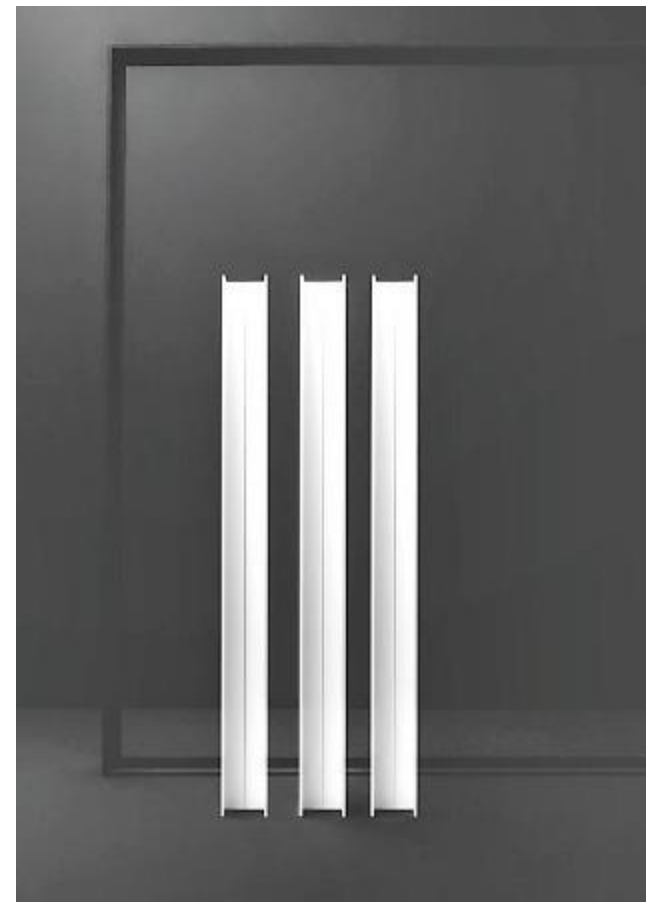
Info e contatti

Sede Legale
Ufficio Commerciale e Logistica & Servizi

Via Alda Costa, 5
47924 Rimini
Tel. 0541/388023
www.lacart.it
info@lacart.it

Aziende

L'Italia che lavora



A sinistra, il radiatore Android di David Liebskind. Al centro, Orestes. Emma & Oreste sono i due radiatori dalle forme umane creati da Alberico Crosetta. A destra, Tower di Matteo Thun. Nella foto in basso: Alberico Crosetta

«Pensiamo al riscaldamento. Del pianeta» Radiatori green e design, la scelta di Antrax IT

L'azienda di Treviso ha rivoluzionato prodotti e metodi di produzione in chiave eco

L'imprenditore Alberico Crosetta: «La sostenibilità è nel nostro Dna. Usiamo le nanotecnologie per non generare fanghi e il fotovoltaico»

di **Pierluigi Masini**
TREVISO

Tre giorni prima della tempesta Coronavirus, Alberico Crosetta aveva chiamato i giornalisti a Milano per raccontare le novità della sua azienda di termo arredo e lanciare il nuovo eco-slogan: «Abbiamo a cuore il riscaldamento, non quello del pianeta». Era il 18 febbraio scorso, un secolo fa. E alla fine della conferenza stampa, invece del solito gadget che puntualmente finisce in un cassetto, aveva regalato a tutti un albero da piantare in Australia, nella parte devastata dagli incendi, attraverso una app che consente poi di seguirne la crescita.

Crosetta è amministratore delegato e proprietario di Antrax IT, che produce radiatori di design e ha sede a Resana, in provincia di Treviso. Cinquantadue dipendenti che si conoscono bene e si salutano per no-

me, 7 milioni di fatturato realizzati per il 60 per cento in Italia. Lui ha fatto dell'attenzione all'ambiente una missione che parte da lontano: convinzione personale prima, conseguenti scelte produttive poi. **Di fatto** Antrax IT utilizza alluminio al 100% riciclabile per produrre i suoi radiatori, sfrutta solo fonti di energia rinnovabile (grazie a un potente impianto fotovoltaico inaugurato nove anni fa) e impiega nanotecnologie sul prodotto grezzo per non produrre scarti tossici. Infine ha scelto il metodo Toyota per ottimizzare la produzione e ridurre i consumi energetici.

Fare e poi dire, ma anche no. A dispetto del nome molto strong (che evoca l'antracite e l'inox, con cui all'inizio realizzava caminetti), Antrax IT è un'azienda a vocazione green. Una volta i trattamenti sui radiatori erano a base di fosfato di zinco e di ferro, e periodicamente bisognava fare la raccolta e lo smaltimento dei fanghi

tossici che si creavano, residuo delle lavorazioni. Invece l'uso delle nanotecnologie non genera fanghi. Inoltre i fosfati andavano utilizzati alla temperatura di 60 gradi, che voleva dire scaldare una piscina per poi immergerli dentro, con conseguente spreco di energia e rilascio di CO2 nell'ambiente. «La scelta di cambiare metodo di produzione – continua Crosetta – l'abbiamo fatta per primi, come anche siamo stati tra i primi a passare al fotovoltaico. E questo perché la sostenibilità è nel nostro Dna, tutti i processi che possono servire a migliorare e rispettare l'ambiente noi li mettiamo in pratica».

Da queste basi deriva anche la direzione del design. Partendo da alcune considerazioni sul mercato, visto che il sistema di riscaldamento con radiatori non è usato in tutto il mondo. Negli Stati Uniti, ad esempio, viene utilizzato un sistema di canalizzazione ad aria mentre in Russia i prodotti ita-

liani fino a poco tempo fa erano penalizzati dalla presenza di un'acqua molto corrosiva. Il mercato principale resta l'Europa.

La strada del prodotto d'autore nasce con uno scopo preciso. «Dobbiamo lavorare sulla comunicazione andando a interessare proprio gli studi di progettazione, che rappresentano per noi degli importanti decisori d'acquisto – precisa Crosetta –. E insieme al mondo degli architetti e design

d'interni vogliamo avvicinare il cliente finale, perché noi abbiamo prodotti di fascia alta e sviluppando la cultura del design si percepisce insieme la loro qualità tecnologica, unita alla bellezza».

Antrax IT produce radiatori da quasi vent'anni, quello che fa porta la firma di grandi architetti e designer: ha introdotto il concetto di «collezione laddove fino a poco tempo, in questo settore, il termosifone era considerato poco più che un'estensione della caldaia. Le firme di Antrax IT sono, tra le altre, quelle di Matteo Thun & Antonio Rodriguez, di Daniel Libeskind, Victor Vasilev e Piero Lissoni. Quando Antrax IT aprirà i battenti dopo il fermo forzato, i lavoratori ritroveranno ad attenderli Emma e Oreste, due radiatori dal profilo umano a cui Crosetta aveva applicato la mascherina sul volto per sensibilizzare i dipendenti al suo utilizzo. «Dobbiamo far tesoro di quest'esperienza – conclude – e ricordarci che la coppia rimane tale anche nei momenti difficili: ne usciremo diversi, più attenti al valore della vita e delle tante cose che abbiamo e di cui non ci rendevamo conto».



Bomi, la logistica sanitaria a prova di Covid Task force sicure da Crema al resto del mondo

Il gruppo in prima linea in venti Paesi

L'ad Marco Ruini: «Ricordo ancora i primi casi di contagio. L'esperienza con l'emergenza in Italia è stata molto utile per affrontare le altre situazioni»



di **Cosimo Firenzani**
SPINO D'ADDA (Cremona)

È impegnata in prima linea nell'emergenza sanitaria proprio per la sua stessa attività: la logistica biomedicale e la gestione di prodotti sanitari ad alta tecnologia e farmaceutici. Bomi Group si occupa dal 1985 di magazzinaggio, trasporto a temperatura controllata, soluzioni di assistenza domiciliare, logistica ospedaliera e altri servizi a supporto della filiera del settore sanitario.

E lo fa in 20 Paesi diversi, con 2mila dipendenti in tutto. «Siamo stati coinvolti nell'emergenza sanitaria fin da subito: il nostro quartier generale è tra Crema e Lodi – spiega l'amministratore delegato Marco Ruini dal quartier generale di Spino d'Adda, in provincia di Cremona –. Fin dai primi giorni siamo stati impegnati nel garantire i nostri servizi sia agli ospedali che ai pazienti domiciliari».

Come vi siete mossi?

«Siamo riusciti a garantire una task force per permettere a tutti di lavorare in sicurezza. Non è stato facile, ma ce l'abbiamo fatta».

Avete definito nuove procedure?

«Alcune regole c'erano già, ma abbiamo dovuto definire 25 nuove procedure per poter rispondere in modo ottimale a questa situazione. Basti pensare che fin dall'inizio si è presentata la necessità di dover entra-

re nella zona rossa del Lodigiano per dover consegnare medicinali a pazienti positivi. Siamo riusciti comunque a reagire bene anche alle novità che emergevano dai vari decreti. Personalmente sono orgoglioso della nostra risposta».

Avete trovato difficoltà a reperire le mascherine?

«Ricordo ancora i primi casi di contagio. Il pensiero di non riuscire ad avere i dispositivi di protezione per i dipendenti mi angosciava. Siamo riusciti a reperirle, all'inizio a prezzi molto alti. Abbiamo sostenuto anche i nostri subfornitori e ci siamo assicurati che tutta la filiera fosse al sicuro».

Siete in 20 Paesi del mondo. Come avete affrontato l'emergenza sanitaria negli altri Paesi?

«L'esperienza con l'emergenza in Italia è stata una lezione molto utile per poi affrontare la stessa situazione anche negli altri Paesi. Penso a Francia, Olanda, Belgio e Turchia. Noi siamo presenti in modo consistente anche in Sud America e ci siamo dovuti adattare a scenari molto diversi. Faccio un esempio, quello del Brasile. Nel Paese lavoriamo con i

PREVENZIONE

«Abbiamo fornito un family kit con dispositivi di sicurezza per i dipendenti e le loro famiglie»



servizi legati ai test: in tutto il mondo i voli sono a terra, ma qui sarebbe problematico raggiungere alcune zone con i camion. Così abbiamo trovato soluzioni nuove, come quella di organizzare voli charter per i nostri clienti».

Avete messo in campo iniziative specifiche per i vostri dipendenti?

«Sì, abbiamo previsto un bonus specifico per chi ha lavorato in prima linea. Ma abbiamo fornito ai dipendenti anche un family kit con dispositivi di sicurezza per tutta la famiglia. Inoltre, abbiamo puntato in modo deciso sullo smart working per ridurre il numero di persone presenti in azienda. Per fortuna avevamo già iniziato un programma specifico un anno fa e le cose sono andate bene fin da subito. Negli ulti-

Marco Ruini,
amministratore delegato
di Bomi Group

mi giorni, poi, è partita anche un'altra iniziativa».

Quale?

«Abbiamo siglato un accordo con una psicologa. Sarà a disposizione dei nostri dipendenti con sedute in remoto perché non è facile affrontare una situazione come quella che stiamo vivendo. Non tutti reagiscono allo stesso modo. Tra

ASSISTENZA

«Non tutti reagiscono allo stesso modo. Per questo abbiamo creato anche un servizio di consulenza psicologica»

l'altro, lei ha una grande esperienza in eventi traumatici».

Avete organizzato anche iniziative sociali sul territorio?

«Certo, crediamo fortemente nel concetto di sostenibilità. E abbiamo supportato il tessuto sociale donando mascherine che sono state distribuite nelle Rsa e negli ospedali».

Come vanno, per tutto il resto, le attività dell'azienda?

«Non abbiamo abbandonato i progetti già in corso. L'emergenza ha distolto le attenzioni, certo. Ma abbiamo confermato gli impegni: a marzo abbiamo inaugurato il nuovo sito a Marcianise, in Campania. A inizio aprile, invece, abbiamo dato il via ad un piano di innovazione digitale con 12 nostri talenti che dovranno pensare solo alla Bomi del futuro».

RAGGIUNGI I TUOI OBIETTIVI CON L'EFFETTO **BOOST**

PIANO DI
ACCUMULO
INNOVATIVO



APPROCCIO
QUANTITATIVO
E AUTOMATIZZATO



CORRETTO
MARKET
TIMING



FAM TARGET BOOST È UNA LINEA DI PRODOTTI CHE APPLICA TUTTI I PRINCIPI DI FINANZA COMPORTAMENTALE IN MODO COMPLETAMENTE AUTOMATIZZATO.

QUESTA SOLUZIONE INNOVATIVA SI FONDA SU UN APPROCCIO SISTEMATICO E QUANTITATIVO, CON L'OBIETTIVO DI COGLIERE LE SITUAZIONI DI MERCATO PIÙ FAVOREVOLI (CORRETTO MARKET TIMING) PER ACCELERARE - **EFFETTO BOOST** - IL PROCESSO DI PROGRESSIVA TRASFORMAZIONE DEL CAPITALE INVESTITO VERSO IL PORTAFOGLIO TARGET PREDEFINITO.

 **FAM Target *BOOST***

FINECO

ASSET
MANAGEMENT

FINECOASSETMANAGEMENT.COM
FINECOBANK.COM

Dossier Finanza



Boom del trading online «Il virus è un'occasione»

Più transazioni da quando è scoppiata la pandemia e i mercati sono entrati nella burrasca

Directa Sim a marzo ha raddoppiato i volumi di scambio e i nuovi conti aperti
Volano i ricavi di Fineco grazie alla crescita del numero di operazioni

di **Andrea Telara**
MILANO

Indici di Borsa che crollano, indici che risalgono velocemente e indici che si muovono per un po' sull'altalena. E' uno scenario che fa tremare i polsi a milioni di risparmiatori ma per i trader online, cioè gli investitori più esperti che negoziano via internet i più comuni strumenti finanziari, è invece una grande opportunità per fare soldi. Non a caso, da quando è scoppiata la pandemia del Coronavirus e i mercati finanziari sono entrati nella burrasca, il popolo del trading online si è messo in movimento con numerosi scambi giornalieri. Di questo sono ovviamente contente alcune banche e

sim (società di intermediazione mobiliare) che hanno visto aumentare in gran misura le operazioni svolte dai clienti. È il caso della torinese Directa Sim che, secondo l'ad Vincenzo Tedeschi, a marzo ha visto raddoppiare il numero dei nuovi conti aperti dalla clientela e i volumi di scambio sulle sue piattaforme.

Un notevole incremento delle negoziazioni si è registrato anche sulla piattaforma di Fineco Bank, uno dei pionieri nel trading online italiano assieme alla stessa Directa. Soltanto a marzo, Fineco ha registrato ricavi per 30 milioni di euro, su 64 milioni complessivi dell'intero trimestre. Il business della banca è molto diversificato e comprende anche la consulenza finanziaria e i servi-

zi creditizi più tradizionali ma il merito di questi risultati deriva in buona parte dall'aumento dei volumi di scambio sui mercati. Del resto, nel Dna dei trader online c'è proprio la tendenza a fare scalping, cioè ad aprire e chiudere diverse operazioni di compravendita nell'arco di una sola giornata, su una vasta gamma di strumenti d'investimento: azioni, bond, valute, Etf, certificati, opzioni e altri prodotti finanziari derivati.

«**La volatilità** minore nelle quotazioni, durante le ultime settimane, si è registrata senza dubbio sul mercato delle valute», dice Gianluigi Raimondi, fondatore e coordinatore di Finanza Operativa, portale web dedicato al trading e ai mercati borsistici. «Ci sono stati inve-

ce grande interesse e molte movimentazioni su altri mercati», aggiunge Raimondi, «in particolare sull'azionario e sul petrolio». Tuttavia, sottolinea ancora il fondatore di Finanza Operativa, chi pensava di fare affari con l'oro nero è rimasto spesso scottato.

Nelle ultime settimane le quotazioni di greggio sono infatti colate a picco ben più del previsto, finendo addirittura sotto zero nel caso dei contratti future sul Wti, il petrolio scambiato alla borsa americana. Si tratta di un crollo mai visto, legato alla pandemia del Coronavirus ma anche a ragioni speculative. Proprio per questa ragione, il crollo del greggio ha lasciato di stucco anche molti trader navigati e ha riempito di perdite il loro portafoglio. A parte queste vicende straordinarie, in linea di massima gli operatori si attendono per i prossimi mesi maggiore tranquillità sui listini internazionali, dopo le pesanti oscillazioni di marzo.

A dirlo sono le rilevazioni pubblicate nella prima settimana di aprile dall'agenzia Radio-cor con Assiom Forex, l'associazione rappresentativa degli operatori dei mercati finanziari. A marzo ben il 52% degli associati ad Assiom Forex prevedeva ribassi sul settore azionario mentre ad aprile, dopo il crollo successivo alla pande-

GIANLUIGI RAIMONDI

«Nelle ultime settimane grande interesse e molte movimentazioni sull'azionario e sul petrolio»

mia del Covid-19, la quota dei «pessimisti» è scesa al 28%. Il 17% degli operatori prevede flessioni degli indici inferiori ai dieci punti percentuali mentre soltanto l'11% si attende cali a due cifre. Gli operatori di borsa si sono cimentati anche in previsioni sullo spread Btp/Bund, il differenziale di rendimento tra i Buoni del Tesoro italiani e i titoli di stato tedeschi di scadenza decennale.

La maggioranza degli associati ad Assiom Forex, sempre nella prima settimana di aprile, stimava uno spread posizionato tra 150 e 200 punti nei mesi a venire, cioè tra l'1,5 e il 2%. Il 16% prevedeva invece uno spread stabile attorno ai 250 punti base (2,5%), cioè su un livello in linea con quello toccato per tutto questo mese. C'è però quota del 27% di ottimisti che ritiene probabile una discesa del differenziale di rendimento tra Btp e Bund in un intervallo tra 150 e 200 punti base. Il che, se la previsione si avverasse, significherebbe maggiore tranquillità sui mercati visto che lo spread, come sa bene chi ne segue da tempo le dinamiche, è una sorta di barometro che misura la pressione sulle piazze finanziarie europee. Va detto, però, che l'indagine di Assiom Forex si è svolta prima del 23 aprile, quando sono iniziate le trattative nel Consiglio Europeo sulle misure per arginare la crisi economica.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

QN

Quotidiano Nazionale

economiaelavoro

il Resto del Carlino LA NAZIONE
IL GIORNO

SETTIMANALE
A CURA DI

**Paolo Giacomini
e Andrea Ropa**

Risparmio

Educazione finanziaria

Petrolio, oro e rame: istruzioni per trader

YouFinance, il punto di Maurizio Mazziero

Focus sugli investimenti nelle materie prime e sugli strumenti finanziari da utilizzare

di **Achille Perego**
MILANO

Si avvicina il gran finale della seconda edizione del percorso Investi Bene-YouFinance 2020. Il più importante evento didattico e formativo online, nato dalla collaborazione tra Traderlink e QN Economia & Lavoro, dedicato a trading, investimenti e risparmio, vedrà la sua conclusione martedì 5 e mercoledì 6 maggio.

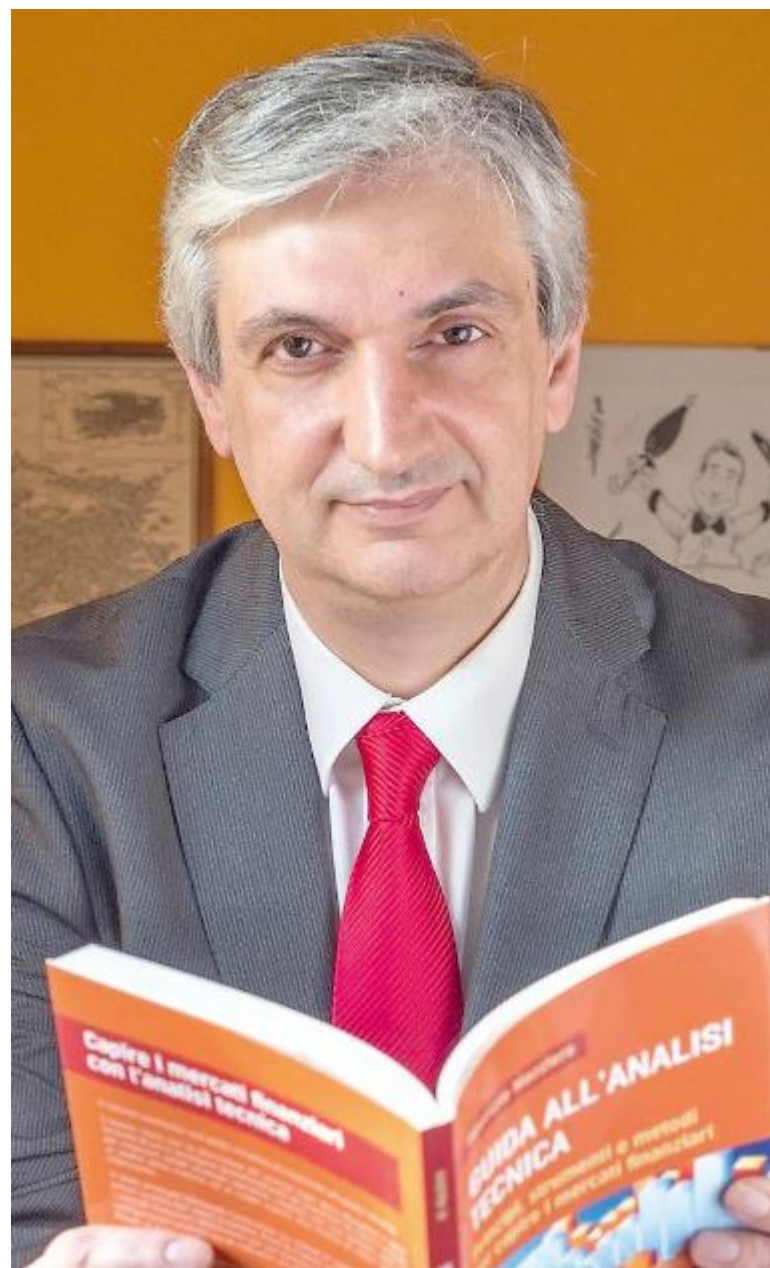
Con le restrizioni imposte dall'emergenza Coronavirus, non ci sarà il tradizionale incontro tra relatori e partecipanti al percorso formativo, ma si svolgerà un maxi-evento solo

online per due giorni (informazioni e iscrizioni su www.youfinance.it).

Una degna conclusione dopo tre mesi (da febbraio ad aprile) che hanno riscosso, con la pubblicazione delle dispense online e con i live streaming, un grande successo. Ma soprattutto, in un mondo cambiato per l'esplosione della pandemia, con mercati che ne hanno subito i pesanti effetti, servono nuove regole, nuovi comportamenti per imparare, oggi e domani, a gestire una volatilità spesso esplosiva. Regole e comportamenti che i relatori di YouFinance illustreranno nelle due giornate dell'evento finale. Tra i protagonisti del doppio appunta-

mento del 5-6 maggio ci sarà anche Maurizio Mazziero (**nella foto**) che, dopo essersene occupato nelle dispense e nei webinar durante queste settimane di YouFinance, riprenderà, alla luce dell'attualità dei mercati, il suo focus sull'investimento nelle materie prime. Campo in cui Mazziero, analista finanziario, socio ordinario Siat, fondatore della Mazziero Research, è uno dei principali esperti. E parlando di materie prime non si può non partire dal petrolio.

La caduta delle quotazioni del greggio persino sottozero, anche se si è trattato di un evento eccezionale e di un solo contratto a breve sui future del petrolio americano Wti, spiega Mazziero, «potrebbe ingolosire» più di un trader a investire nell'oro nero. Ma «io consiglierei cautela». Perché? «Perché pensare di investire, dato le attuali basse quotazioni, sul petrolio potrebbe essere una buona idea ma non sono altrettanti buoni gli strumenti



finanziari per farlo a disposizione di chi non è un professionista». Il piccolo investitore infatti perlopiù utilizza gli Etc e/o i certificati che hanno come sottostanti i future sui prezzi del greggio. Future che però hanno diverse scadenze e quelli a più mesi possono avere quotazioni più alte dei future a breve riducendo, se non azzerando, i possibili guadagni.

Passiamo a un bene rifugio come l'oro. In questo caso è successo il contrario. «Le incognite sui mercati finanziari legate alla pandemia, alla frenata dell'economia e all'aumento dei debiti pubblici e al rischio svalutazione delle monete per le misure di sostegno delle banche centrali e dei governi, ha portato a investire nell'oro che, facendo il cambio dollaro-euro, ha superato nei giorni scorsi i massimi toccati a settembre del 2011». Pur con quotazioni già da record, però, i rischi collegati alla crescita dei debiti e alle svalutazioni monetarie, rendono l'oro ancora interessante per

un investimento in fondi ed Etc o per acquisti diretti di monete o lingotti.

Tra le materie prime non si possono dimenticare quelle agroalimentari, dove, per esempio, si è assistito alle tensioni sul grano, sia per la siccità, sia per la riduzione delle semine del frumento americano piuttosto che la riduzione delle scorte o delle esportazioni dovute all'epidemia da Coronavirus. Ma anche per il grano, avverte Mazziero, vale la stessa prudenza determinata dagli strumenti finanziari (leggi rischio-future) espressa per il petrolio. Infine, l'ultimo consiglio di Mazziero – che anticipa quelli che fornirà durante la sua partecipazione all'evento finale di Investi-Bene-YouFinance 2020 – riguarda l'attenzione al rame. Materia prima i cui rialzi di solito anticipano di sei mesi la ripresa. E già negli ultimi giorni sulle quotazioni del rame si è assistito a qualche primo, piccolo segnale di vivacità.

Numero Verde 800 946 922

euclidea.com

ABBIAMO UN INTERESSE IN COMUNE. I TUOI **e** I TUOI.

Euclidea è la gestione patrimoniale senza conflitti di interesse. Gestiamo il tuo patrimonio unendo competenza, esperienza e uso del digitale. E facendoti risparmiare. Euclidea: il nostro patrimonio è prima di tutto il tuo.

euclidea
Wealth Tech, indipendente

Una bussola per investire ai tempi del Coronavirus

Il webinar del gran finale con Salvatore Gaziano e Roberta Rossi

«Il mondo ripartirà, ma su nuove basi. Le strategie dovranno tenerne conto»
Sotto la lente le materie prime come l'oro e i settori protagonisti durante l'epidemia come l'entertainment online e le telecomunicazioni

MILANO

«**Basta mentire** ai risparmiatori al tempo del Coronavirus». È il titolo del webinar che il 6 maggio vedrà protagonisti, nel grande finale online di Invest Bene-YouFinance 2020 (www.youfinance.it) Salvatore Gaziano e Roberta Rossi, fondatori e amministratori di SoldiExpert SCF (www.soldiexpert.com) società indipendente di consulenza finanziaria.

Durante l'atteso live streaming, spiega Rossi, che recentemente, oltre alla responsabilità della consulenza personalizzata ha assunto anche quella di amministratore delegato di SoldiExpert SCF, «parleremo delle strategie di investimento più adatte ad affrontare questo contesto economico».

Quindi quale ripresa dovremo aspettarci superata l'emergenza sanitaria provocata dall'epidemia, e quali potranno essere i portafogli più adatti nel post-Coronavirus. Sapendo, aggiunge Rossi, che se è vero che il mercato finanziario ha già vissuto tante crisi (quella del 1987, il crollo della new economy, l'11 settembre, il 2008 e il 2011) dalle quali è sempre ripartito, questa volta la ripresa ci sarà ma selettiva.

Sarà infatti «una ripartenza differenziata» perché ci sono settori e Paesi più contagiati anche economicamente dall'epidemia e quelli che invece già adesso, sebbene l'emergenza non sia finita, meno toccati e addirittura business favoriti da questo particolare periodo.

Durante il webinar, quindi, Gaziano e Rossi spiegheranno come sempre, e più che mai al tempo del Coronavirus, non si debba considerare il portafoglio un abito che non possa essere cambiato, magari stringendo i denti, accettando le

perdite attuali e sperando nella ripresa dei mercati. Perché non tutti i mercati, e quindi le attività economiche a cui fanno riferimento indici e strumenti finanziari, ripartiranno allo stesso modo. E c'è chi potrebbe proprio non ripartire o comunque farlo in modo molto più lento.

«**Il mondo ripartirà** ma su basi nuove», avverte Roberta Rossi. E quindi anche le strategie di investimento dovranno tenerne conto. Come? Analizzando i settori più interessanti da cui ricavare – e Gaziano e Rossi lo faranno nel webinar – spunti per individuare gli asset. Per esempio la consulenza di SoldiExpert SCF guarda in questo momento a un bene rifugio come l'oro sul quale investire attraverso Etf specializzati nel metallo giallo o nelle società che lo estraggono. Piuttosto che a temi, rilanciati dai cambiamenti lavorativi e sociali imposti dal virus, come l'entertainment via Internet, (ci sono Etf specializzati anche in questo settore), l'e-commerce, l'Itc piuttosto che, sul fronte obbligazionario, le potenzialità del dollaro o quelle della Cina, già ripartita dopo essere stata l'epicentro dell'epidemia, e che potrebbe essere l'unico grande Paese a chiudere il 2020 con il Pil in crescita.

Ma nel live streaming, Gaziano e Rossi richiameranno l'attenzione (dal titolo: «Basta mentire ai risparmiatori...») anche sui costi degli strumenti finanziari. Commissioni che, nonostante la Mifid2, dagli sportelli delle banche alle reti dei promotori, non sono ancora palesi ai risparmiatori che invece, specialmente nel mondo del post-Coronavirus caratterizzato dalla necessità di ridurre in generale tutte le voci di spesa, dovrebbero essere maggiormente consapevoli del costo della gestione dei loro investimenti.

Roberta Rossi, fondatrice di SoldiExpert SCF



In ufficio
bisogna
vederci chiaro.
Per questo
arriviamo noi.

Per le sedi in Italia e in America,
Safilo ha scelto sistemi dinamici
e integrati di Tecno, centinaia di
tavoli con elettrificazione nascosta.
L'innovazione che c'è, ma non si vede.

A prova di quattrocchi.

tecnospa.com



Eni con l'Italia 

UNIAMO LE NOSTRE ENERGIE A QUELLE DEI MEDICI DI FAMIGLIA

Il modo migliore per stare uniti, oggi, è stare un po' più lontani. Aiuta il tuo medico di base impegnandoti a rispettare le norme di sicurezza e non uscire di casa, quando non è strettamente necessario. Ogni medico sta lavorando senza sosta per combattere il Covid-19, ma ora più che mai ha bisogno di te. Se hai dei sintomi influenzali o se vuoi maggiori informazioni telefona al tuo medico di famiglia.

E con tutta la voce che hai condividi questo messaggio:

#IORESTOACASA

MESSAGGIO
APPROVATO DALLA

**FEDERAZIONE
ITALIANA
MEDICI DI
MEDICINA
GENERALE**



Voglia di choc positivi «Ma è presto per rischiare»

Il mercato visto da Lorenzo Bassani, direttore commerciale e marketing di CheBanca!

**Le misure europee si sentiranno nel lungo periodo, ora la vulnerabilità resta alta
Pharma, biotech e tech sono i settori con più potenzialità di crescita
«Per chi vuole temporeggiare abbiamo una nuova offerta su Conto Deposito»**

di **Achille Perego**
MILANO

Dopo la forte caduta a causa della pandemia, i mercati stanno vivendo una fase laterale, tra rimbalzi e ribassi. Come vede l'attuale situazione delle Borse?

«Nelle ultime settimane – risponde Lorenzo Bassani, direttore commerciale e marketing di CheBanca! (gruppo Mediobanca) – abbiamo assistito a una discesa dei mercati senza precedenti per intensità e velocità, peraltro partendo dai massimi storici registrati a febbraio. La probabilità di rischi di coda, pur rimanendo molto alta, è diminuita soprattutto grazie alle misure senza eguali adottate dalle autorità monetarie e fiscali che hanno scongiurato una depressione analoga a quella del '29. I mercati continuano a essere vulnerabili ma sono anche affamati di choc di fiducia positiva».

Che prospettive ci sono per i prossimi mesi?

«Solo dopo la conclusione sarà possibile valutare con maggior precisione i danni provocati da questa situazione di lockdown su consumi e offerta. Nel lungo periodo gli effetti positivi delle diverse misure di mitigazione adottate emergeranno in varie aree dell'economia e contribuiranno alla rapidità della ripresa. Si registreranno inoltre alcuni cambiamenti strutturali con maggiori potenzialità di crescita soprattutto per quei settori che in questa crisi avranno fatto la differenza come il pharma, il biotech e il tech a servizio dei sistemi comunicativi».

Che consigli state dando ai vostri clienti per difendere i portafogli?

«In questa fase è fondamentale non farsi prendere dalla voglia di recuperare subito eventuali perdite con strategie che potrebbero rivelarsi rischiose. In generale, data l'incertezza sul-

le prospettive delle principali economie, manteniamo un atteggiamento neutrale verso le classi di attivo più rischiose. E per chi avesse liquidità da investire, il consiglio è di entrare gradualmente sui mercati con piani di accumulo o polizze progressive. Per chi invece preferisce temporeggiare, CheBanca! ha lanciato per tutto il mese di aprile la nuova offerta su Conto Deposito, con un tasso annuo dell'1% sulla nuova liquidità vincolata a sei mesi».

Come si è mossa Che Banca! per fronteggiare l'emergenza, dagli investimenti ai conti correnti all'operatività della banca?

«Il nostro approccio multicanale ci ha permesso di mettere a disposizione dei clienti, e totalmente da remoto, le nostre competenze, sia per l'operatività di base che per le operazioni più complesse come gli investimenti, grazie a un evoluto sistema di web e mobile collaboration. Un'impostazione che ha facilitato la scelta, per il bene di clienti e dipendenti, di limitare l'accesso alle filiali solo su appuntamento per le operazioni strettamente necessarie».

Come è stata gestita l'emergenza nell'organizzazione del lavoro e nel rapporto con i clienti?

«Abbiamo da subito intensificato i momenti di dialogo con la nostra rete e, di conseguenza, con i clienti anche grazie a un costante aggiornamento delle prospettive di mercato con il supporto del Comitato investimenti del Gruppo Mediobanca. I nostri consulenti stanno facendo un grande lavoro per affiancare i clienti anche a distanza, garantendo un monitoraggio continuo del portafoglio e identificando le migliori azioni a tutela del loro patrimonio».

Qual sono state le iniziative di solidarietà messe in campo?

«Abbiamo deciso di devolvere l'equivalente dell'1x1000 della nuova liquidità vincolata su

Conto Deposito a sostegno della lotta contro il Coronavirus. I primi 300mila euro sono già stati donati alla onlus Hope per l'acquisto di ventilatori polmonari, ecografi portatili e dispositivi di protezione. Un'iniziativa che si affianca all'impegno del Gruppo Mediobanca, di cui facciamo parte, e dei suoi dipendenti che hanno donato 1,1 milioni di euro a sostegno dell'emergenza».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Lorenzo Bassani, direttore commerciale e marketing di CheBanca!



PARATIE DIVISORIE IN VETRO EXTRACHIARO DI PROTEZIONE PER IL CONTENIMENTO DEL VIRUS COVID-19 IN TUTTI GLI AMBIENTI DI LAVORO

PARAFIATO IN VETRO/ALLUMINIO
Progettato per il contenimento batterico, protegge dal rischio di contagio chi lavora a stretto contatto con il pubblico.

Caratteristiche:

- Supporti in alluminio satinato RAL 9006
- Vetro temperato extrachiara spessore 5mm
- Fornito con gomma antiscivolo già applicata alla base
- Rialzato di 2 cm rispetto al piano di lavoro

Vantaggi vetro rispetto a PVC/PC:

- Trasparenza
- Antigraffio
- Sicurezza
- Igienizzabile

Per informazioni e prezzi:

Email: info@vetrog.it
info@vetrogevolution.com

DA DIRITTO AD UN CREDITO D'IMPOSTA DEL 50%



**INTERESSI
DEL CONTO
DEDICATO
FINO AL 2%***

INVESTIMENTO

Massimo Doris
Amministratore Delegato
Banca Mediolanum

GUARDA AL FUTURO, INVESTI CON MEDIOLANUM.

Double Chance. Rendimento e investimento, insieme.

La storia ci insegna che dopo ogni crisi, l'economia mondiale è sempre ripartita. Anche questa volta succederà, meglio essere pronti. È il momento di investire con Banca Mediolanum e Double Chance: puoi entrare gradualmente nei mercati di tutto il mondo con un piano di versamenti dal conto dedicato Double Chance che oggi offre ***fino al 2% annuo lordo sulle somme non ancora investite a 3, 6 e 12 mesi per investimenti azionari di almeno 25.000 euro. Promozione valida fino al 28 maggio 2020. Le crisi passano, guarda al futuro.**

Scopri di più su bancamediolanum.it

BANCA

CREDITO

INVESTIMENTI

ASSICURAZIONE

PREVIDENZA

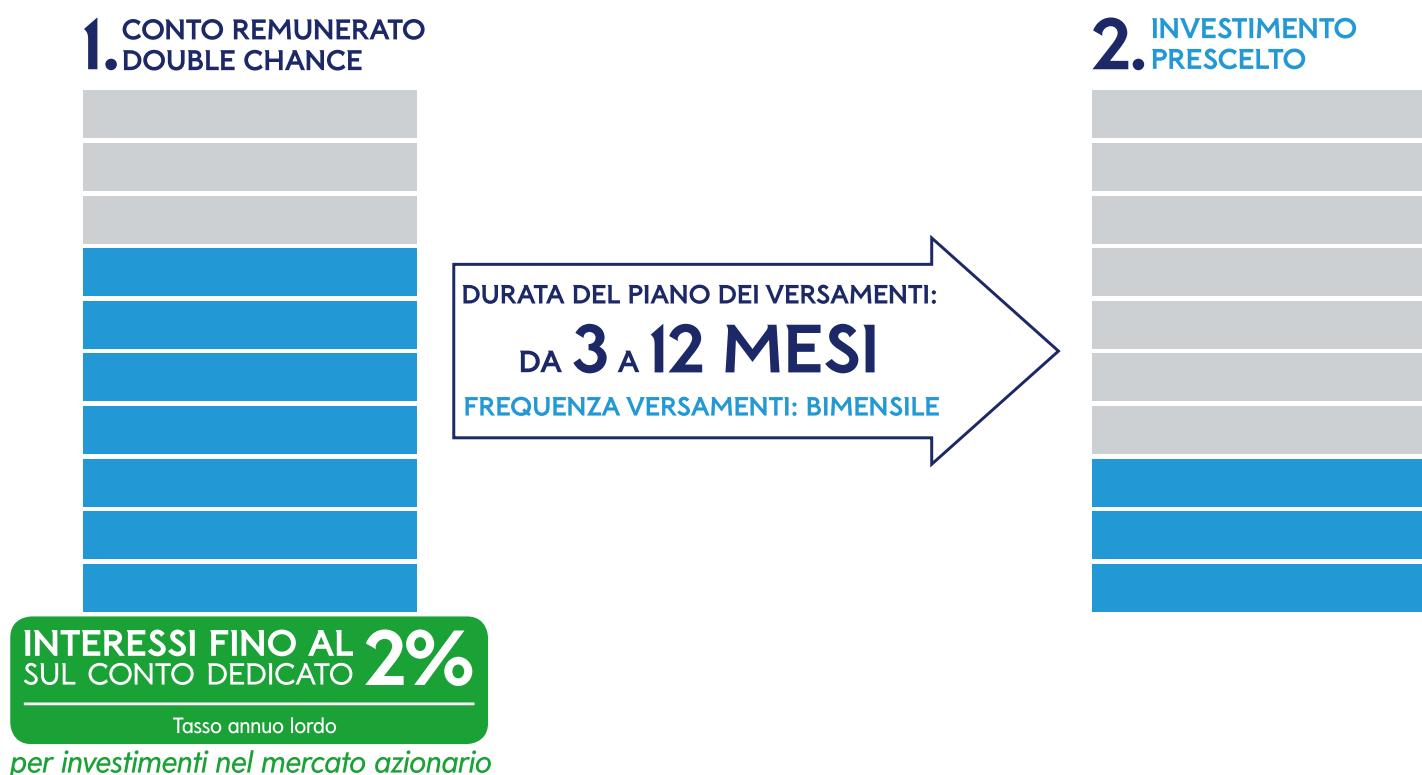
Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Prima dell'adesione ai prodotti e servizi presentati nonché per operare una scelta informata e consapevole anche in relazione ai costi e ai rischi connessi all'investimento, leggere il relativo materiale informativo e contrattuale disponibile presso i Family Banker di Banca Mediolanum S.p.A. e sul sito bancamediolanum.it. La sottoscrizione è subordinata alla valutazione di adeguatezza rispetto al proprio profilo di investitore e ai propri bisogni assicurativi per i prodotti di investimento assicurativo. L'investimento non dà certezza di rendimento minimo e di restituzione del capitale, anche in caso di decesso dell'assicurato per i prodotti di investimento assicurativo. Per l'apertura del Conto Double Chance il richiedente deve essere intestatario di un conto ordinario presso Banca Mediolanum. I prodotti abbinabili al piano dei versamenti (c.d. Pic Programmato) sono dettagliatamente evidenziati nella richiesta di attivazione e la sua durata può variare a scelta del cliente tra 6, 12, 24, 36 e 48 versamenti sia per investimenti di tipo azionario sia per quelli di tipo obbligazionario e la conclusione o l'interruzione del piano dei versamenti comporta l'automatica estinzione del Conto Double Chance con regolamento delle competenze sul conto corrente ordinario. Per le condizioni economiche e contrattuali e per quanto non espressamente indicato è necessario

È IL MOMENTO DI INVESTIRE CON UNA DOPPIA OPPORTUNITÀ: DOUBLE CHANCE

Double Chance è una strategia di investimento che consente ai clienti di entrare in modo graduale nei mercati, mitigando così gli effetti della volatilità e beneficiando, al contempo, di un rendimento certo sulle somme presenti sul conto corrente dedicato.

Double Chance si realizza con la sottoscrizione del Conto Double Chance, previa sottoscrizione di un conto corrente ordinario, e di un prodotto o servizio di investimento offerto da Banca Mediolanum. Funziona come un serbatoio remunerato su cui viene versata inizialmente l'intera somma destinata all'investimento, secondo i minimi previsti per ogni prodotto o servizio.

Importi costanti vengono periodicamente investiti nel prodotto o servizio prescelto attraverso versamenti programmati, fino ad esaurimento della somma inizialmente versata sul conto.



ARMANDO TESTA

1. L'importo viene trasferito dal conto corrente ordinario del cliente al Conto Double Chance.
2. Due volte al mese viene trasferita la somma prestabilita dal Conto Double Chance verso il prodotto o servizio scelto dal cliente.
3. Gli interessi sono accreditati automaticamente sul conto corrente ordinario del cliente al termine della durata prescelta e/o il 31/12.
4. Adesione minima al servizio: 15.000 euro per investimenti di tipo obbligazionario - 25.000 euro per investimenti di tipo azionario*.

TIPOLOGIE DI INVESTIMENTO

DOUBLE CHANCE AZIONARIO

i versamenti periodici alimentano fondi con caratteristiche di natura "azionaria" ovvero Polizza o servizio di gestione individuale di portafogli, che investono in fondi.

DOUBLE CHANCE OBBLIGAZIONARIO

i versamenti periodici alimentano fondi con caratteristiche di natura "obbligazionaria" ovvero Polizza o servizio di gestione individuale di portafogli, che investono in fondi.

DIVENTA CLIENTE

APRI IL CONTO CORRENTE SU [BANCAMEDIOLANUM.IT](https://www.bancamediolanum.it) O CONTATTA UN FAMILY BANKER

BANCA
mediolanum
costruita intorno a te

fare riferimento al Foglio Informativo, alle Norme Contrattuali e al documento "Promozioni su tassi e condizioni applicate ai servizi bancari e d'investimento" disponibili presso i Family Banker, le Succursali di Banca Mediolanum, lo sportello di Milano 3 City-Basiglio (MI), Via F. Sforza n. 15 e nella sezione Trasparenza del sito di Banca Mediolanum. Mediolanum Best Brands e Challenge Funds sono fondi comuni aperti di Mediolanum International Funds Ltd. Il Sistema Mediolanum Fondi Italia è una famiglia di fondi comuni aperti di Mediolanum Gestione Fondi SGR p.A. Le polizze appartenenti all'offerta My Life sono contratti di assicurazione sulla vita di tipo unit linked a vita intera, che si caratterizzano come prodotti d'investimento assicurativo di Mediolanum Vita S.p.A. Mediolanum My Style è un servizio di Gestione Individuale di Portafogli di Banca Mediolanum.

*Fondi di Mediolanum Best Brands, Challenge Funds e Sistema Mediolanum Fondi Italia: di tipo obbligazionario € 15.000; di tipo azionario € 25.000. Polizze appartenenti all'offerta My Life e servizio di gestione individuale di portafogli Mediolanum My Style a partire da € 25.000 o € 50.000 in funzione della modalità di sottoscrizione prescelta.

NON ABBIAMO AVUTO IL TEMPO PER PENSARE A UNA CAMPAGNA PUBBLICITARIA.

Dal primo giorno di **emergenza COVID-19** ci siamo messi al lavoro per aiutare il nostro Paese e soprattutto le persone che ci vivono. Con tutte le nostre forze.

Tra le tante attività avviate, abbiamo destinato **donazioni per 3,5 milioni di euro** a favore delle nostre comunità e abbiamo attivato una **raccolta fondi tra i colleghi** per sostenere le famiglie in difficoltà.

Inoltre abbiamo lanciato una campagna di **crowdfunding** per finanziare specifici progetti sui **nostri territori**: per donare vai sul sito **bancobpm.it**.

Perché, piccolo o grande che sia, ogni contributo oggi è importante.

**Siamo una banca
che fa cose normali.
Ma insieme facciamo
cose straordinarie.**
bancobpm.it



BANCO BPM
La Banca delle Comunità.

Dossier Agroeconomy

Coltiviamo il futuro

Ripartire dalle mille eccellenze regionali

di **Davide Gaeta**

Si potrebbe definire il Veneto delle eccellenze agroalimentari, per la gamma di prodotti offerti nei mercati di tutto il mondo e per i successi ottenuti in settori come il vino, le colture orticole, la frutta, la pesca, l'industria alimentare. Una Regione tra le più importanti realtà agricole europee e la prima delle Regioni del Nord Italia, con oltre un milione di ettari coltivati e più di 75mila aziende agricole. Questo grazie al produttore veneto; lavoratore, spesso poco incline alla ribalta mediatica ma con una tenacia ed un sistema di valori familiari che sono la struttura portante della sua economia aziendale e che difende, giustamente e gelosamente, nel tempo. Il comparto orticolo è il secondo comparto, dopo i seminativi, per importanza dell'agricoltura regionale. Come per le colture orticole lo stesso è accaduto per la frutticoltura, mele, pere, pesche, con Verona che è la principale provincia frutticola del Veneto detenendo circa il 61% dell'intera superficie regionale. Tra i record, il Veneto è la prima regione italiana per la produzione di vino, con l'85% di vini a Denominazione di Origine. Al primo posto nella graduatoria delle esportazioni nazionali, grazie al posizionamento in alta gamma delle sue eccellenze.

Il Veneto agro-alimentare è anche molto altro; l'industria alimentare, per esempio, con imprese e marchi che si sono affermati nel mondo nei più disparati settori, dalla mangimistica, alla pasticceria, la pasta fresca, polli e uova; la logistica e la scelta orientata all'export, che ha fatto del Veneto il nodo determinante negli scambi internazionali, con i suoi mercati di redistribuzione di Verona, Padova e Treviso. Infine non va dimenticato il ruolo della ristorazione, con oltre 14mila locali, e del turismo, con decine di milioni di presenze all'anno.

Davide.gaeta@univr.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA



«Così il Veneto fa incontrare disoccupati e agricoltura»

Tiziano Barone, direttore di Veneto Lavoro

L'iniziativa coinvolge lavoratori, aziende, sindacati, centri per l'impiego e associazioni di categoria

di **Paola Benedetta Manca**
VENEZIA

L'emergenza Coronavirus ha messo in ginocchio le aziende agricole, a causa della mancanza di manodopera nei campi. Per reperire più agevolmente lavoratori, soprattutto stagionali, nasce in Veneto, 'IncontraLavoro Agricoltura', una piattaforma di incrocio tra domanda e offerta per manodopera per campi, serre e aziende agricole. A gestirla è l'ente strumentale Veneto Lavoro, attraverso i 39 Centri per l'impiego che fanno da intermediari tra le offerte delle aziende e le candidature dei disoccupati iscritti, dei cassaintegrati, di studenti e pensionati. La piattaforma è stata presentata in videoconferenza dall'assessore regionale all'Agricoltura

del Veneto, Giuseppe Pan, insieme al direttore di Veneto Lavoro, Tiziano Barone (**nella foto**), ai sindacati e ai componenti del 'Tavolo Verde'. Hanno partecipato anche i presidenti regionali di Coldiretti, Confagricoltura, Cia, Agriveneto, Confcooperative e Legacoop e i rappresentanti dei tre sindacati di categoria Andrea Gambillara (Flai Cgil), Andrea Zanin (Fai Cisl) e Giuseppe Bozzini (Uila Uil).

Direttore Barone, come funziona il servizio?

WWW.CLICLAVOROVENETO.IT

«Già nella prima settimana abbiamo raccolto 170 offerte di lavoro, proponendo 320 curriculum di aspiranti braccianti»

«Veneto Lavoro si occupa della preselezione dei candidati e invia alle imprese interessate curriculum e disponibilità dei singoli. Gli enti bilaterali accreditati o autorizzati collaboreranno, fornendo garanzie sul rispetto delle norme contrattuali e dei requisiti di sicurezza per i lavoratori, la formazione minima necessaria, e sulla disponibilità di servizi di trasporto per raggiungere le sedi di lavoro. Le aziende possono mandarci una mail con la richiesta di personale o farlo attraverso il nostro portale: www.cliclavoroveneto.it».

Quanti sono i disoccupati che potranno usufruire di questa opportunità?

«Si parla di una platea di circa 140.000 persone, di cui 100mila in cassa integrazione in deroga e circa 12.500 che percepiscono il reddito di cittadinanza».

Il progetto sta avendo successo?

«Sì. La registrazione di offerte di lavoro è già iniziata e, solo nella prima settimana, abbiamo raccolto 170 offerte di lavoro per l'immediato, da 32

aziende agricole, e abbiamo proposto 320 lavoratori con relativo curriculum e raccolto centinaia di domande da parte di aspiranti braccianti agricoli. L'ente bilaterale veronese 'Agri Bi' ha già segnalato in totale 250 'vacancy', cioè richieste da parte delle aziende, anche per periodi successivi e non solo per i prossimi mesi».

A cosa si deve questa grande richiesta di manodopera nei campi?

«Il dato da rilevare è che, a causa dell'impossibilità a spostarsi tra Paesi, l'agricoltura non può approvvigionarsi di personale all'estero e si trova in grande difficoltà: perciò si è venuti incontro, con lo strumento 'IncontraLavoro Agricoltura', a un'esigenza reale e urgente delle aziende».

Perché chi percepisce il sussidio di disoccupazione, la cassa integrazione o il reddito di cittadinanza dovrebbe voler lavorare stagionalmente nei campi?

«I disoccupati hanno interesse a rientrare nel circuito del lavoro, a mantenersi attivi, e i titolari del Reddito di cittadinanza sono comunque disoccupati. Qualsiasi lavoro serve a rimettersi in gioco e a sentirsi utile: questo è molto importante. Infatti, da parte dei cassaintegrati, abbiamo molti segnali di interesse a riprendere il lavoro. In più, in questa circostanza, è stata sospesa la condizionalità: vuol dire che si può rifiutare il lavoro offerto senza incorrere in conseguenze di nessun tipo. In questa fase, è importante guardare positivamente all'occasione di impiego per non perderla, in più assicuriamo un lavoro trasparente e pulito».

È anche un modo per contrastare il caporalato?

«Assolutamente sì. 'IncontraLavoro Agricoltura' è un sistema che aiuta a combatterlo. L'offerta di lavoro, in questo modo, è trasparente, perché passa attraverso i nostri canali. Così come è assicurato ai lavoratori, in questo periodo di emergenza da Coronavirus, di poter operare in sicurezza con i dispositivi di protezione e le norme igieniche adeguate».

Questo nuovo strumento ha registrato anche il consenso delle organizzazioni sindacali?

«Sì. È stato firmato un protocollo d'intesa tra assessorato all'Agricoltura del Veneto, le parti sociali datoriali e sindacali. In più, oltre alle aziende, possono inoltrare le offerte di lavoro anche gli enti bilaterali dell'agricoltura, che le raccolgono e le mandano a noi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Formaggi per tradizione dal 1955

Crema del Piave®

Tradizione e freschezza da gustare

Crema del Piave è uno dei primi formaggi che Primo Tomasoni ha creato. Fresco, delicato, estremamente morbido, è uno stracchino dal sapore unico e inconfondibile. È perfetto in ogni ricetta, dall'antipasto allo snack.

SOSTENIBILE

Dal 1955 valorizziamo il territorio dove siamo nati, il nostro latte proviene esclusivamente da piccoli produttori locali, evitando gli sprechi e rispettando l'ambiente.

TRACCIABILE

Tutta la nostra filiera è controllata e garantita, queste continue verifiche sulle materie prime sono indispensabili per garantire sempre un prodotto sicuro di ottima qualità.



L'azienda fondata da Primo Tomasoni nel 1955 è gestita attualmente dai figli Moreno, Nicoletta e Paola. L'innovazione e la qualità sono i valori portanti che hanno contraddistinto l'azienda veneta negli anni proponendo una ricca gamma di prodotti che hanno saputo conquistare il consumatore, come la Casatella Trevigiana, la Crema del Piave e il Pannarello.



Caseificio Tomasoni
via Bovon, 3 - 31030 Breda di Piave TV

www.caseificiotomasoni.it

seguici su:  



«Latte delle nostre stalle e progetti social» Così il caseificio Tomasoni va a pieni giri

Tutto in famiglia: Eva, la responsabile marketing, racconta una storia di sfide

**«L'inizio del lockdown è stato tragico, poi la situazione si è ribaltata
Stiamo imparando un modo diverso di lavorare, ma vorremmo più certezze»**

di **Paola Benedetta Manca**
BREDI DI PIAVE (Treviso)

«Per la nostra azienda, l'inizio del lockdown è stato davvero duro, ci siamo trovati con ordini bloccati e merce che ci tornava indietro. Produciamo solo prodotti freschi, così, una volta arrivati di nuovo in sede, erano da buttare, perché la data di scadenza è molto ravvicinata. L'intero circuito Horeca si era fermato, con i magazzini pieni di merce inutilizzata». Eva Tomasoni (nella foto in basso a destra con il figlio Giulio), 30 anni, responsabile marketing dello storico Caseificio Tomasoni, racconta i primi momenti, critici, legati all'emergenza Coronavirus. L'azienda ha una storia di oltre 60 anni e un fatturato di 12 milioni di euro l'anno. A conduzione familiare, si è data la *mission* di conservare i valori di famiglia senza rinunciare alle

sfide della sostenibilità. Il Caseificio Tomasoni lavora solo latte della propria regione, il Veneto: 400 quintali al giorno, provenienti da stalle nel raggio di 30-40 chilometri dallo stabilimento produttivo. «Dovevamo continuare a raccogliere il latte dai nostri allevatori – racconta Tomasoni – ma era troppo, ormai, in relazione alla richiesta: abbiamo dovuto svenderlo, la prima settimana è stata tragica».

Dopo, però, la situazione si è ribaltata. «Dalla seconda settimana i supermercati hanno iniziato ad aumentare le vendite, perché le persone, restando a casa, consumavano maggiormente i prodotti caseari e lattieri». «Abbiamo incrementato notevolmente le consegne alla grande distribuzione – spiega Tomasoni – ma anche ai negozietti sotto casa. Così abbiamo rielaborato il regime di lavoro e i nostri volumi di vendite sono aumentati del

30% rispetto a prima: abbiamo recuperato tutta la perdita iniziale». Ora che la riapertura è vicina «non sappiamo cosa aspettarci – dice Tomasoni – vorremmo più certezze».

Il caseificio ha continuato a lavorare nonostante l'emergenza: «Siamo stati fortunati, ovviamente abbiamo proseguito con tutte le cautele, come il distanziamento e lo smart working del 60% del personale. Mascherine e guanti, nei reparti produttivi, erano già obbligatorie per ragioni di igiene». «Non mi aspetto torni tutto come prima – spiega Tomasoni – dovranno passare almeno due anni perché accada, ma stiamo imparando un modo diverso di lavorare e di avvicinarsi ai clienti, principalmente telematicamente, e questo ci fa dare ancora più importanza al rapporto umano nel lavoro». «Ciò che mi auguro resti anche dopo il lockdown – sottolinea – è l'attenzione dei consumato-

ri verso i prodotti locali, il buon senso di affidarsi ad aziende di cui si conosce la serietà e il maggiore impegno nel consumare cibi genuini».

E si muove proprio in quest'ottica *Bimbi a tavola con Tomasoni*, il progetto social del caseificio per riflettere sull'importanza dell'alimentazione genuina e consapevole. Un appuntamento fisso ogni lunedì, fino a fine anno, per suggerire ricette sfiziose e salutari con i prodotti Tomasoni e informazioni utili sul ruolo del latte e

dei derivati nella dieta quotidiana di adulti e bambini. Il progetto prevede il coinvolgimento di quattro giovani mamme, attive su Instagram quotidianamente: Sara Luna Canola, Caterina Siviero, Chiara Losh e Victoria Cotovan. I loro post registrano fino a migliaia di interazioni. «Le abbiamo scelte perché condividono i nostri valori: benessere, genuinità e passione per il buon cibo – spiega Eva Tomasoni, mamma di Giulio, un bimbo di un anno –. Collaboreranno con noi nella creazione e condivisione di contenuti, sia nei loro profili Instagram, che nei nostri canali social e tramite il nostro blog *Stracchino&co*».

L'iniziativa nasce proprio da Eva Tomasoni, con l'obiettivo di contrastare la disinformazione promossa dalle mode alimentari: «Negli ultimi anni sono stati diffusi molti falsi miti riguardo l'effetto del latte e dei formaggi. Sono alimenti che integrano e arricchiscono l'alimentazione, aiutando a rinforzare le ossa e le difese immunitarie. Forniscono vitamina D e, soprattutto in questo periodo in cui si è esposti poco al sole, latte e derivati ne possono favorire l'assunzione».





«Dal campo alla Rete, la spinta dell'emergenza»

Il presidente Mastrandrea, giovani Confagricoltura

**«L'innovazione è stata stimolata dall'epidemia
Ora dobbiamo consolidare i risultati»**

SIENA

Affrontare la crisi come una nuova opportunità. Reagire con l'innovazione. L'agroalimentare punta al contadino 2.0, che sfrutta un algoritmo per decidere quando irrigare, che coltiva frutti fuori stagione usando una serra idroponica, che dirige macchinari e sensori con una app e sa raccontare su Internet il valore della propria azienda.

L'emergenza sanitaria in corso ha imposto cambiamenti a tutti, le imprese di agri-food hanno accettato la sfida e si confrontano offrendo pratiche e sistemi innovativi. Il Segretariato italiano di Prima,

che ha sede al SantaChiara Lab dell'Università di Siena, ha avviato un lavoro di indagine per comprendere come gli imprenditori agricoli italiani stiano reagendo all'emergenza. E da oggi sul portale Observatory on Innovation, saranno protagoniste le storie di imprenditori, ricercatori, startup per che hanno risposto con creatività.

Un segnale di speranza, un invito a guardare avanti. Partner del progetto è Anga, l'associazione nazionale dei giovani agricoltori di Confagricoltura, il cui presidente, Francesco Mastrandrea (**nella foto il alto a destra**), 34 anni, annuncia: «Stiamo creando un database molto grande, per azien-

de che hanno deciso di reagire al Covid-19 puntando su innovazione e crescita. In questo momento, soprattutto gli imprenditori più giovani stanno cambiando i processi, lungo tutta la filiera tra produzione, trasformazione e vendita. Nel momento in cui la grande distribuzione non è riuscita a soddisfare la domanda, le piccole aziende si sono riorganizzate con nuovi sistemi, dalla consegna a domicilio in poi. Tanto che la crescita dell'agroalimentare online è stimata tra il 30 e il 40%».

Tra tante pessime notizie, quindi, spunta anche un segno

LE NUOVE ABITUDINI

**«Il consumatore che ha imparato a usare il web per gli acquisti non tornerà indietro
Le aziende devono offrire altri servizi»**

‘più’. Quello di chi ha scommesso sul web per accorciare ancora la filiera o per allargare i propri orizzonti e consegnare anche un po' più lontano. Questo, approfittando della maggior domestichezza che i consumatori hanno dovuto affinare con gli strumenti informatici. Molti hanno imparato a fare una videochiamata, ma sono parecchi anche quelli che hanno imparato a fare la spesa online. «E questo strumento – assicura Mastrandrea – non lo abbandoneranno più. Non credo che la gente tornerà alle abitudini di consumo di prima. Adesso che ha conosciuto nuove opportunità, continuerà a utilizzarle. Sta alle aziende cambiare passo. Quello che finora abbiamo fatto in emergenza deve essere affinato, migliorato e andarsi a integrare con la vendita diretta».

Insomma, il virus ha sicuramente colpito su alcuni fronti, come quello dell'agriturismo, ma ha anche dato un'accelera-

ta sul piano dell'innovazione digitale, e adesso la scommessa è consolidare questo passo in avanti. «Può davvero essere un momento in grado di aprire enormi opportunità – conclude il presidente dei giovani agricoltori – perché se prima l'idea di acquistare un formaggio online era vista con sospetto, in pochissimo tempo è diventata una cosa da tutti i giorni. Il consumatore può allargare la propria scelta, l'imprenditore agricolo la propria clientela. Tutto grazie ai sistemi logistici che, tutto sommato, hanno retto bene».

La collaborazione con Prima apre quindi una nuova frontiera di innovazione, in tutti i segmenti della filiera. Dalla produzione alla vendita. Per l'agroalimentare potrebbe davvero essere l'inizio di una nuova era. Adesso dipende da chi saprà guardare oltre l'ostacolo per immaginare il futuro.

Riccardo Bruni

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Chitosano dalle mosche «Più vita agli alimenti»

Il progetto Fedkito, vincitore del bando Prima

SIENA

Fedkito è un progetto per allungare i tempi di conservazione degli alimenti utilizzando il chitosano, un polimero naturale. È uno dei vincitori dei bandi di Prima, il programma euro-

peo che sostiene la ricerca e l'innovazione sui sistemi agroalimentari. Pubblicato sulla piattaforma Poi, l'osservatorio web lanciato dal Segretariato italiano di Prima, presieduto dal professor Angelo Riccaboni al Santa Chiara Lab, il progetto vale 932mila euro di bud-



Barbara Conti, entomologa dell'ateneo di Pisa, coordinatrice di Fedkito

get in tre anni, per un lavoro che coinvolge Francia, Grecia, Marocco, Tunisia e, ovviamente, Italia. La coordinatrice è Barbara Conti, entomologa del Dipartimento di scienze agrarie dell'Università di Pisa. Un'entomologa? «Il chitosano in genere si estrae dall'esoscheletro dei crostacei – ci spiega – ed è già usato in agricoltura biologica come protezione per le piante, perché è commestibile. Noi vorremmo estrarlo da una mosca, la cosiddetta mosca soldato nera, di cui a Pisa abbiamo un allevamento». Cos'ha di speciale questa mosca? «È un bioconvertitore – ci spiega l'esperta – perché le sue larve si nutrono di materiale in

decomposizione. Avremo quindi la possibilità di allevare le con scarti di produzione e utilizzarle per i prodotti sani. Una doppia funzione, in piena economia circolare». Utilizzata su prodotti freschi, quindi, la sostanza alla quale il progetto sta lavorando consentirà un incartamento sostenibile, biodegradabile, che sostituirà la plastica, e allungherà i tempi di conservazione del cibo. Questo per venire incontro a quelle economie a basso tasso di tecnologia dell'area mediterranea, alle quali guarda Prima, dove non è scontato poter contare su un frigorifero.

Riccardo Bruni

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Obiettivo Lavoro



L'emergenza non ferma la caccia ai 'wine specialist'

Confermato il piano di Signorvino che prevede l'apertura di cinque nuovi store nel 2020

In tutti i punti vendita sarà assunto personale a ogni livello: sommelier, camerieri e personale in sala, chef per la cucina con i vari aiutanti

di **Vittorio Bellagamba**
MILANO

Le nuove aperture di ristoranti, previste dal programma del 2020, sono state confermate da Signorvino, la catena di negozi di vino del Gruppo Calzedonia con un giro di affari annuo di circa 30 milioni considerando anche gli affiliati. A Milano sono quasi pronti due nuovi store in zona Navigli e Corso Como; a Parma nel centro commerciale La Galleria a un passo dal centro storico e in autunno a Roma, in Piazza Barberini e in un secondo punto nel nuovo centro commerciale in zona Laurentina.

Tutti i negozi di Signorvino, come dell'intero Gruppo, sono stati chiusi prima dei provvedimenti del Governo, a tute-

la di clienti e dipendenti, ma i programmi di sviluppo dell'azienda non si sono fermati. «I cantieri adesso sono in stand-by – chiarisce Luca Pizzighella, brand manager di Signorvino – ma siamo fiduciosi di poter riprendere i lavori quanto prima, non soltanto per poter dare seguito ai nostri progetti ma anche per poter dare un messaggio positivo alla collettività. Investire e continuare a credere nel Made in Italy in un momento così drammatico siamo sicuri che possa avere anche una valenza etica e sociale, oltre a un concreto riscontro economico. Basti pensare al nuovo fabbisogno di personale che avremo nelle città coinvolte».

Con le nuove aperture previste per il 2020 sono state attivate anche le procedure per le

assunzioni di personale. In tutti i punti vendita sarà assunto personale a ogni livello, per tutto il fabbisogno dello store: quindi camerieri e personale in sala, chef per la cucina con i vari aiutanti, inoltre saranno selezionate le figure che l'azienda definisce come 'wine specialist', che devono dimostrare di essere appassionati di vino e già, almeno in parte, esperti. Saranno infatti privilegiate persone che hanno fatto studi in merito o che sono sommelier.

Le risorse umane costituiscono da sempre un importante fattore competitivo negli store Signorvino. Da un'indagine compiuta sui dipendenti emerge un netto trend di crescita della presenza femminile negli store, con posizioni di addetto alle vendite ma anche come re-

Una degustazione in uno store Signorvino. In basso a destra il brand manager Luca Pizzighella

sponsabili dei locali, con un aumento dell'8,5% di assunzioni rispetto allo scorso anno, fino ad arrivare a oltre il 40% di donne impiegate sul totale. Negli uffici la crescita è del 10%, per un 51% di donne lavoratrici, mentre nelle attività di magazzino i dati restano sostanzialmente invariati rispetto allo scorso anno, registrando un 68% di donne addette a tali mansioni.

Anche in questo periodo di Coronavirus l'azienda ha proseguito l'implementazione del delivery, che era una priorità di Signorvino in procinto di essere testata ad aprile su Milano. Per quanto riguarda l'e-commerce, in pochi mesi sarà messo a punto un sistema di vendita in linea con lo stile dei negozi per poter aprire il canale a fine maggio. La filosofia di comunicazione al cliente rimarrà incentrata sui valori del brand: fondamentale sarà l'esperienza, la comunicazione diretta e la capacità di saper consigliare il consumatore. L'apertura nelle vendite online non sarà quindi un mero ampliamento del business ma un ulteriore strumento che permetterà di raggiungere un pubblico sempre più numeroso ed eterogeneo senza snaturare la

LUCA PIZZIGHELLA

«Investire e credere nel Made in Italy in un momento come questo ha anche una forte valenza etica e sociale»

mission, volta sempre alla promozione del vino italiano.

Dottor Pizzighella, su questi presupposti si caratterizzerà la fase 2?

«Dopo aver vissuto, in maniera totalmente inaspettata, un periodo così triste, speriamo che il senso di unione che ci ha pervaso in queste settimane rimanga. Deve essere rafforzato il concetto di italianità come segno distintivo e valore aggiunto, visione che ha sempre contraddistinto il nostro brand Signorvino – vini 100% italiani – e nel quale dimostriamo di credere dall'inizio del progetto».

Lo store fisico assumerà un ruolo fondamentale anche dopo il Coronavirus?

«Un calice bevuto in buona compagnia rafforzerà il significato della condivisione, valore che assume oggi un ruolo più profondo. Posso dire inoltre che, come brand manager di Signorvino, sono rimasto commosso dalla dimostrazione di attaccamento all'azienda e al brand dei nostri dipendenti: ci sentiamo quotidianamente; sono i primi a essere propositivi e intenti a mandare avanti tutto quello che può proseguire o essere progettato da remoto. Anche i wine specialist degli store stanno dando il loro contributo, ad esempio con dirette su Instagram, per dare consigli ai nostri consumatori e tenendo corsi di aggiornamento online per cuochi e camerieri con il supporto dei formatori della catena».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Lavoro

Diritto & rovescio

Le due facce del nuovo decreto liquidità

C'è incertezza soprattutto per le implicazioni sul lavoro

Il riferimento ai livelli occupazionali lascia spazio a interpretazioni anche in contraddizione tra loro

di **Francesco Rotondi (*)**

Il decreto dignità, come il dio della mitologia romana Giano bifronte, ha due facce. Una, la più ovvia e dibattuta, attiene alle agevolazioni per facilitare

l'accesso al credito delle aziende in difficoltà a seguito della chiusura forzata delle attività, nel merito del quale non entro in questa sede. L'altra, meno nota e sviscerata, impatta direttamente sul lavoro e in particolare sulle relazioni industriali.

In questo senso il decreto dedica un solo riferimento al tema del lavoro, ma dagli impatti potenzialmente dirompenti. Afferma, in sostanza, questo articolo: l'azienda beneficiaria dell'accesso ai finanziamenti con parziale garanzia dello Stato si impegna alla gestione dei livelli occupazionali in accordo con i sindacati.

Ebbene, questa semplice locuzione, ossia livelli occupazionali, dal punto di vista giuridico non vuol dire nulla e lascia spa-



L'avvocato Francesco Rotondi, giuslavorista, è founder di LabLaw

Con la tua firma a Famiglie SMA

#FIRMAIL SOGNO

Con il tuo 5xmille all'associazione Famiglie SMA sostieni il sogno di un futuro senza SMA.

La ricerca scientifica negli ultimi anni ci ha portato ad un grande traguardo: il primo trattamento farmacologico per la SMA che fino a pochi anni fa sembrava un sogno irraggiungibile.

E non finisce qui, nuove terapie sono in arrivo. Nel 2019 è partito un progetto pilota di Screening Neonatale in Lazio e Toscana. L'obiettivo è di estenderlo su tutto il territorio nazionale. Per ogni traguardo raggiunto, un nuovo grande sogno da realizzare. Insieme.

Sostieni oggi Famiglie SMA, #FirmailSogno

DONA IL TUO 5X1000 A FAMIGLIE SMA

#FIRMAIL SOGNO

CODICE FISCALE **97231920584**

L'atrofia muscolare spinale è una malattia genetica degenerativa di età pediatrica

Per un futuro senza SMA.

SOSTEGNO DEL VOLONTARIATO E DELLE ALTRE ORGANIZZAZIONI NON LUCRATIVE DI UTILE SOCIALE DELLE ASSOCIAZIONI DI PROMOZIONE SOCIALE E DELLE ASSOCIAZIONI E FONDAZIONI RICONOSCIUTE CHE OPERANO NEI SETTORI DI CURA, AID, ILO, C. 1, LETT. A), DEL D.LGS. N. 460 DEL 1997

FIRMA *Mario Rossi*

CODICE FISCALE **97231920584**

zio a una molteplicità di interpretazioni anche in contraddizione tra loro. E' un concetto non di valenza giuridica ma solo politica. Dire politicamente che si vogliono mantenere i livelli occupazionali ha un significato, ma utilizzare la stessa dal punto di vista giuridico genera mille dubbi interpretativi dagli impatti devastanti e imprevedibili. E' una frase a tecnica.

Faccio un esempio. Cosa si intende per gestione dei livelli occupazionali? E' un obbligo a garantire i livelli lavorativi al momento dell'ottenimento del finanziamento oppure si tratta di un obbligo di mezzi, ossia l'azienda si comporta come il buon padre di famiglia nella gestione di eventuali esuberanti ma senza obbligo di mantenere i livelli occupazionali preesistenti, e poi fino a quando? Non si sa. Cosa vuol dire, poi, in accordo con i sindacati? Le norme attuali prevedono che si può procedere a licenziamenti collettivi e individuali anche senza accordo sindacale, mentre il decreto sembra così vincolare i licenziamenti ad un accordo con i sindacati. In deroga a quanto previsto dalle norme consolidate dal

nostro ordinamento. In questo modo si darebbe addirittura un potere di veto ai sindacati rispetto alla legittimità o meno di un procedimento di licenziamento. E poi il decreto non dice con quali sindacati andrebbe fatto l'accordo, ossia nazionali, territoriali, aziendali?

Di dubbi interpretativi, oltre quelli qui sollevati, ve ne sono numerosi. Se è comprensibile la preoccupazione del Governo di conservare i livelli occupazionali, è del tutto irrazionale la modalità pensata tramite questo articolo del decreto liquidità. Forse ci troviamo di fronte il più classico dei casi di eterogenesi dei fini. L'intenzione iniziale si è trasformata in tutt'altro. Visto che il decreto dovrà essere riconvertito in legge, mi auguro che in quella sede l'articolo in questione venga semplicemente cancellato.

* *Giuslavorista e founder LabLaw*

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Adecco, un milione di ore per le competenze digitali

Mylia dà il via in anticipo all'iniziativa di aggiornamento dedicata a 17mila professionisti

Roberto Pancaldi, managing director: «Viviamo in un mondo volatile, incerto e complesso che cambia velocemente»

di **Cosimo Firenzani**
MILANO

Un piano di formazione sulla digitalizzazione con un milione di ore per 17mila professionisti. È l'iniziativa in partenza, in anticipo rispetto al previsto, di Mylia e Adecco, brand di The Adecco Group, società impegnata nel campo dei servizi dedicati alla gestione delle risorse umane. Con l'obiettivo di rispondere alla crescente esigenza di aggiornamento delle competenze questi corsi saranno erogati da Mylia, brand di The Adecco Group che si occupa di formazione e sviluppo per individui e aziende, a beneficio dei professionisti assunti a tempo indeterminato proprio da Adecco.

«Viviamo in un modo volatile, incerto e complesso – spiega Roberto Pancaldi, managing director di Mylia – Un mondo che cambia velocemente. Per questo motivo le nostre competenze diventano obsolete in fretta. E noi dobbiamo avere persone con competenze costantemente aggiornate e,

in qualche modo, manutentute. L'Italia, tra l'altro, è uno dei Paesi che investe meno sulla formazione e siamo arretrati sulle competenze digitali. Tutto ciò, in un mondo in rapida evoluzione, è chiaramente un rischio molto forte per il sistema Paese». The Adecco Group ha l'obiettivo di colmare il mismatch tra le competenze dei professionisti italiani e quelle che richiederanno le aziende nei prossimi anni, oltre che diffondere nel tessuto imprenditoriale la cultura della formazione continua come principale ingrediente per mantenere la competitività a livello nazionale e soprattutto internazionale.

Questa azione combinata di Mylia e Adecco è stata accelerata dall'emergenza coronavirus e affonda le sue radici in un'evidenza che emerge da un libro bianco realizzato da The Adecco Group. Secondo lo studio, nonostante i cambiamenti in atto, l'iniziativa dei datori di lavoro di investire nel proprio personale è bassa, con conseguente esaurimento della manodopera qualificata e

un crescente deficit di competenze. «Con la pandemia da coronavirus abbiamo iniziato ad utilizzare molto di più gli strumenti digitali – aggiunge Pancaldi – Prima di tutto, quindi, è importante avere competenze aggiornate per muoverci bene anche in questa situazione. In queste settimane, inoltre, è cambiato il modo di lavorare con le persone. Lavoriamo maggiormente per obiettivi, senza nessuno che ci controlli 'fisicamente' in maniera diretta (pensiamo a quanto cambino anche la leadership e le competenze soft). Le nostre relazioni sono affidate a strumenti digitali, ma dobbiamo essere sicuri di essere veramente capaci di questo salto». Sono diverse le tematiche specifiche su cui verteranno i corsi di for-

LE TEMATICHE

E-commerce, digital transformation, social network, sicurezza informatica, realtà virtuale e internet of things



mazione erogati da Mylia. Digital transformation, e-commerce, social network, sicurezza informatica, realtà virtuale e internet of things sono solo alcuni dei corsi che animeranno i momenti formativi del prossimo triennio e che rispecchiano quali saranno le esigenze lavorative delle aziende in un futuro ormai prossimo.

«Le competenze digitali sono ormai diventate competenze di base – precisa Pancaldi – Non sono più qualcosa che completa un profilo, ma sono alla base di questo. Noi partia-

mo dai nostri 17mila professionisti. Sarà un investimento che porterà beneficio a noi e anche alle aziende nelle quali lavoreranno e, più in generale, a tutto il Sistema Paese. La formazione è sempre un processo win-win, tutti i soggetti in campo, aziende e lavoratori, guadagnano dall'incremento delle competenze: come Gruppo Adecco riteniamo che in questo momento sia ancora più importante fare un passo avanti nel colmare il digital skill gap del nostro Paese».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Centergross Academy pensa alla moda che verrà

Obiettivi: ripartenza, ripresa e digitalizzazione per sviluppo

BOLOGNA

Ci sono momenti, come quello che stiamo vivendo, in cui bisogna rimboccarsi le maniche, con l'obiettivo di pensare e ripensarsi. E con l'auspicio di ripartire al più presto per mettere in salvo 600 aziende, 6mila lavoratori e 5 miliardi di euro di fatturato aggregato annuo: numeri che fanno del Centergross il più grande polo commerciale di moda made in Italy in Europa.

Per questo è nato Centergross Academy, il nuovo progetto di analisi e formazione sulla mo-

da che verrà, ideato del distretto bolognese.

«In questo ultimo mese abbiamo lavorato sodo sulla formazione interna – spiega il presidente di Centergross Piero Scadellari (nella foto) – non lo avevamo mai fatto così bene prima. Non c'era mai stata prima l'opportunità e così tanta attenzione e partecipazione. Abbiamo coinvolto la filiera della moda e abbiamo invitato una serie di esperti titolati ad approfondire alcuni aspetti relativi alle opportunità potenzialmente generate da questa crisi, alle nuove frontiere della filiera e dell'universo moda, in



particolare per il settore ingrosso e B2B».

La necessità per le aziende ora è quella di poter avviare un importante processo di digitalizzazione dell'intera filiera, per

tornare più forti sul mercato italiano e su quello internazionale. Digitalizzazione da un lato e profonda valorizzazione del senso, del valore e dell'unicità della filiera stessa, espres-

sione culturale di un territorio, che costituirà sempre di più il quid distintivo e vincente di un'offerta commerciale. «Le aziende B2B con vendite e-commerce attive, con sito proprio o con marketplace, sono aumentate del 10% in quattro anni – aggiungono Giulio Finzi e Mario Bagliani di Netcomm Politecnico di Milano – con un relativo crollo (-30%) delle aziende B2B 'no digital'».

Centergross punta quindi su filiera e digitale, su partnership strategiche come quella siglata con CNA Federmoda e inizia a progettare un innovativo market place al grido di #SalviamolaModaItaliana, l'hashtag lanciato in questi giorni da una campagna on line che ha visto protagonisti i volti delle aziende più rappresentative del centro, da Kaos a Kontatto a Vicolo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ARIA, TERRA, MARE, SPAZIO, CYBERSPAZIO. NON 1 MA 5 MONDI DA PROTEGGERE.



Mettiamo in campo le nostre più avanzate competenze e migliori tecnologie per assicurare ovunque il massimo della protezione, sempre. Dai grandi eventi al traffico aereo e marittimo, dalle reti informatiche alle infrastrutture critiche, fino alla difesa di cittadini e territori.

Perché c'è un futuro da difendere.

