

CIVILTÀ DEL LAVORO

Federazione Nazionale



Cavalieri del Lavoro

numero 3 - giugno • luglio 2026

DESTINAZIONE AFRICA

Energia, agricoltura, formazione e imprese con il Piano Mattei



INDUSTRIA DELLA MODA
La sostenibilità come dovere verso
le nuove generazioni

HOMO FABER 2026
“L’Isola della Luce” accende Venezia

**I PROFILI DEI NEO CAVALIERI
DEL LAVORO 2026**

Nominati il 2 giugno



**I CAVALIERI DEL LAVORO
IN QUESTO NUMERO:**

Marco Bonometti, Marco Checchi, Paolo Clerici,
Laura Colnaghi Calisconi, Franco Cologni,
Roberto Colombo, Claudio Descalzi,
Andrea Lardini, Valentino Mercati,
Maria Giovanna Paone, Gianfelice Rocca,
Giovanni Rubini, Ugo Salerno, Sandro Veronesi

LEADER NELL'IMMOBILIARE RETAIL IN ITALIA

A large, illuminated red sign for 'Gallerie Bennet' is mounted on a white pole. The sign features the word 'Gallerie' in a white, elegant script font, with a thin white diagonal line separating it from the word 'bennet' which is in a white, lowercase sans-serif font. In the background, a dark, modern building with a geometric, crystalline structure is visible under a cloudy sky.

Gallerie
bennet



website

DE CECCO

— Mugnai dal 1831 —



L'ECCELLENZA STA NEL METODO

*Da sempre, De Cecco è sinonimo
di pasta di qualità superiore.*

Il motivo?

Il nostro Metodo.



I migliori grani duri macinati nel nostro mulino

Semola a grana grossa

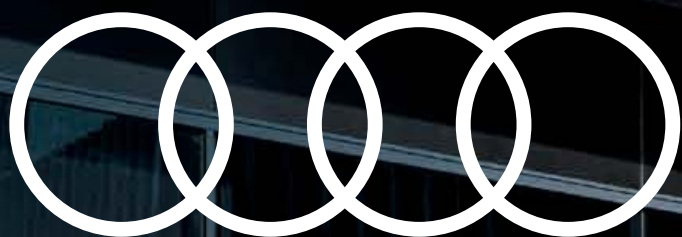
Acqua fredda di montagna

Trafilatura ruvida al bronzo

Lenta essiccazione a bassa temperatura

Scopri di più





Audi *for business*



Audi e Confindustria.
Al fianco delle imprese
per creare innovazione e valore.

Per te che sei un associato Confindustria, Audi *for business* offre una consulenza e servizi dedicati, condizioni riservate su Leasing Finanziario e Formula Noleggio e i vantaggi fiscali previsti per le auto aziendali grazie ai modelli 100% elettrici, come **Nuova Audi Q4 Sportback e-tron**, e alla gamma ibrida plug-in di nuova generazione.
[audi.it/business](https://www.audi.it/business)

Fare impresa, guidati dall'avanguardia.



Audi è Main Partner di **CONFINDUSTRIA**

Gamma Audi Q4 e-tron. Consumo ciclo di prova combinato (WLTP): 15,3 - 18,9 kWh/100 km; autonomia ciclo di prova combinato (WLTP): 398 - 592 km; emissioni CO₂ ciclo di prova combinato: 0 g/km. I predetti valori indicativi sono rilevati dal Costruttore in base a metodo di omologazione WLTP (Regolamento UE 2017/1151 e ss.mm.ii). Eventuali equipaggiamenti e accessori aggiuntivi, lo stile di guida e altri fattori non tecnici, possono modificare i predetti valori. Per ulteriori informazioni sui predetti valori, vi invitiamo a rivolgervi alle Concessionarie Audi e a consultare il sito audi.it. È disponibile gratuitamente presso ogni Concessionaria una guida relativa al risparmio di carburante e alle emissioni di CO₂, che riporta i valori inerenti a tutti i nuovi modelli di veicoli.



Corporate e private banking,
dal 1888.

bancapassadore.it



Anno LXXI - n. 3

Civiltà del Lavoro

Periodico della Federazione Nazionale dei Cavalieri del Lavoro

Direttore

Cavaliere del Lavoro Ugo Salerno

Comitato Editoriale

Presidente: Francesco Rosario Averna

Cavalieri del Lavoro: Alessandro Bastagli, Agostino Gallozzi, Daniela Gennaro Guadalupi, Clara Maddalena, Sebastiano Messina, Eduardo Montefusco, Costanza Musso, Guido Ottolenghi, Debora Paglieri

Hanno collaborato a questo numero i Cavalieri del Lavoro:

Marco Bonometti, Marco Checchi, Paolo Clerici, Laura Colnaghi Calissoni, Franco Cologni, Roberto Colombo, Claudio Descalzi, Andrea Lardini, Valentino Mercati, Maria Giovanna Paone, Gianfelice Rocca, Giovanni Rubini, Ugo Salerno, Sandro Veronesi

Direttore responsabile

ai fini della legge della stampa Paolo Mazzanti

Direttore editoriale

Franco Caramazza

Coordinamento per le attività istituzionali

Carlo Quintino Sella

Coordinamento editoriale

Silvia Tartamella

Coordinamento redazionale

Paola Centi

Redazione

Erika Baioni, Flaminia Berrettini, Clara Danieli, Brunella Giugliano, Giovanni Papa, Silvia Tartamella

Progetto grafico

Marco Neugebauer e Roberto Randi (thesymbol.it)

Impaginazione

Emmegi Group Srl
Via F. Confalonieri 36 - 20124 Milano

Concessionaria Pubblicità

Confindustria Servizi SpA
Viale Pasteur, 6 - 00144 Roma
Tel. 06 5903263
l.saggese.con@confindustria.it

Stampa

Boccia Industria Grafica SpA
Via Tiberio Claudio Felice, 7 - 84131 Salerno

Foto

123RF, AGF, Stefano Guidoni, Shutterstock
Foto di copertina: designtools @ Shutterstock

Gli inserzionisti di questo numero

Audi, Banca Finint, Banca Intesa Sanpaolo, Banca Passadore, Banco BPM, Bennet, Birra Forst, Bolton Group, Carvico, Casal Grande Padana, De Matteis Agroalimentare, Eni, Fabiana Filippi, Fainplast, Ing. Ferrari, La Scolca, Lavazza, Pastificio De Cecco, Samer & Co. Shipping, Terna, Unione Fiduciaria

Autorizzazione Tribunale di Roma
n. 4845 del 28-9-1955
Autorizzazione per il web Tribunale di Roma n. 294/2013

Finito di stampare il 24 luglio 2026
civiltadellavoro@cavaliereidellavoro.it

9

EDITORIALI

Valori e idee al servizio del Paese

di Ugo SALERNO

13

Il riarmo che divide l'Italia

di Paolo Mazzanti

PRIMO PIANO | Destinazione Africa



18

Piano Mattei, a che punto siamo

di Paolo Mazzanti

23

Formazione e imprese per far crescere l'Africa

Intervista a Mario MOLTENI di Paolo Mazzanti

26

Investire per progettare insieme il futuro

A colloquio con Enrico Maria BAGNASCO di Silvia Tartamella

29

Trasformare la visione in sviluppo

di Marco BONOMETTI

31

L'effetto moltiplicatore dell'industria

di Marco CHECCHI

34

Costruire valore attraverso il lavoro

di Laura COLNAGHI CALISSONI

37

Sviluppo locale, la base per una crescita condivisa

di Claudio DESCALZI

FORST 0,0%
Citrus & Herbs
PURA PER NATURA

Natural flavoured, armoniosamente agrumata,
sorprendentemente rinfrescante.

0,0% ALCOOL. 100% FORST.



LA BIRRA DALL'ALTO ADIGE.

 BirraForstBier

 forstbeer

www.forst.it

www.beviresponsabile.it

39

Un partner giovane
con cui lavorare alla pari

di Giovanni RUBINI

FOCUS | Moda e sostenibilità ambientale

Produrre e vestire green
per il bene del pianeta



44

L'impegno dell'industria
per una moda a basso impatto

Intervista a Carlo CAPASA

46

Come scegliere abiti sostenibili

A colloquio con Francesca BONI di Paolo Mazzanti

48

La nostra responsabilità
verso chi verrà dopo di noi

di Roberto COLOMBO

50

Fare abiti che durano:
il primo atto di sostenibilità

di Andrea LARDINI

52

La ricetta per il futuro:
visione, rigore, fiducia

di Maria Giovanna PAONE

54

Il nostro approccio all'economia circolare

di Sandro VERONESI

LE NOMINE DEL 2 GIUGNO



57

I NUOVI VENTICINQUE
CAVALIERI DEL LAVORO

VITA ASSOCIATIVA

85

Il ruolo delle associazioni
e l'eredità di Maurizio Sella

di Erika Baioni

FONDAZIONI

88

Fondazione Cologni dei Mestieri d'Arte
Homo Faber 2026
A Venezia "L'Isola della Luce"

di Brunella Giugliano

92

Fondazione Paolo e Giuliana Clerici
Archivi, restauri e progetti sociali:
i molti volti del mecenatismo

97

Aboca Museum
La lezione di Pacioli



Samer&Co. shipping



**OVER
A CENTURY
IN SHIPPING.**



Ship Agency



**International
Freight Forwarding**



Port Terminals



**Insurance &
Claims**

samer.com

VALORI E IDEE al servizio del Paese

di Ugo SALERNO

Il numero che sfogliate ospita, come ogni anno, un focus dedicato alle storie dei nuovi Cavalieri del Lavoro nominati dal Presidente della Repubblica. Si tratta di un viaggio appassionante alla scoperta di donne e uomini che esprimono il meglio della capacità imprenditoriale e manageriale del Paese. Un viaggio che riflette i mutamenti del tessuto produttivo dell'Italia, con l'ingresso di nuove specializzazioni d'impresa e una sempre maggiore proiezione internazionale, e che rispecchia al contempo una presenza più rarefatta in settori maturi.

Comune a tutti i Cavalieri del Lavoro è una visione dell'impresa come soggetto in grado di generare non soltanto valore economico, ma capace di creare nuova occupazione e dialogare positivamente con i territori e le istituzioni; un soggetto sensibile alle istanze ambientali, e per questo attento al miglioramento dei processi produttivi, e parimenti proiettato verso l'innovazione, intesa come strumento per accrescere il benessere collettivo.

È un patto tacito che le imprenditrici e gli imprenditori insigniti dell'onorificenza rinnovano ogni giorno con il loro lavoro. Nel concreto, questo impegno si traduce in un contributo pari al 5% del Pil nazionale, un valore importante se pensiamo che numericamente le aziende dei Cavalieri del Lavoro rappresentano appena lo 0,04% del tessuto imprenditoriale italiano (fonte: Crif). E allora perché da circa trent'anni (salvo gli anni post Covid) l'Italia registra un tasso di crescita del Pil stabilmente inferiore alla media europea?

Senza la pretesa di sostituirci alle analisi che eminenti economisti hanno prodotto sulle cause della mancata crescita dell'Italia, che ovviamente includono molteplici fattori di contesto, siamo tuttavia convinti che una delle spiegazioni risieda nel fatto che i modelli imprenditoriali rappresentati dalle aziende dei Cavalieri del Lavoro costituiscono una porzione ancora fortemente minoritaria all'interno del sistema produttivo italiano.

Quest'ultimo poggia essenzialmente su piccole e medie imprese con meno di 50 dipendenti, poco capitalizzate e prive dei mezzi sufficienti per investire e crescere. Politiche lungimiranti dovrebbero intervenire su questa criticità, incentivando il ricorso al capitale di rischio che, rafforzando patrimonialmente le aziende, consente maggiori investimenti in innovazione in termini di dotazione (macchinari, brevetti, software) e in termini di capitale umano qualificato.

Crescita dimensionale e capacità di innovazione procedono affiancate ed è per questo motivo che occorre intervenire anche su un altro aspetto, ovvero quello del trasferimento tecnologico. L'innovazione che nasce nei centri di ricerca e negli atenei deve entrare in azienda. Come? Favorendo, ad esempio, la mobilità dei ricercatori tra università e impresa, che nel caso italiano costituisce il punto più debole nel confronto europeo.

Aziende innovative, di maggiori dimensioni e proiettate sui mercati internazionali diventano giocoforza più attrattive verso i nostri giovani più qualificati perché sono in grado di offrire retribuzioni e percorsi di carriera competitivi con quelli che troverebbero altrove, fuori dall'Italia. Il dato dei 630mila giovani fra i 18 e i 34 anni che tra il 2011 e il 2024 hanno lasciato il nostro Paese deve

Escrow agreements e accordi di garanzia. Quando la fiducia non basta, scegli Unione Fiduciaria

**Unione Fiduciaria
è il partner di riferimento
per l'intervento fiduciario
in accordi di escrow
e meccanismi contrattuali
di garanzia.**

Spesso in collaborazione con primari studi professionali (avvocati, commercialisti, notai) Unione Fiduciaria studia e realizza mandati fiduciari connessi a *escrow agreements* e altri accordi di garanzia. Unione Fiduciaria ha una vasta esperienza nell'assunzione del ruolo di soggetto terzo indipendente incaricato della custodia, amministrazione e rilascio di partecipazioni societarie, disponibilità liquide, strumenti finanziari e altri attivi, in conformità alle condizioni e tempistiche stabilite da fattispecie contrattuali o giudiziali.



unionefiduciaria.it  

MILANO | ROMA | GENOVA | TORINO

far riflettere, ma quello che ci deve allarmare è che nel triennio 2022-2024 ben il 42,1% degli emigrati fosse laureato.

Il risultato è la perdita secca di una potenziale classe dirigente, la quale dopo essersi formata in Italia costruisce altrove il proprio progetto di vita; spesso nemmeno troppo lontano, se è vero che Regno Unito, Germania e Svizzera rappresentano, in quest'ordine, le destinazioni privilegiate.

Di questi temi ho avuto l'opportunità di parlare in occasione di una recente audizione alla Camera dei deputati presso la Commissione Attività produttive, commercio e turismo, che ha avviato una indagine conoscitiva sulle dinamiche del Pil italiano nel periodo 1992-2025 in rapporto alla media Ue e ha chiesto ai rappresentanti del mondo produttivo di esprimersi sulle possibili leve di intervento per sostenere la crescita economica.

Come Federazione dei Cavalieri del Lavoro riteniamo nostro dovere tenere accesi i riflettori su questi temi. Giovani, imprese e innovazione sono questioni cruciali per il futuro del Paese. 

CASA. Dove il tuo mondo prende forma.

Scopri il mutuo adatto a te.

PROMO
UNDER
45



MUTUI CASA

Acquisto, costruzione o ristrutturazione.
Qualunque sia il tuo progetto, Banco BPM ti accompagna
con un'ampia offerta di mutui per scegliere quello più adatto a te.
E se hai meno di 45 anni o acquisti una casa in classe A o B
c'è un'offerta dedicata.

Scopri di più in Filiale.

BANCO BPM

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Per le condizioni contrattuali ed economiche si prega di fare riferimento alle Informazioni Generali sul Credito Immobiliare offerto ai Consumatori disponibili presso le Filiali e sul sito bancobpm.it. Per attivare l'opzione Green Factor è necessario eseguire interventi di efficientamento che portino al miglioramento di almeno due classi energetiche o alla riduzione dei consumi di almeno il 30% misurato come variazione dell'indice di prestazione energetica non rinnovabile globale (EPgl,nren). Le rilevazioni sono accertate dall'attestato di prestazione energetica (APE) prima e dopo i lavori di efficientamento. Per garantire che la verifica del miglioramento energetico possa essere effettuata su parametri omogenei (Classe Energetica e Indicatore EPgl,nren), l'APE prima e dopo i lavori dovrà essere conforme al nuovo modello entrato in vigore a partire dal 1° ottobre 2015 (DM 26.06.2015). L'erogazione del finanziamento è subordinata alla normale istruttoria da parte della Banca. Il credito è garantito da ipoteca sul diritto di proprietà o su altro diritto reale avente per oggetto un bene immobile residenziale.

LE NECESSITÀ E LE INCERTEZZE STRATEGICHE

IL RIARMO che divide l'Italia

di Paolo Mazzanti

Il riarmo, che divide l'Italia e l'Europa, sarà uno dei temi dominanti delle campagne elettorali del 2027 nel nostro Paese, in Francia e Spagna. Chi contesta il riarmo – da noi un fronte trasversale che va dalla Lega al M5S, da Futuro nazionale di Vannacci a Avs – sostiene che la Russia non avrebbe alcuna intenzione di attaccare l'Europa e/o i paesi Nato, che la paura è sollecitata ad arte dalle industrie militari per i loro interessi e che gli investimenti militari finirebbero per sottrarre preziose risorse al welfare, in primo luogo alla sanità.

A queste contestazioni i partiti e i governi che sostengono il riarmo replicano che i maggiori investimenti in difesa non derivano tanto dal timore di un attacco russo, ma dalla richiesta americana ai paesi europei, che risale al 2014, di aumentare il proprio impegno nella Nato a fronte della scelta strategica degli Stati Uniti di destinare maggiori risorse all'Indo-Pacifico e al Medio Oriente. Dopo di che, i fautori del riarmo sostengono che la Russia rappresenta già ora una minaccia per i nostri paesi in termini di guerra ibrida: cyberattacchi, sconfinamenti di droni che turbano il trasporto aereo, aumento di minacce verso i paesi Baltici, la Polonia e gli altri paesi europei che sostengono l'Ucraina. E va ricordato che in caso di un attacco russo ai Baltici o alla Polonia, tutti saremmo impegnati a intervenire in loro difesa non solo in base all'articolo 5 del Trattato Nato ma anche in base all'articolo 42 del Trattato Ue.

È per tutte queste considerazioni che i paesi Nato, e noi tra essi, al vertice dell'Aja del 2025 si sono impegnati a portare la spesa in difesa al 5% del Pil (3,5% in spesa militare vera e propria e l'1,5% in spesa per la sicurezza) entro il 2035.

L'impegno è stato riconfermato al vertice Nato di Ankara del 7 e 8 luglio scorsi. Su questa base, la Commissione europea ha varato il 4 marzo 2025 il programma ReArm Europe (poi ribattezzato con un meno esplicito Readiness 2030), che prevede la sospensione del Patto di Stabilità per le spese degli Stati in difesa e il fondo Safe di 150 miliardi di risorse europee da destinare a investimenti nelle industrie degli Stati membri che si impegnino in progetti comuni.

Su questo quadro pesano due incertezze strategiche. La prima è la posizione del presidente Donald Trump, che si è più volte lamentato dello scarso aiuto ricevuto dai paesi europei nella guerra con l'Iran, ha messo in dubbio la fedeltà degli Usa all'articolo 5 Nato e continua a rivendicare la Groenlandia, che appartiene alla Danimarca.

È vero che al vertice di Ankara Trump non ha messo in discussione la piena partecipazione del suo paese alla Nato, ma la sua imprevedibilità suggerisce comunque di prepararsi a un più o meno marcato distacco degli Stati Uniti dall'Alleanza, il che vuol dire rafforzare il "pilastro europeo" della Nato. La seconda incertezza riguarda l'Iran e lo stretto di Hormuz, che gli iraniani intendono utilizzare come una spada di Damocle sull'economia mondiale. La chiusura dello Stretto minaccia più l'Europa che gli Stati Uniti e Trump ha già detto che dovranno essere gli europei a farsene carico, sia collaborando allo sminamento dello Stretto, sia assicurando per il futuro la libertà di navigazione in quelle acque tormentate.

DAL 1926 **IMMAGINIAMO** IL FUTURO DELL'ENERGIA.

*Da Agip alla famiglia Eni,
100 anni di storia
guardando al domani.*



Emilio Sonson
Project Manager Eni, anni '90

Immagine realizzata con il supporto
dell'IA a partire da materiali storici.



DA ENERGIE DIVERSE, UN'ENERGIA UNICA.

Il ruolo europeo in Medio Oriente si aggiunge dunque al sostegno all'Ucraina, che dopo il disimpegno americano ricade ormai completamente sui nostri paesi.

Per tutte queste ragioni il riarmo difensivo, accompagnato da un'offerta di dialogo e trattativa diplomatica, appare dunque una triste necessità che andrebbe coordinata a livello Ue, anche per evitare di avere anche in questo un'Europa a più velocità: i paesi del Nord Europa, dalla Germania ai Baltici, dalla Svezia alla Polonia, che per la loro posizione geografica si sentono più esposti all'aggressività russa, stanno già fortemente aumentando le spese militari. L'Europa del Sud invece è assai più incerta e prudente.

Il nostro Paese, nonostante i continui allarmi del ministro della Difesa Guido Crosetto ("Non abbiamo gli anticorpi – ha detto di recente – per contrastare la penetrazione russa") non ha per esempio ancora deciso se utilizzare i 15 miliardi a noi destinati del fondo Safe, col rischio che quei soldi potrebbero essere dirottati verso altri paesi. Maggioranza e opposizione sono divise perché in entrambi gli schieramenti ci sono forze favorevoli e forze contrarie al riarmo. Così come ci sono forze favorevoli e forze contrarie a una maggiore integrazione europea anche nel campo della difesa, per arrivare in prospettiva se non a un vero e proprio esercito europeo, non previsto dai Trattati, almeno a un forte coordinamento tra le industrie della difesa e tra gli eserciti europei.

Tocca alle forze politiche (partiti, coalizioni e loro leader) presentare a noi cittadini, in vista delle elezioni politiche del 2027, un programma chiaro ed esplicito, senza ambiguità e furbizie, sul ruolo dell'Italia nel nuovo contesto geopolitico. Un ruolo che sappia proiettare nel futuro i pilastri della nostra appartenenza all'Unione europea e all'Alleanza atlantica, seguendo l'esempio del Presidente Sergio Mattarella, che il 14 luglio scorso ha partecipato a Parigi alle celebrazioni della Festa nazionale francese, insieme a una trentina di Capi di Stato e di governo, compreso il Presidente ucraino Zelensky. Sugli Champs Elysees hanno sfilato anche il nostro tricolore e un nostro contingente militare: a testimonianza che la difesa dei cittadini e dei valori dell'Europa è un impegno e un dovere comune. 



PRIMO PIANO

DESTINAZIONE AFRICA



Sconfinata, ricca di materie prime e con una popolazione giovane, l’Africa è un continente dalle grandi potenzialità. Il Piano Mattei lanciato due anni fa dal governo italiano punta a costruire una relazione di lungo periodo che possa far fiorire un tessuto industriale robusto, grazie al trasferimento di tecnologie e competenze. Ne parliamo con Mario Molteni, Ceo E4Impact e docente all’Università Cattolica di Milano, ed Enrico Maria Bagnasco, presidente Confindustria Assafrica & Mediterraneo. Nelle pagine successive raccontano la loro esperienza diretta i Cavalieri del Lavoro Marco Bonometti, Marco Checchi, Laura Colnaghi Calissoni, Claudio Descalzi e Giovanni Rubini

Piano Mattei, A CHE PUNTO SIAMO

di Paolo Mazzanti

Diciotto Stati africani coinvolti; 76 progetti avviati in sei aree (acqua, energia, agricoltura, formazione e cultura, infrastrutture, salute); interventi deliberati per 1,2 miliardi, più 4 miliardi di garanzie Sace; avviata la conversione del debito dei paesi africani meno sviluppati per 269 milioni.

Sono queste le cifre più significative del Piano Mattei contenute nella Relazione al Parlamento consegnata il 30 giugno scorso. Il piano, varato nel 2023, viene definito “partenariato strategico e paritario, basato su interessi condivisi, con identificazione congiunta delle priorità nel rispetto delle sovranità nazionali”. Insomma, un modello di cooperazione paritaria, che s’ispira all’azione del fondatore dell’Eni, Enrico Mattei. Quindi, come ripete la premier Meloni, un atteggiamento “non predatorio” verso i paesi africani, ma anche un’evoluzione ri-

spetto all’orientamento assistenziale della “politica del dono” della Cooperazione allo Sviluppo.

Il Piano Mattei sta operando in un orizzonte non facile. È vero che nel 2025 il Pil africano è aumentato del 4%, ma i conflitti che travagliano il continente, l’indebitamento di molti Stati e la minaccia del cambiamento climatico e della desertificazione rischiano di frenarne la crescita. Per di più, a livello globale gli aiuti allo sviluppo dei paesi ricchi si sono ridotti nel 2025 del 23%, da 212 a 163 miliardi di dollari. Ha pesato soprattutto la cancellazione di molti programmi americani di UsAid decisa dal Presidente Trump, ma anche altri paesi occidentali hanno ridotto i propri stanziamenti, sicché oggi la Germania ha superato gli Stati Uniti.

Il nostro Paese ha mantenuto gli aiuti allo 0,3% del Pil e, a causa delle riduzioni degli altri Stati, ha superato la media Ocse. Va comunque rilevato che il Piano Mattei non ha previsto stanziamenti aggiuntivi, ma l’utilizzo



I NUMERI DEL PIANO

18	76	6	15
Nazioni partner	Progetti principali	Direttrici strategiche	Interventi deliberati dal Comitato Tecnico Fondo Italiano Clima
~1,2 mld €	~4 mld €	~269 mln €	6
Importo deliberato dal Comitato Tecnico Fondo Italiano Clima	Garanzie Sace mobilitate	Conversione del debito avviata	Cabine di regia

Fonte: Piano Mattei per l'Africa – Relazione annuale al Parlamento sullo stato di attuazione (1° luglio 2025 – 30 giugno 2026)

dei fondi già allocati del Fondo Clima e della Cooperazione allo sviluppo.

Sul piano convergono iniziative dei ministeri, delle agenzie governative (Cassa depositi e prestiti, Ice, Sace, Simest, Agenzia spaziale) e delle aziende a partecipazione statale: Eni, Enel, Terna.

Ma la vera scommessa è il coinvolgimento degli investitori privati e delle imprese e la collaborazione con le istituzioni finanziarie internazionali: Programma di sviluppo delle Nazioni Unite (Undp), Banca mondiale, Banca africana di sviluppo, Fao e Ifad.

I progetti del Piano Mattei prevedono infatti l'intervento di più soggetti, con gli stanziamenti pubblici italiani che dovrebbero mobilitare altre risorse con un notevole "effetto leva". E poi c'è la collaborazione con il programma europeo Global Gateway, che prevede ben 300 miliardi di investimenti nei paesi in via di sviluppo, di cui 150 per l'Africa, e che venne lanciato nel 2021 come risposta europea alla "Via della seta" cinese.

Infine, anche Spagna, Germania, Gran Bretagna e Francia hanno varato negli ultimi anni iniziative simili al Piano Mattei, che al vertice G7 di Evian di metà giugno scorso è stato citato nel documento ufficiale sulle collaborazioni internazionali. Come il Global Gateway, anche il Piano Mattei ha un obiettivo geopolitico: ribadire l'interesse dei paesi europei per lo sviluppo dell'Africa, oggetto negli ultimi anni delle mire di altre grandi potenze, dalla Cina alla Russia alla Turchia. E persegue anche obiettivi di politica interna, come la regolazione dei flussi migratori con lo stimolo allo sviluppo delle imprese e dell'occupazione nei paesi africani e con la crescita di centri di formazione

per i giovani africani che, se vorranno emigrare, potranno arrivare nei nostri paesi già formati.

Vediamo quali sono i principali progetti delle diverse aree del Piano Mattei.

Acqua

L'acqua è il tema centrale del 2026 visto che solo il 68% dei cittadini africani ha accesso stabile all'acqua. I progetti principali riguardano lo sviluppo di reti idriche in Marocco (100 milioni di investimento), il riutilizzo di acque reflue in Tunisia (250 milioni) e il progetto di Acea per fornire l'acqua a un milione di abitanti della capitale del Congo Brazzaville.

Sono 18 i paesi africani coinvolti, con 76 progetti avviati in sei aree tematiche. L'obiettivo è una collaborazione paritaria, ispirata all'azione del fondatore dell'Eni, Enrico Mattei, e in grado di superare l'orientamento assistenziale della "politica del dono" della Cooperazione allo Sviluppo

Agricoltura

In Africa circa 280 milioni di persone sono sottoalimentate. Lo sviluppo dell'agricoltura è dunque un tema vitale. In Algeria la società Bonifiche Ferraresi sta sviluppando una filiera seme-prodotto in un'area di 36mila ettari, che potrà alimentare 600mila persone.

In Costa d'Avorio si sta sviluppando un moderno polo agroindustriale (100 milioni) che servirà 200mila persone. In Senegal investimenti per 90 milioni nella gestione idrica in un'area di 150mila persone. C'è poi il progetto di miglioramento della filiera del caffè, che coinvolge Etiopia, Uganda, Kenya, Tanzania e Malawi. E il Programma Terra per fornire credito a piccoli coltivatori e investimenti per migliorare le strade per collegare le aree agricole ai mercati e ai poli agroindustriali.

Energia

L'energia è un tema chiave per lo sviluppo e per il benessere della popolazione: molti africani non hanno infatti ancora accesso all'elettricità. Inoltre, si stima che l'Africa disponga del 60% delle risorse solari globali, ma raccoglie solo il 2% degli investimenti in energia rinnovabile. Il Piano Mattei partecipa dunque a "Mission 300", il progetto di Banca Mondiale e Banca africana di sviluppo per dare l'elettricità a 300 milioni di persone con in-

vestimenti complessivi di 90 miliardi fino al 2030. Nel Piano rientra il progetto dell'elettrodotto Elmed Tunisia-Italia, cui partecipa Terna e per il quale è stato appena aggiudicato un contratto da 770 milioni di euro. In Kenya Eni sta realizzando un progetto da 100 milioni di coltivazione di prodotti agricoli per biocarburanti, che coinvolge 140mila agricoltori.

In Congo altri 100 milioni sono investiti nello sviluppo di reti elettriche e in Mozambico collaboriamo al progetto di centrali a energie rinnovabili per 4,5 miliardi al 2030.

Infrastrutture

Il Piano Mattei collabora al "corridoio di Lobito", una delle principali infrastrutture africane che prevede il collegamento ferroviario (e altre infrastrutture viarie e digitali) tra la zona mineraria del centro dell'Africa (Congo e Zambia) con il porto atlantico di Lobito in Angola. L'obiettivo è facilitare il trasporto di materiali critici (a partire dal cobalto) verso Occidente, in competizione con la ferrovia finanziata dai cinesi che collega le miniere centroafricane ai porti orientali sull'Oceano Indiano: un recente studio sostiene che la Cina controlla un terzo dei porti africani e dei relativi sistemi logistici. Interventi contro la desertificazione sono previsti in Mozambico, Ghana e Senegal.

LA GEOGRAFIA DEL PIANO MATTEI



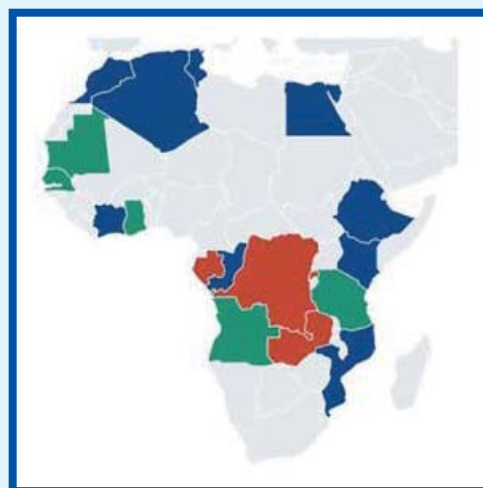
9 Nazioni pilota • Gen 2024

Algeria, Congo, Costa d'Avorio, Egitto, Etiopia, Kenya, Marocco, Mozambico, Tunisia



+5 → 14 Nazioni • Gen 2025

Angola, Ghana, Mauritania, Senegal, Tanzania



+4 → 18 Nazioni • Mar 2026

Gabon, Repubblica Democratica del Congo, Ruanda, Zambia

Fonte: Piano Mattei per l'Africa – Relazione annuale al Parlamento sullo stato di attuazione (1° luglio 2025 – 30 giugno 2026)

La vera scommessa
è il coinvolgimento
degli investitori privati
e delle imprese e la collaborazione
con le istituzioni finanziarie
internazionali: Programma
di sviluppo delle Nazioni Unite
(Undp), Banca mondiale,
Banca africana di sviluppo,
Fao e Ifad

Allo sviluppo di infrastrutture digitali sono destinati diversi progetti in cui sono coinvolte decine di università ed enti italiani, a partire dal centro di calcolo Cineca. Anche l'Agenzia spaziale italiana partecipa a programmi di "economia dello spazio" in diversi paesi.

Formazione e cultura

Centri di formazione di eccellenza sono stati sviluppati in Algeria, Tunisia, Marocco, Kenya, Egitto, Sud Africa e Costa d'Avorio, dove la Scuola nazionale di amministrazione (Sna) sta formando oltre 1.300 alti funzionari pubblici. La Fondazione Enel ha creato centri di formazione sull'energia in Marocco, Kenya e Sud Africa.

Collaborazioni culturali e archeologiche sono in corso con Tunisia, Egitto e Algeria, dove il Parco di Pompei ha creato un gemellaggio con la città archeologica di Timgad.

Salute

Il Piano Mattei prevede il rafforzamento della rete ospedaliera etiopica e interventi per le cure di madri e neonati in Costa d'Avorio, più altri interventi assistenziali in collaborazione con organizzazioni del Terzo settore come Sant'Egidio, Caritas, Istituto Don Bosco, Medici per l'Africa, Avsi e Focsiv.

Il ruolo delle imprese

Il Piano Mattei è un'opportunità anche per le imprese italiane che stanno mostrando un rinnovato interesse per l'Africa. Simest ha promosso un Plafond Africa con 200 milioni di euro per sostenere gli investimenti delle nostre imprese.

Cdp e Banca africana di sviluppo hanno varato la piattaforma Graf (Growth and Resilience Platform for Africa), che mira a mobilitare 750 milioni di euro in cinque anni

I VERTICI

2024

28-29 gennaio

Roma

I. Vertice Italia-Africa
Formato Capi di Stato
e di Governo

2025

20 giugno

Roma

**Vertice «Piano Mattei
– Global Gateway»**
con la Commissione
europea

2026

13 febbraio

Addis Abeba

II. Vertice Italia-Africa
Il primo in suolo africano

14 febbraio

Addis Abeba

**Assemblea dei Capi
di Stato dell'UA**
partecipazione
come Ospite d'Onore

Fonte: Piano Mattei per l'Africa – Relazione annuale al Parlamento sullo stato di attuazione (1° luglio 2025 – 30 giugno 2026)

con prestiti agevolati e doni attraverso fondi di private equity e venture capital.

Le agenzie statali Cdp, Sace e Simest forniscono poi assistenza alle imprese per partecipare alle gare delle banche multilaterali.

La conversione del debito

Almeno 22 dei 54 Stati africani sono afflitti dal problema dell'eccessivo indebitamento e questo limita le loro possibilità di sviluppo. Da qui la decisione di inserire nel Piano Mattei un capitolo dedicato alla riduzione del debito verso l'Italia, convertendo inizialmente 269 milioni di crediti bilaterali in progetti di sviluppo nei paesi debitori. Il Piano prevede di convertire in dieci anni la totalità dei debiti dei paesi più poveri e il 50% dei debiti dei paesi a reddito medio. 

lead the future.

IEO 3 – Istituto Europeo di Oncologia | Milano

Ing Ferrari S.p.A. ha realizzato IEO 3, una nuova struttura sanitaria all'avanguardia dedicata alla prevenzione e alla cura oncologica. L'edificio, che comprende 12 nuove sale operatorie, testimonia la capacità di Ing Ferrari S.p.A. nella costruzione di **strutture sanitarie ad alta complessità tecnologica**, orientate al benessere e alla cura delle persone.

www.ingferrari.it



General Contractor | Impianti | Facility Management

Formazione e imprese PER FAR CRESCERE L'AFRICA

Intervista a Mario MOLTENI
di Paolo Mazzanti

Da anni la Fondazione E4Impact presieduta da Letizia Moratti si occupa di formazione e cooperazione imprenditoriale con l'Africa con progetti in oltre 20 paesi. È dunque l'organismo adatto a formulare una valutazione sul Piano Mattei e, più in generale, a illustrare lo stato dei rapporti tra il nostro Paese e il continente africano. Ne parliamo con il Ceo della Fondazione E4Impact, il professor Mario Molteni, docente di economia aziendale e strategia d'impresa all'Università Cattolica di Milano.

La vostra fondazione E4Impact collabora da anni con molti paesi africani sui temi della formazione e dello sviluppo imprenditoriale. Come valutate gli obiettivi del Piano Mattei varato dal governo?

Il Piano Mattei ha l'indubbio merito di aver posto una nuova attenzione sull'Africa in Italia, anche con un effetto domino nei confronti di altri paesi europei.

Una certa lentezza in fase di implementazione non può oscurare il valore dell'idea. In particolare, sottolineerei alcuni tratti del Piano che mi sembrano particolarmente efficaci: la scelta di aree d'intervento (energia, agricoltura, salute, formazione e infrastrutture), che costituiscono a tutti gli effetti priorità per il continente; il coinvolgimento delle imprese private accanto alle organizzazioni tradizionalmente preposte alla cooperazione per lo sviluppo; la scelta di progettare gli interventi a partire dall'ascolto degli effettivi bisogni dei paesi africani.

Lo stato d'avanzamento del piano è soddisfacente o sarebbe stato possibile fare di più?

Per quello che mi risulta la partenza è stata laboriosa. Non c'è da meravigliarsi. Con il Piano Mattei gli interventi coinvolgono ormai tre livelli: l'Agenzia della Cooperazione (Aics), la Direzione Cooperazione presso il ministero degli Esteri e la cabina di regia presso Palazzo Chigi.

Questa accresciuta complessità fa sorgere la necessità di oliare i meccanismi decisionali e questo si riverbera sui tempi di approvazione e avvio dei progetti. Ma la mia impressione è che a questo punto il sistema è stato messo a punto e si possa procedere più celermente.

Secondo la vostra esperienza possono il Piano Mattei e il parallelo piano europeo Global Gateway migliorare le condizioni socioeconomiche dell'Africa, anche riducendo la spinta alle migrazioni?

La domanda è articolata ed esige una risposta in due fasi.



Mario Molteni, Ceo Fondazione E4Impact

Innanzitutto, è molto positivo che cresca l'integrazione tra l'iniziativa italiana e quella europea. Il coordinamento è necessario in termini di obiettivi, aree di intervento, metodi di intervento, priorità assegnata all'ascolto dei paesi e così via.

Che questo possa, e debba, ridurre la spinta alle migrazioni è tutta un'altra questione. La storia delle migrazioni in tut-

to il mondo ci insegna che nei paesi estremamente poveri le persone non migrano: non hanno le risorse economiche e nemmeno quelle culturali per farlo. Quando invece una nazione avvia un processo di sviluppo, allora i suoi giovani si aprono al mondo, vengono a conoscenza di opportunità prima ignote, sono maggiormente formati, e tramite la famiglia possono raccogliere i soldi necessari per lasciare il Paese. Non è stato così per l'Italia dall'inizio del XX secolo e per lunghi decenni? La riduzione delle migrazioni si registra a distanza di un lungo tempo dal momento in cui lo sviluppo si innesta: è una curva a U rovesciata.

Per questo è realistico affiancare al "diritto a non emigrare" il "diritto a emigrare con dignità". Usare il termine diritto è improprio, ma rende l'idea: è importante impegnarsi a creare posti di lavoro in Africa; ma è altrettanto rilevante aiutare i giovani locali a trovare opportunità di lavoro sicure e ben tutelate in Europa e altrove. Sono così tanti i giovani africani che ogni anno si affacciano sul mondo (si parla di 20-30 milioni), che è impossibile realizzare uno sviluppo interno in grado di assicurare un'opportunità occupazionale a tutti. Per questo quando abbiamo avuto l'occasione di parlare con ministri e politici africani, tutti ci hanno manifestato un grande interesse per iniziati-

ve di *dignified labour migration*. Ed è per questo che abbiamo affiancato alla nostra missione originaria un'attività volta a portare in Italia giovani ben formati, a cui insegniamo l'italiano e qualche elemento della cultura del nostro Paese, che vengono assunti dalle nostre imprese, con attenzione alla loro dignità e integrazione nel nostro contesto sociale.

Ci illustra un bilancio delle iniziative della vostra fondazione E4Impact?

Innanzitutto, due parole sulla nostra Fondazione. Essa ha le sue radici in Università Cattolica. Nel 2005 ci fu chiesto di ospitare studenti africani destinati ad assumere ruoli di leadership nel loro Paese. Il programma ebbe successo, ma troppi studenti, ormai in possesso di un titolo prestigioso, rimanevano in Europa. Di qui la scelta di andare noi in Africa, lavorando con università locali per offrire là un programma di alta qualità. Iniziammo a Nairobi nel 2010 e nel 2015 eravamo già in 5 paesi. A questo punto ebbi la fortuna di poter presentare l'iniziativa a Letizia Moratti, che lanciò l'idea di una Fondazione, in cui coinvolgere anche importanti aziende e associazioni imprenditoriali italiane, per poter dare slancio al progetto. Quali i risultati, a poco più di un decennio dall'avvio? So-

10 ANNI DI IMPATTO

ATTIVITÀ


21

Paesi


100

Ed.
di programma

2.000

Alunni


41

Progetti
di sviluppo Imprenditoriale

> 60.000

Beneficiari
di progetti

5

Progetti di Circular Labour
Migration

IMPATTO DEI NOSTRI IMPRENDITORI


12

Posti di lavoro
in media creati
per imprenditore

53%

Ha aumentato
il fatturato

29%

Ha avuto accesso
a finanziamenti

61%

Nuovi business
avviati

14%

Ha aperto
nuove filiali

87%

Ha migliorato
le capacità
imprenditoriali

Fonte: E4Impact

no riassunti nella tabella, ma ne sottolineo i più importanti: operiamo in oltre 20 paesi; abbiamo due centri con decine di collaboratori in Ghana e in Kenya (nel polo di Nairobi abbiamo avuto l'onore di avere la visita del Presidente Mattarella nel 2023); abbiamo formato oltre duemila imprenditori con il master e altri programmi lunghi di incubazione e accelerazione d'impresa; questi imprenditori sono stati in grado di assumere nell'arco di 2-3 anni una media di 12 collaboratori; abbiamo raggiunto con i nostri servizi più di 60mila piccoli coltivatori. A questo si aggiunge il primo centinaio di lavoratori professionalizzati che abbiamo aiutato a migrare in Italia assicurando lavoro e attenzione alla persona, numero destinato a crescere molto in fretta.

Quali sono i progetti più importanti nei quali siete attualmente impegnati?

Ad oggi E4Impact opera con un modello che unisce formazione, imprenditorialità e sviluppo economico. I progetti attualmente più rilevanti puntano a creare occupazione giovanile, sostenere la crescita delle Pmi e rafforzare ecosistemi imprenditoriali capaci di generare sviluppo locale sostenibile.

Ad esempio, in Ghana il progetto Inspire ha l'obiettivo di creare occupazione giovanile sostenendo la crescita delle Pmi ghanesi e rafforzando le competenze professionali dei giovani, con particolare attenzione a donne e persone con disabilità. Il progetto opera attraverso centri di formazione professionale, incubazione d'impresa e supporto alle Pmi.

Nello stesso Paese, Pact for Skills mira a ridurre il mismatch tra competenze offerte dal sistema formativo e fabbisogni delle imprese, promuovendo occupazione giovanile, competenze digitali e imprenditorialità verde. Passando al Kenya, il progetto Casha, finanziato da Mastercard Foundation, ha lo scopo di favorire l'inclusione economica di giovani e donne attraverso l'accesso a competenze imprenditoriali, servizi di incubazione, finanza e opportunità di mercato.

Nell'Africa francofona, Fil, in Mali, intende migliorare l'occupabilità dei giovani attraverso percorsi di formazione professionale e imprenditoriale collegati alle esigenze del settore privato. E fortunatamente potrei continuare a lungo.

Che suggerimenti darebbe a un'impresa italiana che voglia avviare iniziative o collaborazioni con uno o più paesi africani?

In *primo* luogo, suggerirei di assumere una prospettiva di lungo periodo. L'Africa è l'unico continente davvero



Il Presidente Mattarella incontra gli imprenditori di E4Impact presso il Centro di Nairobi

giovane, con una popolazione in crescita, con numerosi paesi in cui la crescita economica è sostenuta, con prospettive di una rapida riduzione del gap tecnologico rispetto all'Occidente. Le imprese non possono permettersi di star fuori dall'Africa, anche se non mancano timori, incertezze, instabilità politica, corruzione.

Da quest'ultimo rilievo, discende il *secondo* suggerimento: è fondamentale la scelta dei paesi in cui operare. Tra le 54 nazioni africane, bisogna privilegiare, almeno inizialmente, quelle politicamente più stabili, economicamente più vivaci, tecnologicamente più avanzate. Solo così ci si può fare le ossa senza lasciarci la pelle!

Il *terzo* suggerimento nasce dalla nostra esperienza diretta. Come dicevo, E4Impact ha un parco di oltre duemila imprenditori formati e orientati alla crescita. Un'opzione di grande interesse – che abbiamo già testato in alcuni paesi con successo – è quella di realizzare una partnership tra l'azienda italiana e questi imprenditori già impegnati nello stesso settore.

Perché questo rappresenta una scorciatoia vincente? Perché per l'impresa italiana vuol dire agganciare un soggetto motivato, formato e orientato all'innovazione. Di conseguenza, sono ridotti i rischi di ingresso nel Paese, sia che si tratti di trovare materie prime, di sviluppare un nuovo mercato o di aprire un nuovo stabilimento competitivo sotto il profilo dei costi. 

Investire per progettare INSIEME IL FUTURO

A colloquio con Enrico Maria BAGNASCO
di Silvia Tartamella

Confindustria Assafrica & Mediterraneo, che associa non solo grandi gruppi industriali ma anche Pmi, è l'interlocutore ideale per conoscere più da vicino come le imprese italiane stanno rispondendo alla sfida del Piano Mattei, che le impegna a coltivare una relazione più matura con i partner africani. Ne parliamo con il presidente Enrico Maria Bagnasco.



Enrico Maria Bagnasco, Presidente Confindustria Assafrica & Mediterraneo

Presidente Bagnasco, con il Piano Mattei il governo ha scelto di impostare una nuova modalità di relazione con i paesi africani. A due anni dal varo di questa strategia, quale bilancio è possibile fare per le imprese italiane?
Il Piano Mattei ha contribuito a cambiare la prospettiva con cui guardiamo all'Africa: non più soltanto un insieme di mercati emergenti ma un partner fondamentale per l'internazionalizzazione del sistema produttivo italiano. In questo percorso Confindustria Assafrica & Mediterraneo

è parte integrante del Sistema Paese, come riconosciuto anche dal vice presidente del Consiglio Antonio Tajani nella prefazione alla Guida "Destinazione Africa". Infatti, abbiamo raccolto e presentato alla Struttura di Missione oltre 130 progetti provenienti dalle imprese associate: una risposta concreta del settore privato alla strategia del governo. La priorità è ora accompagnare i progetti più solidi verso la loro piena realizzazione, mettendo a sistema strumenti finanziari, partner locali e un efficace coordinamento tra istituzioni italiane e africane. È su questo che si giocherà il successo del Piano Mattei.

Dal vostro punto di osservazione, le ricadute positive riguardano solo le grandi imprese oppure stanno coinvolgendo anche le Pmi?

Molti progetti richiedono grandi operatori, ma attorno ad essi si sviluppano forniture, tecnologie, servizi e competenze specialistiche in cui le Pmi italiane esprimono il loro maggiore valore aggiunto. È la logica di filiera a consentire una partecipazione più ampia del nostro tessuto imprenditoriale.

Lo dimostra anche un progetto ferroviario in Africa orientale, aggiudicato a un consorzio italiano composto da grandi imprese e aziende specializzate: un esempio concreto di come i grandi progetti possano diventare opportunità diffuse per tutti.

Ma non solo. Molte Pmi hanno presentato e già realizzato progetti finanziati dal Piano Mattei, ad esempio in ambito education e alimentare.

Il Piano Mattei rappresenta quindi un'importante occasione per tutto il nostro sistema industriale.

Le infrastrutture energetiche e per i servizi digitali hanno assunto un'importanza via via crescente per l'autonomia strategica dei paesi. In quali progetti l'Italia è attualmente impegnata in Africa?

Le infrastrutture energetiche e digitali sono tra i prin-

Molti progetti richiedono grandi operatori, ma attorno ad essi si sviluppano forniture, tecnologie, servizi e competenze specialistiche in cui le Pmi italiane esprimono il loro maggiore valore aggiunto

cipali motori dello sviluppo industriale del continente. Le imprese italiane sono impegnate in progetti che rafforzano la competitività dei sistemi economici africani e creano le condizioni per nuovi investimenti produttivi. Tra i molteplici esempi penso alle infrastrutture di connessione come Elmed e BlueMed, destinate a rafforzare rispettivamente l'integrazione energetica e digitale tra Europa e Nord Africa. Ma anche il progetto in Kenya per lo sviluppo dei biocarburanti avanzati, che coniuga investimenti industriali, decarbonizzazione e sviluppo delle produzioni agricole locali; oppure la proposta attualmente allo studio di un nuovo cavo sottomarino fra Algeria, Tunisia e Italia – con rotta alternativa a quelle esistenti e approdo a Genova – per garantire più capacità e ridondanza sul traffico dati a supporto degli importanti piani di digitalizzazione in corso nei paesi nordafricani.

Sono iniziative che raccontano il cambio di approccio del Piano Mattei: non interventi isolati, ma progetti costruiti in una logica di partenariato, capaci di creare infrastrutture, sviluppo, lavoro e valore duraturo nei territori.

Nella relazione con l'Italia e le imprese italiane, a quali aspetti sono principalmente interessati i paesi africani aderenti al Piano?

I nostri interlocutori africani non cercano soltanto forniture. Accanto alla crescita degli scambi commerciali, aumenta la domanda di investimenti produttivi e collaborazioni industriali. Lo conferma lo stock degli investimenti diretti italiani nel continente, che ha superato i 30 miliardi di euro al 2024 (Fonte: Osservatorio economico Maeci). L'Africa sta diventando un luogo di produzione, innovazione e industrializzazione, non soltanto di estrazione di materie prime e agricole. Per questo ci chiedono partnership capaci di generare valore, creare sviluppo nei territori e costruire filiere produttive sempre più integrate. È questo il cambiamento più importante: non limitarsi



a vendere prodotti o realizzare singoli investimenti, ma progettare insieme la crescita.

La formazione del capitale umano è un tema cruciale per le imprese, che notoriamente faticano a trovare personale qualificato. Il Piano Mattei può rappresentare un apripista in tal senso?

Senza dubbio. La formazione è uno dei pilastri del Piano Mattei e una delle richieste che emerge con maggiore frequenza nel dialogo con i partner africani.

Un esempio concreto è il Tech Skills Forum che si è svolto al Cairo il 5 e 6 giugno, dove sono stati siglati accordi tra Scuole di Tecnologia applicata egiziane e Its Academy italiani nei settori della mecatronica, della chimica, del tessile, della salute e dell'agroalimentare, con la partecipazione di imprese nostre associate.

La formazione è necessaria a costruire competenze condivise tra sistemi produttivi e filiere integrate. È questo il valore aggiunto del Piano Mattei: investire nelle persone per rafforzare una crescita comune, a beneficio dell'Africa e dell'Italia. 

GALLERIE D'ITALIA

Un museo. Quattro sedi.

Milano | Napoli | Torino | Vicenza

Dove la cultura è dialogo
tra **arte** e **società**.

GALLERIEDITALIA.COM

GALLERIE D'ITALIA



INTESA  SANPAOLO
BANKING PREMIUM PARTNER

Trasformare la visione IN SVILUPPO



di Marco BONOMETTI

L' Africa non è un'emergenza da gestire, ma un continente con cui costruire un futuro condiviso. È una convinzione che, da imprenditore, porto avanti da molti anni e che il Piano Mattei ha avuto il merito di riportare al centro dell'agenda politica italiana. Il suo valore è superare una logica assistenziale per costruire un partenariato fondato sul rispetto reciproco,

sugli investimenti e sulla crescita comune.

Noi di OMR Automotive conosciamo bene il significato di questa scelta. Il Marocco è stato il primo paese nel quale abbiamo avviato il nostro percorso di internazionalizzazione, molto prima che l'Africa diventasse una priorità strategica per l'Europa. Da allora il Gruppo è cresciuto fino a essere presente in quattro continenti. Ma il risultato di cui vado più orgoglioso riguarda le persone: nelle nostre aziende lavorano collaboratori provenienti da 47 paesi. È il frutto di una cultura d'impresa che considera inclusione, formazione e valorizzazione delle competenze i veri motori della competitività.

È con questa esperienza che guardo al Piano Mattei. La direzione è quella giusta. Il Piano individua ambiti strategici coerenti con le esigenze dei paesi africani e riconosce il

ruolo di imprese, università, organizzazioni internazionali e istituzioni finanziarie. È un'impostazione che condivido: senza il coinvolgimento del sistema produttivo non esiste cooperazione capace di generare sviluppo duraturo.

Credo però che il progetto possa essere ancora più ambizioso. A mio avviso dovrebbe includere, con decisione, anche il settore automotive, una delle principali filiere industriali europee, oggi impegnata ad affrontare la transizione tecnologica, la crescente concorrenza asiatica e il rallentamento del mercato.

Il Piano Mattei potrebbe favorire l'insediamento in Africa di un numero significativo di componentisti europei (fornitori di parti di auto), creando occupazione nei paesi partner e offrendo nuove prospettive a un comparto che sta perdendo volumi produttivi e posti di lavoro. Il Marocco rappresenta un'opportunità concreta. La presenza di Stellantis e Renault costituisce una base industriale sulla quale costruire un ecosistema capace di attrarre nuo-



Marco Bonometti, Presidente e Ad OMR Holding



vi investimenti. Perché questo avvenga servono accordi di fornitura, programmi di localizzazione produttiva e strumenti di sostegno che coinvolgano costruttori, componentisti e governi. È necessario stipulare contratti e impegni di forniture per i componentisti europei che volessero investire in quel paese. I governi potrebbero sostenere i costruttori europei, laddove sono presenti, in questo processo di internazionalizzazione. È un modello che ho già sperimentato con successo in Brasile, Cina e Stati Uniti e che potrebbe diventare una leva di sviluppo anche per l'Africa, generando benefici per entrambe le sponde del Mediterraneo.

Sarei però un cattivo testimone se tacessi sulle criticità. Le risorse disponibili appaiono ancora limitate rispetto all'ambizione del progetto. Senza investimenti certi e una programmazione pluriennale il rischio è che il piano resti una dichiarazione di intenti. Allo stesso tempo sarà indispensabile semplificare la burocrazia, perché le imprese hanno bisogno di procedure rapide, regole chiare e tempi compatibili con il mercato. Un progetto di questa portata richiede inoltre continuità e non può essere condizionato dai cicli politici.

Il partenariato pubblico-privato sarà credibile solo se l'Africa verrà coinvolta come protagonista dello sviluppo e non come semplice destinataria di politiche energetiche o migratorie. Lo sviluppo nasce dalla condivisione degli obiettivi e dalla costruzione di filiere industriali capaci di creare competenze, occupazione e valore.

La strada è quella giusta. Ora bisogna trasformare la visione in risultati concreti. Servono investimenti, formazione, infrastrutture e imprese pronte a costruire relazioni industriali durature. L'Africa sarà sempre più un continente nel quale si produrranno automobili compatte, accessibili e destinate a una domanda in forte crescita: una prospettiva industriale che l'Europa non può permettersi di ignorare. Noi imprenditori, e in particolare la comunità dei Cavalieri del Lavoro, possiamo contribuire a questa sfida mettendo a disposizione competenze, capitali e cultura industriale. Il Piano Mattei sarà un successo quando saprà trasformare le intenzioni in investimenti, gli investimenti in imprese e le imprese in lavoro, dignità e crescita condivisa. Solo allora avremo costruito un autentico partenariato tra Europa e Africa.



Marco Bonometti è stato nominato Cavaliere del Lavoro nel 2012. È presidente e amministratore delegato di OMR Holding. Sotto la sua guida l'azienda, fondata dal nonno nel 1919, è diventata un Gruppo industriale internazionale con oltre 4.000 dipendenti e con una rete globale innovativa di nove stabilimenti in Italia e sei nel mondo. Il Gruppo è attivo principalmente nella componentistica per autovetture, veicoli industriali e mezzi di movimento terra, ambiti in cui l'azienda si è affermata come partner di riferimento per i principali marchi mondiali.

L'effetto moltiplicatore DELL'INDUSTRIA



di Marco CHECCHI

Q

uando si parla di Africa, il dibattito si concentra spesso sulle opportunità economiche e sulla crescita dei mercati. Per chi opera industrialmente sul territorio, però, la questione centrale è un'altra: costruire una presenza stabile, trasferire competenze e contribuire allo sviluppo di ecosistemi produttivi locali.

È in questa prospettiva che guardo con interesse al Piano Mattei. Non come uno strumento rivolto alle singole imprese, ma come una cornice capace di favorire una cooperazione più strutturata tra Italia e paesi africani, fondata su investimenti, formazione e crescita condivisa. La presenza di Pelliconi in Africa precede questo percorso. Siamo attivi in Egitto, a Obour City nell'area del Cairo, dal 2008 e nel 2026 abbiamo avviato una nuova realtà produttiva a Johannesburg, in Sudafrica. Due esperienze differenti, accomunate dalla stessa visione: non limitarci a esportare prodotti, ma contribuire alla costruzione di capacità industriali nei territori in cui operiamo.

Il primo elemento fondamentale è il trasferimento tecnologico. L'industria non cresce soltanto attraverso l'apertura di stabilimenti, ma grazie alla diffusione di conoscenze, processi e standard qualitativi. Nel settore delle chiusure per il packaging alimentare e delle bevande, la tecnologia è essenziale; ancora più importante, però, è la capacità di applicarla correttamente, garantendo qualità, sicurezza e continuità produttiva.

Accanto alla tecnologia vi è la formazione delle persone. Nel nostro recente investimento di Johannesburg lavorano oggi una ventina di collaboratori, prevalentemente professionisti e tecnici locali. Non si tratta soltanto di creare occupazione, ma di sviluppare competenze che possano generare valore nel lungo periodo.

Un ulteriore aspetto riguarda la capacità di attivare filiere produttive. Un investimento industriale non si esaurisce all'interno dell'impresa, ma mette in moto un sistema più ampio fatto di fornitori, servizi tecnici, logistica, manutenzione e professionalità specializzate. È questo effetto moltiplicatore che rende realmente significativo il contributo delle imprese allo sviluppo locale.

In questo senso, il Piano Mattei può rap-



Marco Checchi, Amministratore delegato Pelliconi

Abbiamo preso un impegno con il futuro dell'energia.

Più rapida. Più digitale. Più sostenibile. Più giusta.

È la transizione energetica che vogliamo. Una sfida fondamentale per il futuro di tutti. Richiede a noi di Terna una visione più ampia e l'impegno a elevare a nuovi livelli d'eccellenza la nostra missione: guidare il Paese verso un domani fatto d'innovazione e responsabilità.

È l'energia che verrà. Oggi.





Nel settore delle chiusure per il packaging alimentare e delle bevande, la tecnologia è essenziale; ancora più importante, però, è la capacità di applicarla correttamente, garantendo qualità, sicurezza e continuità produttiva

presentare un importante acceleratore, perché pone attenzione proprio alle condizioni abilitanti della crescita: infrastrutture, energia, formazione e cooperazione istituzionale. Elementi che non producono benefici immediati per una singola azienda, ma che rendono possibile lo sviluppo di interi sistemi economici e industriali. Il Sudafrica, pur non essendo tra i paesi direttamente inclusi nel Piano Mattei, rappresenta per noi un passaggio strategico. È una piattaforma industriale, finanziaria e logistica di riferimento per l'Africa australe e può svolgere il ruolo di hub verso numerosi mercati dell'Africa subsahariana. Investire nel paese richiede tuttavia realismo e capacità di adattamento. Le procedure per i visti e la mobilità del personale specializzato possono essere complesse. Il quadro del B-BBEE (Broad-Based Black Economic Empowerment), pur non rappresentando un vincolo assoluto, incide concretamente sull'accesso a grandi filiere, gare e partnership. A ciò si aggiungono una burocrazia articolata, la necessità di una presenza locale costante e tempi decisionali spesso più lunghi rispetto agli standard europei. Permangono inoltre criticità legate al rischio di corru-

zione, alle disuguaglianze sociali, ai tempi di pagamento e alla disponibilità di energia elettrica e acqua, aspetti che richiedono attenzione e, talvolta, investimenti agguintivi. È però proprio nella capacità di affrontare questa complessità che si misura la solidità di un progetto industriale e la sua visione di lungo periodo.

L'Africa non può essere considerata soltanto un mercato di sbocco. È un interlocutore con cui costruire relazioni industriali e culturali durature. Si portano competenze, ma se ne acquisiscono altre; si trasferisce tecnologia, ma si imparano adattamento, flessibilità e nuovi modi di interpretare il mercato.

Per questo il valore di un'impresa internazionale non si misura esclusivamente nei risultati economici, ma anche nella sua capacità di generare lavoro qualificato, filiere, fiducia e relazioni destinate a durare nel tempo. È su queste basi che si costruisce uno sviluppo autenticamente sostenibile e che la presenza industriale si traduce in una reale creazione di opportunità condivise. 

Marco Checchi è stato nominato Cavaliere del Lavoro nel 2021. È amministratore delegato di Pelliconi & C. leader nella produzione di tappi e capsule per il settore food & beverage. Nel 1985 entra in Pelliconi nell'area commerciale e ricoprendo ruoli di crescente responsabilità diventa consigliere delegato nel 1991. Negli ultimi due decenni ne guida la crescita con forti investimenti in innovazione rafforzando il dipartimento interno di R&D. Sotto la sua guida la capacità produttiva è passata dagli iniziali dieci miliardi di tappi l'anno agli attuali 32 miliardi e l'export è cresciuto fino al 92%. Occupa circa 800 dipendenti 

COSTRUIRE VALORE attraverso il lavoro



di Laura COLNAGHI CALISSONI

Negli ultimi anni l'Africa è entrata stabilmente al centro del dibattito economico e geopolitico internazionale. La crescita della popolazione, lo sviluppo delle aree urbane, l'espansione delle infrastrutture e la progressiva affermazione di nuove capacità produttive stanno trasformando il continente in uno dei protagonisti delle grandi sfide del XXI secolo.

In questo contesto si colloca il Piano Mattei, che propone una nuova stagione di relazioni tra l'Italia e i paesi africani fondata sulla collaborazione e sulla valorizzazione delle rispettive potenzialità. Un obiettivo che richiede una visione di lungo periodo e la capacità di tra-

durla in iniziative concrete.

La mia riflessione nasce da un'esperienza diretta. Nel 2019 il Gruppo Carvico ha avviato a Kombolcha, in Etiopia, "la più bella azienda del Corno d'Africa" come l'ha definita il ministro dell'Industria Melaku Abel durante una delle sue visite all'impianto. Un'azienda moderna, efficiente, che oggi dà lavoro a 450 persone e che produce tessuti indemagliabili e circolari elasticizzati destinati ai mercati del bagno e dello sport. Una scelta maturata guardando a un paese che stava investendo nel proprio sviluppo manifatturiero e che vedeva nel settore tessile una leva strategica per il futuro.

Nel corso di questi anni ho avuto modo di osservare quanto possa essere fecondo l'incontro tra esperienze, sensibilità e culture professionali differenti quan-

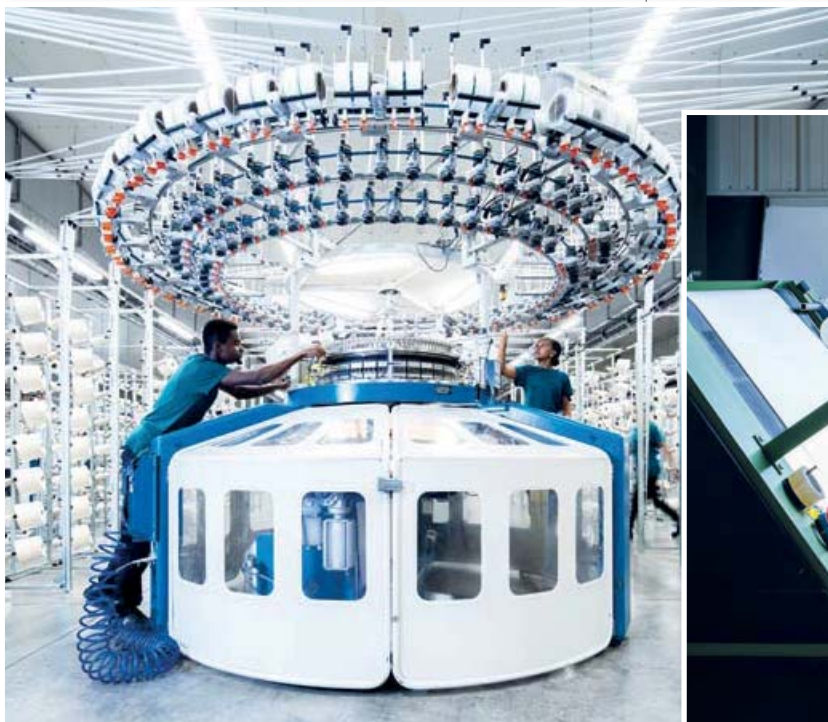
do convergono verso un obiettivo comune. È questa, probabilmente, la riflessione più significativa che porto con me.

Ogni iniziativa produttiva prende forma attraverso il lavoro quotidiano, la capacità di affrontare insieme le sfide e la volontà di costruire risultati duraturi. Nel nostro stabilimento convivono oggi professionalità cresciute in contesti diversi ma accomunate dalla stessa attenzione alla qualità, al miglioramento continuo e al senso di responsabilità. Da questo confronto è nato un patrimonio professionale che continua a consolidarsi nel tempo.

Anche il tema del trasferimento tecnologico assume, alla luce di questa esperienza, una



Laura Colnaghi Calisconi, Presidente e Ad Gruppo Carvico



Produzione tessuti circolari



Controllo visivo tessuto

prospettiva particolare. Le soluzioni più avanzate esprimono pienamente il loro potenziale quando si integrano in un'organizzazione capace di valorizzarle e svilupparle. Evoluzione tecnica e crescita professionale procedono insieme e contribuiscono entrambe alla solidità di una realtà produttiva.

L'esperienza etiope ha rafforzato in me una convinzione: il futuro delle relazioni tra Europa e Africa si giocherà sempre più sulla capacità di sviluppare progetti condivisi, fondati sul lavoro, sulla preparazione e su una visione comune dello sviluppo. Le energie delle giovani generazioni africane rappresentano una risorsa straordinaria in questo processo e costituiscono uno dei principali fattori di dinamismo del continente.

Per questa ragione considero il Piano Mattei un'opportunità importante. La sua efficacia sarà legata alla capacità di favorire partnership solide, radicate nei territori e orientate a generare occupazione qualificata, conoscenza e sviluppo economico. Le imprese possono offrire un contributo essenziale mettendo a disposizione esperienza, capacità organizzativa e una cultura del lavoro costruita nel tempo.

La manifattura italiana possiede una tradizione che ha sempre trovato nella qualità, nella ricerca e nella valorizzazione del talento i propri punti di forza. È un patrimonio che può contribuire alla costruzione di relazioni economiche mature e durature, capaci di accompagna-

re l'evoluzione di filiere produttive sempre più integrate e competitive.

Dopo alcuni anni di presenza in Etiopia, considero particolarmente significativo ciò che è stato costruito insieme: uno stabilimento tecnologicamente avanzato, una comunità professionale sempre più autonoma e strutturata e una collaborazione che continua ad aprire nuove prospettive. È in esperienze come questa che riconosco il significato più autentico della cooperazione industriale: trasformare una visione comune in risultati duraturi attraverso il lavoro, la fiducia e il senso di responsabilità. 



Laura Colnaghi Calissoni è stata nominata Cavaliere del Lavoro nel 2017. È presidente e amministratore delegato del Gruppo Carvico, leader mondiale nella produzione e vendita di tessuti indemagliabili elasticizzati. Sotto la sua guida, il Gruppo consolida la presenza internazionale con l'apertura di sedi commerciali in Cina e Usa e di 2 stabilimenti produttivi in Vietnam per i mercati del Sudest asiatico e in Etiopia per la produzione delle commodities. Oggi il Gruppo esporta l'80% del fatturato e occupa 1.300 dipendenti, di cui 750 in Italia

LAVAZZA

TORINO, ITALIA, 1895

L'ECCELLENZA È UNA SCELTA



VERO ESPRESSO ITALIANO
A CASA COME AL BAR



Sviluppo locale, la base per una CRESCITA CONDIVISA



di Claudio DESCALZI

Le crisi degli ultimi anni – dalla pandemia al conflitto russo-ucraino, fino all’instabilità in Medio Oriente – dimostrano quanto il settore energetico sia profondamente legato agli equilibri internazionali. Diversificare le fonti di approvvigionamento e rafforzare l’autonomia energetica sono diventate una priorità.

Nel nuovo equilibrio globale l’Africa può affermarsi come uno dei principali protagonisti perché dispone di abbondanti risorse: fossili (13% delle riserve globali di gas e 7% delle riserve globali di petrolio), minerali critici, terre fertili, abbondanza di sole e vento, potenziale straordinario per le energie rinnovabili. La piena valorizzazione di queste risorse richiede investimenti di lungo periodo. Per questo è fondamentale creare delle relazioni solide fondate su rapporti fiducia reciproca e crescita condivisa.

È su questi principi che Eni ha costruito la propria presenza nel continente. Lo sviluppo di partnership durature con governi e comunità nasce innanzitutto contribuendo concretamente allo sviluppo dei mercati energetici locali. Infatti, nel 2025, circa l’80% della produzione di gas di Eni nel continente è stato destinato ai consumi interni dei paesi africani. Da questo tipo di approccio nascono relazioni che oggi rappresentano un elemento strategico anche per la sicurezza energetica internazionale, come dimostrano i numerosi progetti con i partner storici del Nord Africa – Algeria, Libia, Egitto – e la crescita di nuove iniziative in paesi come Congo, Costa d’Avorio, Mozambico, Angola, Ghana e Kenya.

In questo contesto, Eni ha competenze distintive nella produzione di gas, tramite la tecnologia Fng (*Floating Liquefied Natural Gas*), che consente di liquefare il gas direttamente in mare, riducendo tempi di realizzazione, investimenti infrastrutturali e impatto ambientale. In Mozambico, il primo impianto galleggiante di liquefazione del gas realizzato nelle acque profonde africane ha confermato la capacità di sviluppare soluzioni tecnologicamente avanzate anche in contesti complessi e di valorizzare rapidamente risorse offshore di rilevanza strategica.



Claudio Descalzi, Amministratore delegato Eni



Lavorazione semi all'Agribus Bonje di Mombasa, Kenya



Consegna fornello migliorato in Costa d'Avorio

In Congo, il progetto Congo LNG ha permesso di avviare in tempi estremamente rapidi la produzione e l'esportazione di gas naturale liquefatto, trasformando il paese in un nuovo esportatore di Gnl e contribuendo alla sicurezza energetica internazionale.

A questi esempi si affianca il progetto petrolifero di Ba-leine, in Costa d'Avorio, sviluppato in tempi record grazie a un modello *fast track*, che consente di anticipare la produzione e integrare fin dall'inizio misure per la riduzione delle emissioni.

Parlare oggi di energia in Africa significa però affrontare anche la sfida dell'accesso all'energia: ancora centinaia di milioni di persone sono prive di un accesso affidabile all'elettricità. Per questo Eni promuove iniziative che trasformano l'energia in uno strumento di inclusione e di crescita (Investimenti Eni, 2025: 33,6 milioni di euro a supporto dello sviluppo locale).

La stessa filosofia ispira i progetti *agri-feedstock*, tra le iniziative più innovative sviluppate negli ultimi anni per la coltivazione di materie prime vegetali destinate alla bioraffinazione. Attraverso la valorizzazione di terreni degradati, senza competere con le colture alimentari, contribuiscono alla nascita di nuove filiere agro-industriali in Kenya, Repubblica del Congo, Costa d'Avorio, Angola e Mozambico. Non solo garantiscono l'approvvigionamento di *feedstock* sostenibile – 56mila tonnellate nel 2025 – per la produzione di biocarburanti ma creano occupazione, trasferiscono competenze e favoriscono nuove opportunità imprenditoriali.

Nella stessa logica rientra anche il programma Clean Cooking, avviato da Eni nel 2018 e che ad oggi ha coinvolto oltre 4,7 milioni di persone in sette paesi dell'Africa subsahariana: Costa d'Avorio, Mozambico, Angola, Repubblica del Congo, Tanzania, Madagascar e Ruanda.

L'iniziativa promuove l'accesso a sistemi di cottura più efficienti, riducendo l'uso di legna e carbone e generando benefici per salute, ambiente e qualità della vita delle famiglie.

Integrare sicurezza energetica, sviluppo industriale e sostenibilità è probabilmente il contributo più significativo che il settore energetico può offrire oggi all'Africa. Un continente giovane, caratterizzato da una forte crescita demografica e da un crescente dinamismo imprenditoriale, il cui sviluppo può contribuire a rendere il sistema energetico globale più resiliente ed equilibrato. 

Claudio Descalzi è stato nominato Cavaliere del Lavoro nel 2025. È amministratore delegato di Eni, gruppo energetico presente in 64 paesi con circa 32mila dipendenti, di cui 22mila in Italia, dove è capofila nell'approvvigionamento di gas naturale e distribuzione di prodotti energetici. Sotto la sua guida, il Gruppo deposita 355 nuove domande di brevetto, portando il portafoglio brevettuale a circa 10mila titoli, e le capacità di bioraffinazione e di rinnovabili crescono rispettivamente da zero a 1,65 milioni di tonnellate l'anno e da zero a 4,1 gigawatt 

UN PARTNER GIOVANE con cui lavorare alla pari



di Giovanni RUBINI

Guardare oggi all'Africa e alla cooperazione con quel continente significa cogliere un'opportunità straordinaria di crescita comune. È con questo spirito che guardo al Piano Mattei.

Questo progetto ha il merito di proporsi non come un semplice manifesto politico, bensì come un solido, ambizioso piano imprenditoriale e sociale. La politica ha il compito fondamentale di tracciare la rotta e definire la cornice strategica, ma sono la visione industriale e la capacità di generare un reale impatto sul territorio a dare gambe e futuro a un'iniziativa di questa portata.

La scelta stessa di intitolare questo piano a Enrico Mattei racchiude un significato profondo, che va oltre il dato storico e traccia una linea d'azione chiarissima.

Mattei è stato un uomo che si è sempre opposto con forza al colonialismo occidentale, proponendo un modello di sviluppo radicalmente alternativo, basato sulla dignità. Emblematiche restano le sue parole: "La geografia della fame è una leggenda: è legata solo alla passività, all'inerzia creata dal colonialismo nelle popolazioni autoctone". In questa frase si condensa il rifiuto di un sistema che per secoli ha sottomesso un continente, addormentandone le potenzialità. Rompere quell'inerzia passata significa oggi riconoscere il valore dell'Africa, attivare le energie locali e creare sviluppo condiviso attraverso il lavoro, l'impresa e l'autodeterminazione.

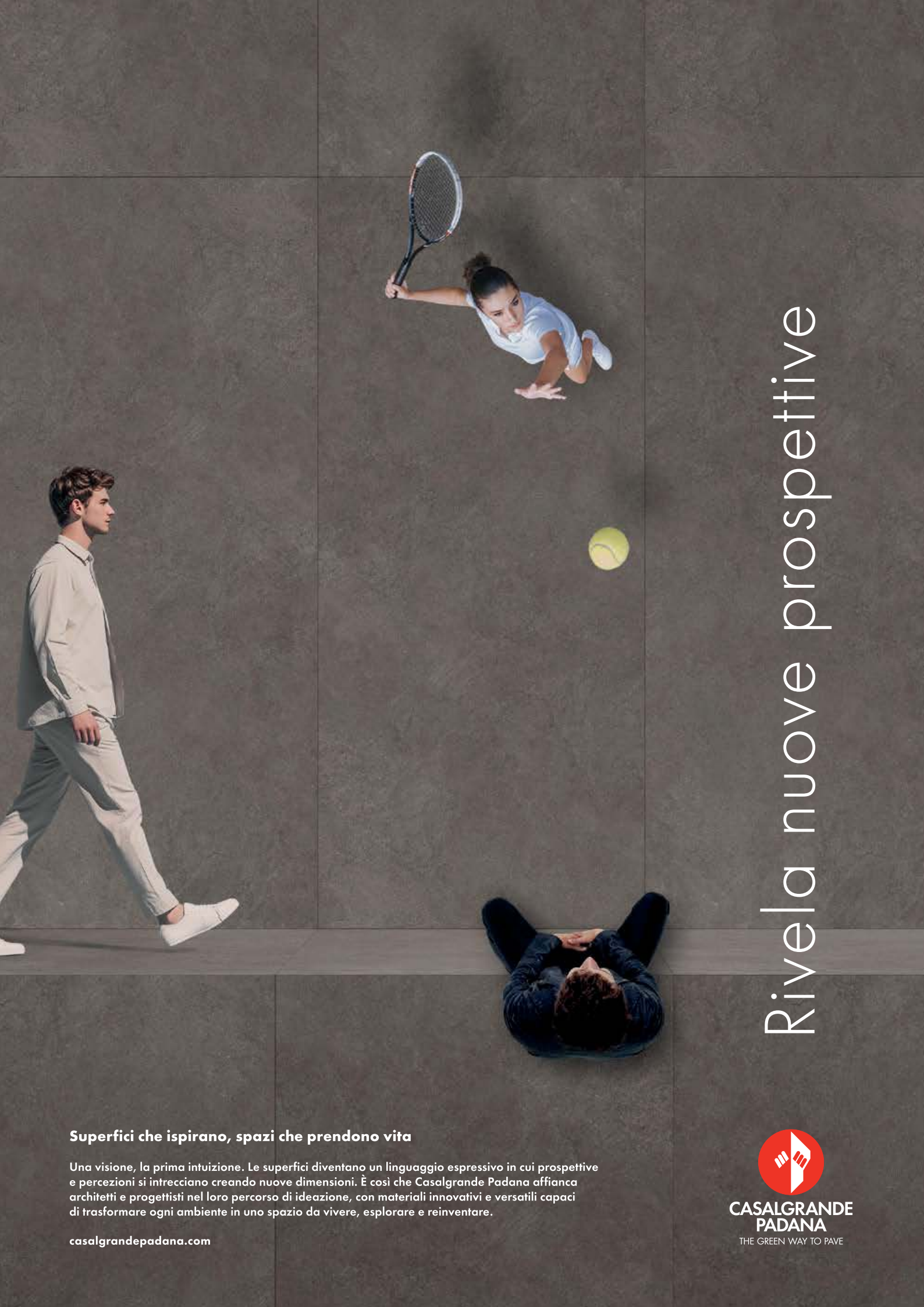
In Renco, l'azienda di cui sono amministratore delegato, questo approccio è impresso nel nostro Dna. Lavoriamo e facciamo investimenti in Africa da oltre trent'anni. Per scelta lungimirante del nostro fondatore, Rinaldo Gasparini, abbiamo sempre operato nel continente africano rifiutando categoricamente qualsiasi logica di mero sfruttamento, in perfetta

sintonia con la filosofia di valorizzazione che oggi ispira il Piano Mattei.

Portare sviluppo in Africa non significa estrarre valore e trasferirlo altrove; significa piantare radici, trasferire know how e investire massicciamente nella formazione delle risorse locali per liberare appieno quelle grandi potenzialità a lungo rimaste inesprese.



Giovanni Rubini, Amministratore delegato Renco Spa



Rivela nuove prospettive

Superfici che ispirano, spazi che prendono vita

Una visione, la prima intuizione. Le superfici diventano un linguaggio espressivo in cui prospettive e percezioni si intrecciano creando nuove dimensioni. È così che Casalgrande Padana affianca architetti e progettisti nel loro percorso di ideazione, con materiali innovativi e versatili capaci di trasformare ogni ambiente in uno spazio da vivere, esplorare e reinventare.

casalgrandepadana.com



**CASALGRANDE
PADANA**
THE GREEN WAY TO PAVE



Base Logistica e Porto di Pemba (Mozambico). Una piattaforma logistica strategica al servizio dei grandi progetti energetici del Mozambico

Negli anni abbiamo imparato che il successo di un investimento industriale è direttamente proporzionale alla capacità di interagire positivamente con le comunità territoriali. Non ci siamo mai limitati a costruire impianti utili esclusivamente all'investitore. Al contrario, abbiamo sempre cercato di dare vita a un vero e proprio modello di fare impresa in quei luoghi: oltre alla formazione dei lavoratori locali, abbiamo finanziato e realizzato scuole, presidi sanitari, pozzi per l'approvvigionamento idrico, impianti fotovoltaici per la produzione di energia che potessero rimanere al servizio della popolazione, migliorandone concretamente la qualità della vita quotidiana, rispettandone cultura e tradizioni. È esattamente questo il cambio di paradigma che il Piano Mattei può e deve consolidare a livello di sistema Paese. L'Africa non deve più rappresentare, agli occhi dell'Occidente, solamente un immenso serbatoio di materie prime o una terra da cui attingere risorse nelle emergenze geopolitiche. L'Africa è un partner strategico paritario con cui lavorare fianco a fianco, un continente giovane e vibrante, ricco di potenziale umano e imprenditoriale che chiede solo di essere valorizzato attraverso investimenti sostenibili e di lungo termine. Quando un'azienda italiana si insedia in un territorio africano, porta con sé la responsabilità e i valori del brand Italia. Se operiamo con la consapevolezza che la crescita dei territori e dei partner locali è la chiave per la stabilità e la prosperità del nostro stesso investimento, creiamo un circolo virtuoso che supera definitivamente le logiche del passato. Il valore principale del Piano Mattei è, a mio avviso, l'aver individuato l'Africa, e un modello di approccio rispettoso a quel continente, come una straordinaria opportunità per l'Europa e per l'Italia.

Per una impresa come Renco, che in Africa ha investito e vuole continuare ad investire in modo importante in infra-

strutture, questo ha significato trovare maggiore ascolto e supporto da parte delle istituzioni deputate come Sace o Simest e da parte del sistema bancario nazionale, alle proprie iniziative nel continente.

Il Piano Mattei ha l'indubbio valore di voler consolidare questo approccio positivo su scala nazionale, favorendo il coordinamento delle forze migliori del nostro sistema industriale, finanziario, formativo. La sua efficacia si consoliderà con la capacità di tradurre queste ottime linee guida in progetti concreti e misurabili sul campo.

Dobbiamo guardare all'Africa con gli occhi di chi vuole generare valore condiviso. Sapendo unire la concretezza dell'imprenditoria alla responsabilità sociale, e camminando insieme ai paesi ospitanti nel rispetto della loro identità, scriveremo una pagina nuova, duratura e vincente nelle relazioni tra i nostri continenti. 

Giovanni Rubini è stato nominato Cavaliere del Lavoro nel 2025. È amministratore delegato di Renco, azienda fondata nel 1979 da Rinaldo Gasparini come impresa generale di costruzioni e di ingegneria civile e oggi specializzata in servizi di ingegneria e costruzione per i settori dell'energia, del petrolio e del gas e delle infrastrutture civili, nel project financing e nella fornitura di personale tecnico altamente specializzato. Il Gruppo è presente in Africa, Asia e Medio Oriente con 70 società affiliate e più di mille progetti realizzati in 50 paesi. In Italia opera con una sede a Pesaro. Sotto la sua guida, i livelli occupazionali sono aumentati dagli iniziali 1.700 agli attuali 4.500, di cui l'80% rappresentato da laureati 



FABIANA FILIPPI



MODA E SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

PRODURRE E VESTIRE GREEN per il bene del pianeta

Materie prime, processi produttivi, controllo della filiera, riuso dei capi.

Sono tanti gli aspetti da monitorare nell'industria della moda, settore che già da diversi anni ha intrapreso un percorso di innovazione per ridurre il proprio impatto ambientale. A fornirci un quadro di insieme è

Carlo Capasa, presidente della Camera Nazionale della Moda Italiana, mentre con Francesca Boni, fondatrice del sito *Il Vestito Verde*, approfondiamo i cambiamenti avvenuti nella sensibilità dei consumatori. Seguono best practice ed esperienze concrete dei Cavalieri del Lavoro Roberto Colombo, Andrea Lardini, Maria Giovanna Paone e Sandro Veronesi

L'IMPEGNO DELL'INDUSTRIA per una moda a basso impatto

Intervista a Carlo CAPASA

Il settore del tessile-abbigliamento è in prima fila nella sfida complessa della sostenibilità, che riguarda l'intera filiera della produzione, dal risparmio energetico alla scelta delle materie prime, dal controllo della filiera e della subfornitura alla tracciabilità e riutilizzo dei capi d'abbigliamento a fine vita.

La Camera della Moda si è impegnata a fondo per diffondere nell'industria la cultura della sostenibilità. Ne parliamo con il presidente Carlo Capasa.

Quali sono i maggiori problemi ambientali dell'industria tessile-abbigliamento?

La sfida principale è ridurre l'impatto lungo tutta la filiera: dalle materie prime ai processi produttivi, fino alla gestione del fine vita dei prodotti. A questo si aggiungono il consumo di risorse, le emissioni e il tema della

L'Europa ha avviato un percorso importante con norme che promuovono trasparenza, responsabilità e circolarità. Come fondatori della European Fashion Alliance abbiamo contribuito a portare la voce del settore nel confronto con le istituzioni europee, affinché la transizione sia efficace ma anche sostenibile per le imprese

sovrapproduzione, che riguarda soprattutto alcuni modelli di business del settore.

In questi anni, quali progressi sono stati fatti per garantire una maggiore sostenibilità alla filiera e qual è stato l'impegno della Camera della Moda?

Negli ultimi anni sono stati compiuti passi importanti: maggiore tracciabilità, investimenti in innovazione, materiali a minore impatto e processi più efficienti. Camera Nazionale della Moda Italiana ha accompagnato questo percorso attraverso le Linee Guida per la Sostenibilità, i CNMI Sustainable Fashion Awards, i tavoli di lavoro dedicati alla sostenibilità e la promozione del Consorzio Re.Crea, nato per supportare le aziende nell'attuazione della responsabilità estesa del produttore.



Carlo Capasa, Presidente Camera Nazionale della Moda Italiana



Il dialogo costante con le istituzioni italiane ed europee è stato fondamentale per favorire una transizione concreta e condivisa.

Come incide sul tema sostenibilità la concorrenza dei paesi che producono a basso costo?

La sostenibilità deve essere una responsabilità globale. Non è sostenibile competere esclusivamente sul prezzo quando non vengono rispettati gli stessi standard ambientali e sociali. Per questo è fondamentale creare regole comuni che garantiscano condizioni di concorrenza più eque.

Come sono intervenute le normative europee e nazionali per regolare il fenomeno e che cosa si potrebbe fare di più?

L'Europa ha avviato un percorso importante con norme che promuovono trasparenza, responsabilità e circolarità. Come fondatori della European Fashion Alliance ab-

biamo contribuito a portare la voce del settore nel confronto con le istituzioni europee, affinché la transizione sia efficace ma anche sostenibile per le imprese.

Ora è fondamentale che le regole siano armonizzate, applicabili e proporzionate, accompagnate da incentivi agli investimenti e da strumenti che valorizzino le aziende che producono secondo standard elevati.

Il tema della sostenibilità sta orientando le scelte dei consumatori?

La sensibilità dei consumatori è sicuramente cresciuta, soprattutto tra le nuove generazioni. Per questo è fondamentale continuare a investire nella cultura della qualità, della creatività e della durata del prodotto.

Come Camera della Moda stiamo portando avanti un importante lavoro di narrazione del valore dell'alto di gamma e del Made in Italy, perché educare le nuove generazioni significa anche aiutarle a riconoscere il valore di un prodotto ben fatto, destinato a durare nel tempo.

Che cosa suggerirebbe a un'impresa tessile per aumentare la sostenibilità dei suoi prodotti e processi produttivi?

La sostenibilità deve diventare parte della strategia aziendale. Suggerirei di investire nella tracciabilità della filiera, nell'innovazione dei processi, nell'efficienza energetica e nella formazione delle persone. Essere sostenibili oggi significa essere più competitivi, più credibili verso il mercato e meglio preparati alle sfide future. (P.M.)

Educare le nuove generazioni
significa anche aiutarle
a riconoscere il valore
di un prodotto ben fatto,
destinato a durare nel tempo

COME SCEGLIERE abiti sostenibili

A colloquio con Francesca BONI
di Paolo Mazzanti

Come scegliere un abito sostenibile? A questa domanda risponde il portale “Il Vestito Verde” fondato da Francesca Boni, giovane ricercatrice dell’Università Bocconi, che è diventata esperta di temi ambientali applicati alla filiera del tessile-abbigliamento.



Francesca Boni, fondatrice del portale web "Il Vestito Verde"

Come è nata la sua passione per la sostenibilità applicata all'abbigliamento?

La mia passione è nata quando avevo 17 anni e ho visto il documentario The True Cost. È stato un momento di svolta: per la prima volta ho compreso gli impatti ambientali e sociali dell'industria della moda, dalle condizioni di lavoro nelle fabbriche al consumo di risorse naturali. Da allora ho iniziato ad approfondire questi temi e a cercare modi per rendere più accessibili le informazioni sulla sostenibilità nel settore tessile e dell'abbigliamento.

Qual è lo scopo del portale da lei creato “Il Vestito Verde”?

Lo scopo de “Il Vestito Verde” è aiutare le persone a orientarsi nel mondo della moda sostenibile e a fare scelte più consapevoli. Per questo abbiamo sviluppato diversi strumenti: un database di brand sostenibili, due map-pature del territorio italiano (una con i negozi di moda sostenibile e l'altra con i luoghi dove riparare e smaltire responsabilmente i propri vestiti), un blog con approfondimenti e contenuti educativi e una community che favorisce il confronto e la condivisione di esperienze tra consumatori interessati a questi temi.

L'obiettivo è rendere la sostenibilità più comprensibile e accessibile a tutti.

Come selezionate i marchi che il portale promuove?

L'approccio parte da un presupposto: non esiste un unico modo di intendere la sostenibilità e spetta al consumatore scegliere i brand più allineati ai propri valori. C'è chi attribuisce maggiore importanza ai materiali utilizzati, chi alle condizioni di lavoro, chi alla produzione locale o all'economia circolare. Per questo analizziamo diversi aspetti della filiera e cerchiamo di fornire informazioni il più possibile trasparenti e complete. Esistono molti materiali e filati con caratteristiche differenti e il ruolo del Vestito Verde non è stabilire una graduatoria assoluta, ma mettere le persone nelle condizioni di scegliere in modo informato e coerente con la propria etica.

Come sta crescendo nei consumatori la sensibilità per la moda sostenibile?

Negli ultimi anni la sensibilità verso la moda sostenibile è cresciuta in modo significativo. Sempre più persone si interrogano sull'origine dei prodotti, sui materiali impiegati e sull'impatto delle proprie scelte di acquisto. Parallelamente, però, è aumentato anche il fenomeno del

L'approccio parte da un presupposto: non esiste un unico modo di intendere la sostenibilità e spetta al consumatore scegliere i brand più allineati ai propri valori. C'è chi attribuisce maggiore importanza ai materiali utilizzati, chi alle condizioni di lavoro, chi alla produzione locale o all'economia circolare



greenwashing. Proprio perché la sostenibilità è diventata un tema centrale per i consumatori, molte aziende la utilizzano come leva di marketing senza fornire informazioni sufficientemente trasparenti o supportate da dati concreti. Per questo oggi è ancora più importante promuovere educazione e spirito critico.

Che cosa si potrebbe fare di più per elevare il grado di sostenibilità della filiera del tessile-abbigliamento?

Credo che uno dei cambiamenti più importanti riguardi il modello di consumo. Oltre alle innovazioni tecnologiche e al miglioramento dei processi produttivi, dovremmo promuovere una cultura del "comprare meno e meglio". Acquistare meno capi, ma di maggiore qualità, che durino più a lungo nel tempo, è una delle strategie più efficaci per ridurre l'impatto ambientale della moda. La sostenibilità non dipende soltanto da come vengono

prodotti i vestiti, ma anche da come li scegliamo, li utilizziamo e ne prolunghiamo la vita utile.

Che suggerimenti darebbe a un'impresa tessile che voglia migliorare la propria sostenibilità?

Il primo passo è analizzare il proprio impatto e individuare le aree in cui intervenire concretamente. Tuttavia, altrettanto importante è comunicare in modo chiaro e trasparente le pratiche virtuose adottate.

Molte aziende investono in sostenibilità, ma non riescono a raccontare efficacemente il valore delle proprie azioni. Informare il consumatore sull'origine dei materiali, sui processi produttivi e sugli obiettivi raggiunti contribuisce a creare fiducia e consapevolezza. Quando viene comunicata correttamente, la sostenibilità non è soltanto una responsabilità, ma può diventare anche un importante vantaggio competitivo e un elemento distintivo sul mercato.

LA NOSTRA RESPONSABILITÀ verso chi verrà dopo di noi



di Roberto COLOMBO

I Lanificio Luigi Colombo, da sempre attento al rispetto dei codici etici a tutela dell'ambiente, degli animali e delle popolazioni autoctone, porta avanti una strategia di crescita fondata sulla sostenibilità. Un percorso che negli anni ha consentito di raggiungere importanti risultati e di avviare nuovi progetti, confermando la volontà dell'azienda di coniugare eccellenza produttiva, innovazione e responsabilità sociale e ambientale.

Da oltre cinquant'anni, nel nostro stabilimento di Borgosesia, trasformiamo cashmere, kid cashmere, cammello, vicuna e altre fibre nobili in tessuti e filati destinati alle più importanti maison del lusso internazionale. La qualità è sempre stata il nostro tratto distintivo, ma oggi questa eccellenza non può più prescindere dal rispetto dell'ambiente, degli animali e delle comunità che rendono possibile il nostro lavoro.

Il tema della sostenibilità ambientale è ormai centrale. Sono convinto che nessuna azienda possa più limitarsi a valutare i risultati economici senza considerare quelli ambientali. Per chi, come noi, lavora materie prime naturali, la sostenibilità rappresenta un investimento indispensabile. Per questo abbiamo scelto di investire con decisione nell'innovazione. Oggi siamo in grado di garantire ai nostri clienti la completa tracciabilità delle fibre e di fornire report ambientali che documentano il percorso di ogni prodotto. Un cashmere tracciato,

lavato con minore consumo d'acqua e tinto con processi che utilizzano meno sostanze chimiche ha inevitabilmente un costo superiore, ma quel valore aggiunto significa tutela dell'ambiente, rispetto del lavoro degli allevatori e qualità destinata a durare nel tempo. L'innovazione ci ha consentito di rendere i nostri processi sempre più efficienti senza rinunciare all'eccellenza che caratterizza il marchio Colombo. Uno dei risultati di maggior rilievo riguarda la gestione dell'acqua. Dal 2021 abbiamo ridotto i consumi idrici di oltre il 30%, raggiungendo con largo anticipo un obiettivo che ci eravamo prefissati per il 2030. Inoltre, il 100% delle acque di processo viene depurato attraverso un impianto biologico prima di essere restituito all'ambiente, nel pieno rispetto degli ecosistemi.



Roberto Colombo, Presidente Lanificio Luigi Colombo



Finissaggio bagnato



Orditura

Anche sul fronte energetico abbiamo intrapreso un percorso concreto. Abbiamo installato impianti fotovoltaici su tutte le superfici disponibili dei nostri stabilimenti, producendo internamente una parte significativa dell'energia necessaria alle nostre attività. Dal 2025 tutta l'energia elettrica acquistata dal Lanificio proviene esclusivamente da fonti rinnovabili certificate, un traguardo che rafforza ulteriormente il nostro impegno nella riduzione delle emissioni.

La sostenibilità, oltre all'ambiente, è prendersi cura delle persone e dell'intera filiera. Per questo aderiamo alla Sustainable Fibre Alliance e abbiamo ottenuto certificazioni internazionali come SFA, Good Cashmere Standard, Responsible Animal Fiber, GOTS, che garantiscono il rispetto di rigorosi criteri ambientali, sociali e di benessere animale.

Da imprenditore, e prima ancora da padre e cittadino, sento una responsabilità che va oltre i risultati di bilancio. Penso spesso ai giovani. Saranno loro a raccogliere ciò che noi lasceremo. Se oggi non abbiamo il coraggio di investire nella sostenibilità, saranno le nuove generazioni a pagarne il prezzo. Al contrario, ogni investimento che facciamo per ridurre i consumi, proteggere l'acqua, utilizzare energia pulita e rispettare la natura rappresenta un patrimonio che consegniamo a chi verrà dopo di noi.

Credo che questo sia il significato più autentico del fare impresa: creare valore economico senza impoverire il pianeta. La competitività non può più essere misurata soltanto dai risultati finanziari, ma anche dalla capacità di preservare le risorse naturali e di restituire alle future generazioni un mondo conservato, protetto e ancora capace di offrire le meraviglie a noi tramandate. Questa, per me, è la vera eredità che un'azienda responsabile deve lasciare.

Il nostro bilancio di sostenibilità racconta con trasparenza questo percorso e documenta gli obiettivi raggiunti e quelli che ci attendono. Perché la sostenibilità non è un traguardo, ma un impegno quotidiano che richiede visione, coerenza e la volontà di migliorarsi ogni giorno. 

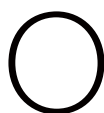


Roberto Colombo è stato nominato *Cavaliere del Lavoro* nel 2016. È presidente del Lanificio **Luigi Colombo**, azienda leader mondiale nel settore della filiera tessile e dell'abbigliamento di lusso. Nel 1994, con una produzione di oltre mezzo milione di metri di puro cashmere, il lanificio risulta essere il maggiore tessitore mondiale di cashmere e fibre nobili, posizione che detiene tutt'oggi. Il brand Colombo estende progressivamente la sua attività dai semilavorati alla creazione delle prime collezioni di accessori, pret-à-porter e maglieria: nasce così la divisione del prodotto finito. Nei due siti produttivi in provincia di Novara e Vercelli sono impiegati circa 380 dipendenti

FARE ABITI CHE DURANO: il primo atto di sostenibilità



di Andrea LARDINI



ggi l'industria della moda si trova di fronte a un cambio di paradigma storico. Non si tratta più di scegliere tra crescita economica e tutela ambientale, ma di comprendere che la redditività futura del nostro settore dipenderà interamente dalla nostra capacità di preservare le risorse naturali. Per il sistema moda, e in particolare per l'alto di gamma che rappresentiamo,

la sostenibilità non è un costo normativo, bensì un valore fondante e un motore di innovazione. Tutto quanto sopra si struttura attraverso la trasformazione dei processi produttivi. Il cambiamento profondo inizia all'interno delle nostre fabbriche. Conciliare gli obiettivi economici con la tutela ambientale richiede una revisione totale della catena del valore, secondo i principi dell'economia circolare.

In Lardini abbiamo orientato i processi produttivi verso una gestione intelligente e scientifica delle risorse:

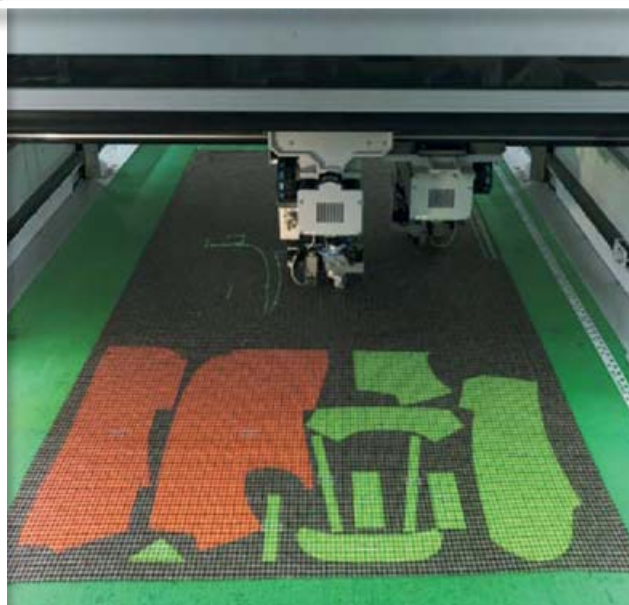
- **Efficienza energetica:** utilizzo di fonti rinnovabili e tecnologie all'avanguardia per abbattere l'impronta di carbonio degli stabilimenti.
- **Tracciabilità totale:** monitoraggio trasparente di ogni fase della filiera, dalla provenienza della fibra tessile fino al capo finito.
- **Selezione delle materie prime:** privilegio assoluto per fibre naturali, biologiche, riciclate o provenienti da coltivazioni certificate e rigenerative.

- **Zero waste e design circolare:** progettazione del capo pensata fin dall'inizio per facilitare il disassemblaggio, il riciclo e il riutilizzo degli scarti tessili di lavorazione.

Questo sforzo industriale risponde a una profonda mutazione culturale del mercato. Il consumatore contemporaneo è informato, consapevole e guidato da criteri etici. Non acquista più solo un prodotto estetico, ma sposa la storia, i valori e l'integrità del marchio che lo produce. La richiesta di trasparenza è diventata legittimamente perentoria. Questa nuova sensibilità sta premiando la filosofia del "less is more": un ritorno alla qualità intrinseca del capo, alla sua durezza nel tempo, in netta contrapposizione con le



Andrea Lardini, Presidente e Ad Lardini



Conciliare gli obiettivi economici con la tutela ambientale richiede una revisione totale della catena del valore, secondo i principi dell'economia circolare

logiche del fast fashion. Creare abiti che durano per generazioni è, intrinsecamente, il primo e più potente atto di sostenibilità.

Detto questo siamo solo alle prime fasi del processo e nonostante le buone pratiche avviate, il percorso verso una sostenibilità assoluta presenta ancora sfide complesse che il settore deve affrontare con urgenza:

- **Scalabilità del riciclo:** è necessario sviluppare tecnologie industriali su larga scala per il riciclo chimico e meccanico dei tessuti misti, oggi difficili da separare.
- **Infrastrutture di filiera:** creare una rete logistica e impiantistica efficiente per la raccolta, la selezione e il riciclo dei prodotti tessili a fine vita.
- **Cultura della manutenzione:** educare il consumatore finale a una corretta cura del capo per prolungarne il ciclo di vita, riducendo l'impatto dei lavaggi e della manutenzione ordinaria.

La sfida della transizione ecologica non si vince da soli. Richiede una forte sinergia tra istituzioni, filiera produttiva e consumatori. Come Cavalieri del Lavoro abbiamo

la responsabilità di guidare questo cambiamento, dimostrando che l'eccellenza del saper fare italiano e del saper produrre può, e deve, essere sinonimo di rispetto per il pianeta e per le generazioni future.

In conclusione, la sostenibilità non è un traguardo da raggiungere individualmente, ma un viaggio collettivo che ridefinisce il concetto stesso di valore.

Il futuro della moda risiede nella capacità di unire l'alto artigianato e l'innovazione tecnologica a un profondo rispetto per l'ecosistema.

Come Imprenditori e come Cavalieri del Lavoro il nostro compito più alto è dimostrare che l'eccellenza del Made in Italy non si misura solo sulla bellezza del prodotto finito, ma sulla pulizia e sull'etica dell'intero percorso che l'ha generato. Solo così potremo continuare a vestire il mondo salvaguardando il pianeta per le generazioni di domani. 

Andrea Lardini è stato nominato Cavaliere del Lavoro nel 2022. È presidente e amministratore delegato di Lardini, specializzata nella creazione, produzione e vendita di capi di abbigliamento maschile e femminile di alta gamma con marchio proprio e per conto terzi. Fondata nel 1978 insieme ai fratelli come laboratorio sartoriale, oggi l'azienda, oltre al confezionamento e la produzione completa di capi per noti brand italiani ed esteri, ha un brand proprio e con 13 boutique monomarca. Opera attraverso lo stabilimento di Filottrano (An). Sotto la sua guida l'occupazione è passata da 40 a 1.100 dipendenti tra diretti e indiretti 

LA RICETTA PER IL FUTURO: visione, rigore, fiducia

di Maria Giovanna PAONE

La sostenibilità, per un'impresa come Kiton, non è un tema accessorio né un obiettivo separato dalla qualità. È parte integrante della nostra idea di lusso: un lusso che nasce dal rispetto del tempo, delle persone, dei materiali e dei territori. Da sempre crediamo che un capo ben fatto, destinato a durare, sia già una risposta concreta alla cultura dello spreco. Oggi questa convinzione deve tradursi in processi misurabili e trasparenti.

Il settore della moda è chiamato a una trasformazione profonda. Occorre interrogarsi su ogni fase della catena del valore. In Kiton abbiamo scelto un modello fondato su produzione limitata, su misura o su ordinazione, altissima qualità delle materie prime e forte integrazione verticale. Questo ci consente di ridurre la sovrapproduzione, presidiare le lavorazioni essenziali e garantire continuità alla filiera. L'acquisizione del Lanificio Carlo Barbera,

così come l'integrazione di realtà artigianali coerenti con i nostri valori, rafforza questa visione: custodire competenze uniche, aumentare la tracciabilità e mantenere in Italia il cuore del nostro saper fare. La sostenibilità, tuttavia, non si realizza mai in solitudine. Per questo abbiamo avviato un percorso di ascolto dei nostri stakeholder e, nel 2024, un'analisi di doppia materialità secondo gli standard europei ESRS e le linee guida EFRAG.

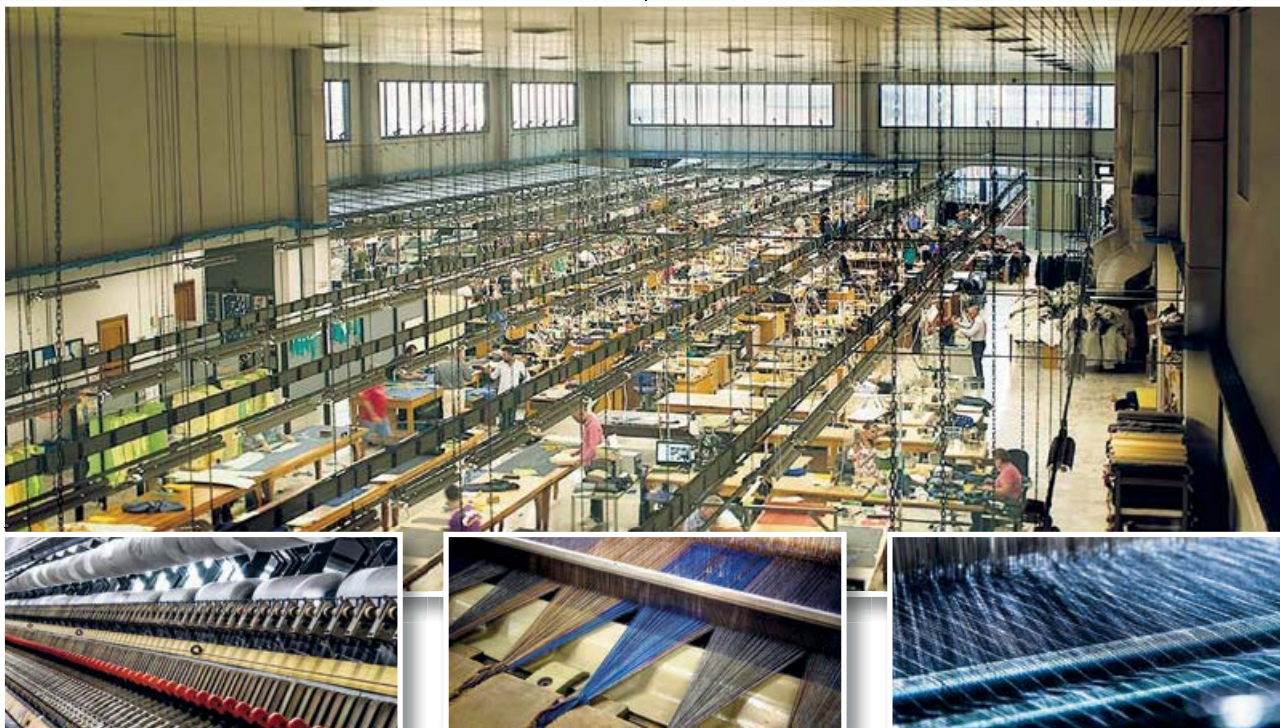
Misurare l'impatto significa assumersi una responsabilità: valutare non solo ciò che incide sul business, ma anche ciò che l'azienda genera sull'ambiente e sulla società.

In questa prospettiva, le persone restano la fibra più preziosa della nostra impresa. La tutela del lavoro, la sicurezza, il benes-

sere e l'inclusione sono condizioni imprescindibili per parlare seriamente di sostenibilità. Nei nostri stabilimenti adottiamo controlli costanti e servizi pensati per la quotidianità dei collaboratori; nel 2022 lo stabilimento di Arzano ha ottenuto la certificazione UNI PdR 125:2022 per la parità di genere. Lo stesso principio guida il rapporto con i fornitori: quasi tutti i nostri partner di primo livello sono in Italia, spesso piccole realtà con cui abbiamo costruito relazioni di lungo periodo, basate su fiducia, puntualità e condivisione di valori. A



Maria Giovanna Paone, Presidente Gruppo



Panoramica dello stabilimento Kiton. Sotto, dettagli delle lavorazioni eseguite nel Lanificio Carlo Barbera acquisito dal Gruppo Ciro Paone

tutti chiediamo l'adesione a un Codice di Condotta che integra criteri sociali e ambientali.

Anche sul piano ambientale stiamo compiendo passi concreti. Monitoriamo i consumi energetici, produciamo energia con un impianto fotovoltaico presso la sede di Arzano, recuperiamo il vapore in eccesso prodotto durante la stiratura e stiamo sostituendo l'illuminazione tradizionale con sistemi LED. Sul fronte del packaging abbiamo ridotto l'uso di plastica convenzionale e pluriball, adottando scotch in carta, cartoni certificati FSC, copri-abiti in cotone naturale e materiali a più basso impatto. Abbiamo inoltre ripensato spedizioni e volumi, con soluzioni più compatte e collaborazioni logistiche per consolidare i carichi.

È cambiata anche la sensibilità del consumatore. Il cliente del lusso non cerca più soltanto bellezza ed esclusività: chiede coerenza, durata, autenticità. Vuole sapere da dove nasce un prodotto, chi lo realizza, quali materiali contiene, quale impatto produce. Questa evoluzione è positiva, perché premia le imprese che investono nel valore reale e non nell'apparenza. Per Kiton, offrire servizi di riparazione gratuiti e scegliere tessuti destinati a durare significa rafforzare un patto di fiducia con il cliente: acquistare meno, acquistare meglio, custodire più a lungo.

Restano sfide aperte. La misurazione delle emissioni lungo l'intera catena del valore, il monitoraggio degli impatti su biodiversità e uso del suolo, la raccolta sistemat-

ca dei dati ambientali e sociali richiedono investimenti, competenze e strumenti avanzati. La sostenibilità non può ridursi a dichiarazione d'intenti: deve diventare disciplina quotidiana, capace di unire visione industriale, rigore gestionale e responsabilità culturale.

Sono convinta che il futuro della moda italiana passi da qui: dalla capacità di coniugare crescita economica e tutela delle risorse, innovazione e artigianalità, competitività internazionale e radicamento nei territori. Per noi la bellezza non è mai stata solo forma. È durata, cura, rispetto. Ed è in questa idea di bellezza responsabile che riconosciamo il nostro modo di fare impresa. ✎

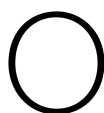


Maria Giovanna Paone è stata nominata *Cavaliere del Lavoro* nel 2025. È presidente e amministratore delegato di **Ciro Paone**, azienda fondata dal padre nel 1968 per la produzione e commercializzazione di capi di alta sartoria con i marchi **Kiton**, **Kired** e **Sartorio Napoli**. Già dagli anni '90 modernizza i processi produttivi mantenendo l'alta sartorialità. Ha ampliato la produzione con collezioni donna e diversificato l'attività con la creazione di una linea di profumi. Conta 41 negozi a gestione diretta e 60 boutique monomarca. Esporta oltre l'85% del fatturato in 70 paesi e occupa più di 860 dipendenti

IL NOSTRO APPROCCIO all'economia circolare



di Sandro VERONESI



Oggi il settore della moda si trova di fronte a una sfida che coinvolge l'intero ciclo di vita del prodotto. Il mercato, i consumatori e il quadro normativo chiedono alle imprese una responsabilità sempre maggiore: conoscere la propria filiera, ridurne gli impatti ambientali e sociali e ripensare i processi produttivi in un'ottica di lungo periodo. Non si tratta solo di rispondere a nuovi obblighi, ma di cogliere un'opportunità di innovazione e competitività. Per Oniverse questo percorso parte da un elemento centrale del nostro modello industriale: la verticalizzazione. Gestire direttamente gran parte delle fasi produttive ci consente di conoscere la filiera e di intervenire in modo efficace per migliorarne le prestazioni ambientali e sociali, accelerando l'adozione di soluzioni innovative e misurandone i risultati.

La filiera tessile è tra le più complesse dell'industria manifatturiera. Coinvolge numerosi paesi, con normative e criticità ambientali differenti, e integra attività ad alta intensità di capitale, energivore e idroesigenti, con lavorazioni ad alta intensità di manodopera. La riduzione degli impatti richiede quindi interventi coordinati lungo tutta la catena del valore.

Negli ultimi anni abbiamo investito nell'efficientamento dei processi produttivi, introducendo tecnologie più efficienti ed elettrificando, dove possibile, gli impianti. Abbiamo incrementato l'autoproduzione di energia

con impianti fotovoltaici e acquistiamo elettricità da fonti rinnovabili in tutti i paesi in cui è disponibile, raggiungendo nel 2025 il 99% del fabbisogno. Abbiamo inoltre migliorato la gestione di acqua e rifiuti e aumentato l'uso di materie prime a minor impatto, come fra tante fibre, il cotone organico e poliammide riciclata.

Se l'efficienza dei processi è una responsabilità diffusa, l'economia circolare rappresenta una sfida ancora più complessa perché richiede una trasformazione sistemica. I prodotti tessili sono spesso composti da fibre diverse, difficili da separare e da riciclare mantenendo qualità e competitività rispetto alle materie prime vergini.



Sandro Veronesi, Presidente Oniverse



Sede Oniverse

Superare questi limiti richiede investimenti continui in ricerca e sviluppo e la costruzione di filiere dedicate al recupero e alla valorizzazione dei materiali. È un percorso che nessuna azienda può affrontare da sola: servono collaborazioni tra imprese, istituzioni e mondo della ricerca per sviluppare soluzioni scalabili.

Con questo spirito abbiamo aderito a The Fashion Pact, l'organizzazione che riunisce le più grandi aziende della moda al fine di ridurre gli impatti ambientali del settore; e siamo capofila del progetto Life Re-Tights, sostenuto anche dall'Unione europea, la nostra iniziativa più rilevante nel campo dell'economia circolare.

Siamo partiti da uno dei prodotti simbolo del Gruppo, il collant Calzedonia, per sviluppare un modello di riciclo da tessile-a-tessile. Stiamo sviluppando un sistema che raccoglie scarti industriali e collant post consumo, al fine di trasformare il rifiuto tessile in nuova materia prima che darà vita a nuovi prodotti.

I collant ottenuti nei primi lotti produttivi non sono ancora in commercio, ma i risultati sono molto positivi: nei test presentano qualità e prestazioni comparabili a quelli in poliammide vergine. Le analisi specifiche di questi prodotti riciclati indicano inoltre una riduzione delle emissioni di gas serra del 60%, dei consumi idrici del 47% e una significativa diminuzione dell'uso di materie prime vergini.

Questo progetto sintetizza il nostro approccio: partire dal mercato, investire in innovazione e creare valore economico e ambientale.

Il percorso è solo all'inizio. Continueremo a investire per estendere questa tecnologia ad altri prodotti e auspichiamo un'evoluzione del quadro normativo che faciliti la raccolta dei collant usati nei punti vendita in un numero crescente di Paesi. La sostenibilità non è un traguardo ma un processo continuo che richiede visione e collaborazione. In questo percorso è importante un quadro che favorisca lo sviluppo dell'economia circolare e sostenga gli investimenti delle imprese che innovano. È su questi presupposti che intendiamo continuare a costruire il futuro di Oniverse e contribuire all'evoluzione dell'industria della moda. 



Sandro Veronesi è stato nominato Cavaliere del Lavoro nel 2009. È presidente di Oniverse, nuovo nome del Gruppo Calzedonia dal 2023, da lui fondato nel 1986 a Verona, con l'idea di promuovere la vendita di calze attraverso una catena di negozi specializzata. Oggi il Gruppo possiede un ampio portafoglio che spazia dalla moda al food & wine, fino alla nautica di lusso. Conta oltre 46mila dipendenti nel mondo ed esporta i propri prodotti attraverso una rete di circa 5.500 negozi monomarca presenti in 59 paesi. Il Gruppo lavora da tempo, in tutte le aree aziendali, ad un sostanziale progetto di miglioramento continuo del suo impatto in ambito ambientale e sociale

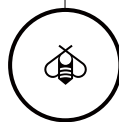


CI PRENDIAMO CURA DEI VALORI DELLA TUA FAMIGLIA.

Un'accurata gestione delle risorse familiari comincia dalla costruzione di un rapporto fatto di fiducia e trasparenza. Il nostro team di oltre 800 professionisti, attraverso un approccio altamente personalizzato, è in grado di identificare ogni volta la strada migliore per ottimizzare il valore del patrimonio, indicando gli asset e le soluzioni più corrette per proteggerlo e farlo crescere nel tempo.



BANCA FININT
PRIVATE & WEALTH MANAGEMENT



I nuovi venticinque

CAVALIERI DEL LAVORO





Vincenzo ANDRONACO

1951 - GERMANIA
TERZIARIO COMMERCIO PRODOTTI ALIMENTARI



È

fondatore e amministratore del Gruppo Andronaco Grande Mercato, attivo in Germania nella commercializzazione all'ingrosso e al dettaglio di specialità gastronomiche italiane.

Originario della provincia di Messina, all'età di 18 anni si trasferisce nel territorio tedesco, dove inizia la propria esperienza lavorativa nel settore edile. Nel 1983 decide di mettersi in proprio e avvia ad Amburgo una piccola attività commerciale nel settore ortofrutticolo. Negli anni successivi amplia progressivamente il suo raggio d'azione con l'ingresso nel settore ortofrutticolo all'ingrosso e con l'avvio di forniture destinate alla ristorazione locale. Nel 2000 inaugura il primo "Grande Mercato", una struttura di circa 6.500 metri quadrati nella quale affianca la commercializzazione di specialità enogastronomiche italiane alla vendita di prodotti ortofrutticoli.

Sotto la sua guida l'azienda conosce una costante espansione grazie a un modello fondato sul rapporto diretto con i fornitori, sulla gestione delle importazioni, sull'integrazione tra attività distributiva all'ingrosso e al dettaglio e supermercati specializzati con ristorazione interna.

Il marchio si è progressivamente affermato come strumento di diffusione della cultura enogastronomica italiana all'estero, contribuendo a rafforzare il legame tra le comunità italiane in Germania e le eccellenze produttive del territorio nazionale, con particolare attenzione alla Sicilia.

Oggi il Gruppo è tra i principali operatori tedeschi specializzati nell'importazione e distribuzione di prodotti alimentari italiani, commercializza oltre 9.000 referenze, tra cui circa 1.900 etichette vinicole, e collabora con 500 aziende produttrici di eccellenze enogastronomiche nazionali.

Opera attraverso dieci centri distributivi e commerciali in diverse città, tra cui Amburgo, Hannover, Colonia, Lubeca, Bielefeld ed Eckernförde, per una superficie complessiva di 50 mila metri quadrati, cui si affianca una piattaforma di e-commerce.

Negli ultimi anni ha ampliato il perimetro del Gruppo attraverso lo sviluppo di linee a marchio proprio, in particolare nel comparto oleario dove nel 2024 ha avviato un progetto dedicato alla selezione e distribuzione di olii extravergini siciliani.

È stato tra i primi imprenditori italiani operanti all'estero ad aderire a "I GO Italian", iniziativa promossa dalla Fondazione Made in Sicily ETS volta a diffondere la cultura gastronomica italiana, a valorizzarne il patrimonio riconosciuto dall'UNESCO e a tutelare l'autenticità delle produzioni nazionali sui mercati internazionali. Occupa 400 dipendenti.



Roberto COIN

1944 - VENETO
ARTIGIANATO ORAFO

È

presidente di Roberto Coin, azienda da lui fondata a metà degli anni '80 come laboratorio orafa per la produzione conto terzi e oggi attiva a livello internazionale nella gioielleria di alta gamma.

Dopo il diploma, inizia il proprio percorso lavorativo nel settore dell'hôtellerie tra la Svizzera e la Francia. A soli 24 anni partecipa alla gestione di uno storico albergo nell'isola di Guernsey, nel Canale della Manica, e ne promuove il rilancio fino a trasformarlo in una struttura di riferimento per una clientela internazionale e per personalità del mondo istituzionale.

Nel 1977, nonostante i positivi risultati nel settore alberghiero, decide di tornare a Vicenza per apprendere l'arte orafa dai maestri artigiani locali. Dallo studio delle lavorazioni e dalla conoscenza delle tecniche artigianali prende forma il progetto imprenditoriale che nel 1984 conduce alla fondazione dell'azienda.

Nel 1995 ne avvia l'internazionalizzazione, attraverso l'inaugurazione della prima filiale estera a New York, e l'anno successivo lancia il marchio "Roberto Coin", destinato ad affermarsi rapidamente per la combinazione tra artigianalità italiana, ricerca stilistica e design contemporaneo.

Alla creatività affianca una costante attenzione alla ricerca e all'innovazione. Nascono da questa strategia l'acquisizione di uno dei più antichi laboratori orafi del Vicentino e la successiva costituzione della società "La Quinta Stagione", specializzata nella realizzazione di gioielli in oro e argento caratterizzati dall'eccellenza manifatturiera Made in Italy e dalle più avanzate tecnologie produttive. A questo orientamento si riconduce anche la collaborazione con Rosy Blu, una delle principali società attive nel taglio dei diamanti, con la quale nel 2003 crea "Cento", un diamante caratterizzato da 100 sfaccettature, a fronte delle 57 del tradizionale taglio brillante.

Parallelamente amplia la dimensione internazionale dell'azienda attraverso la costituzione di CKC Jewellery a Bangkok, società dedicata al taglio e alla ricerca sulle pietre preziose, e di Roberto Coin Middle East a Dubai.

Oggi il marchio Roberto Coin è presente in oltre 800 gioiellerie di 60 paesi, di cui 25 boutique monomarca, con un export del 96%.

Le collezioni si distinguono per la forte componente creativa e per alcuni elementi identitari, tra cui la presenza di un piccolo rubino inserito all'interno di ciascun gioiello. Con uno stabilimento a Vicenza, cura interamente in Italia tutte le fasi di ideazione, sviluppo e realizzazione delle proprie 18 collezioni e sviluppa ogni anno tra 300 e 600 nuovi modelli.

Utilizza esclusivamente diamanti provenienti da fonti aderenti ai principali sistemi internazionali di certificazione e tracciabilità. Occupa circa 315 dipendenti.

È stato inoltre fondatore e membro del consiglio di amministrazione del World Diamond Council, organismo internazionale impegnato nella tracciabilità dei diamanti e nel contrasto al commercio di pietre provenienti da aree di conflitto.





Marina CVETIC

1967 - ABRUZZO
AGRICOLTURA VITIVINICOLA



È

amministratore unico di Masciarelli Tenute Agricole, casa vitivinicola fondata dal marito nel 1981 per la valorizzazione dei vitigni autoctoni abruzzesi e oggi tra i principali produttori di

Montepulciano d'Abruzzo.

Nata a Belgrado, trascorre gli anni della giovinezza tra Croazia, Austria e Germania, maturando una naturale propensione internazionale e una particolare curiosità verso culture diverse da quella di origine. Nel 1987 conosce il futuro marito Gianni Masciarelli, con il quale avvia un percorso umano e professionale destinato a segnare lo sviluppo dell'impresa.

Fin dai primi anni partecipa attivamente alla crescita della casa vitivinicola di famiglia e, in qualità di direttore commerciale, assume la responsabilità dei mercati internazionali e della produzione della linea "Marina Cvetic", a lei dedicata dal coniuge e oggi tra le etichette più rappresentative della cantina.

Nel 2008, alla scomparsa del marito, assume la guida dell'azienda e avvia un percorso di riposizionamento nel segmento premium fondato sulla selezione dei mercati esteri a maggiore marginalità e sulla valorizzazione delle produzioni di più alta gamma, tra cui le linee Villa Gemma e Marina Cvetic.

A questa strategia affianca l'ampliamento della superficie vitata da 120 a 300 ettari, tra proprietà e conduzione, sviluppando un patrimonio viticolo tra Chieti, Teramo, Pescara e L'Aquila vocato alla coltivazione di Montepulciano d'Abruzzo, Trebbiano e Pecorino, e di varietà internazionali quali Cabernet Sauvignon, Merlot, Chardonnay, Syrah e Malvasia Istriana, introducendo personalmente queste ultime due.

Parallelamente arricchisce l'offerta aziendale attraverso la produzione di nuove etichette vinicole, distillati, olio extravergine di oliva biologico e condimenti a base di sale e aceto di Montepulciano d'Abruzzo.

Nel 2009, a testimonianza del suo radicamento nel territorio abruzzese e della volontà di promuoverne la valorizzazione, porta a termine dopo cinque anni il progetto di restauro del Palazzo Baronale di Semivicoli, dimora del XVII secolo immersa tra i vigneti aziendali, da lei trasformata in un centro di iniziative culturali, di ospitalità e di enoturismo.

Lo sviluppo dell'azienda prosegue attraverso interventi volti a rafforzarne la capacità distributiva e l'ingresso in nuovi segmenti di mercato. Realizza così una piattaforma logistica a Campotrino e perfeziona l'acquisizione della cantina Valori di Teramo, con cui introduce Masciarelli Tenute Agricole nel segmento dei vini biologici. Oggi l'azienda ha una capacità produttiva di circa due milioni di bottiglie l'anno ed è presente in 55 paesi con un export del 50%.

Sotto la sua guida la produzione si è arricchita di nuove etichette, passate da 16 a 22 e articolate in sette linee di prodotto, e i dipendenti sono aumentati da 40 a 65.



Sabato D'AMICO

1963 - CAMPANIA
INDUSTRIA PRODUZIONE ALIMENTARE

È

dal 2000 amministratore delegato di D&D Italia, azienda fondata dal padre e dallo zio nel 1968 come piccola realtà specializzata nella produzione di filetti di alici e oggi attiva nella produzione di

conservare alimentari con oltre quattrocento referenze. Entrato nell'impresa a metà degli anni Ottanta, nel 1994 promuove la costituzione di D&D Italia al fine di riunificare in un'unica realtà societaria le due attività familiari, che si erano nel frattempo divise dopo quattro anni dalla fondazione. Alla guida del Gruppo intraprende un percorso di crescita fondato sull'ampliamento dell'offerta, sullo sviluppo della capacità produttiva e su una crescita per linee esterne. Nell'ambito di tale strategia inaugura un nuovo stabilimento di 20.000 metri quadrati a Pontecagnano Faiano per la produzione di sottoli, sottaceti e vegetali naturali. Tra il 2011 e il 2018 perfeziona le acquisizioni di due aziende italiane del settore, estendendo l'attività alla lavorazione di legumi e cereali e favorendone l'ingresso nel canale della ristorazione e dell'ospitalità.

A tale percorso di espansione affianca una costante attenzione alla qualità delle materie prime, all'innovazione di prodotto e all'adozione di processi produttivi tecnologicamente avanzati.

Oggi D&D Italia è una Società Benefit ed è presente sul mercato con lo storico marchio D'Amico e con altri brand. Opera attraverso due stabilimenti tra Campania e Trentino-Alto Adige con una produzione di 158.000 unità al giorno. L'azienda è orientata a privilegiare materiali caratterizzati da elevati livelli di riciclabilità e utilizza packaging in vetro ed in latta. È presente in 86 paesi con un export del 30%. Occupa 140 dipendenti.

Accanto all'attività imprenditoriale D'Amico promuove iniziative volte a rafforzare la competitività del settore agroalimentare e a valorizzare il capitale umano.

Nel 2012 fonda, insieme ad altre nove imprese, la società consortile Tradizione Italiana Italian Food Tradition, della quale è amministratore delegato e che riunisce oggi 15 aziende e 38 stabilimenti produttivi.

Lo stesso impegno per la crescita delle competenze trova espressione, da un lato, nella nascita della D'Amico Academy, promossa nel 2023 per la formazione dei collaboratori appartenenti alle diverse funzioni aziendali e, dall'altro, nella presidenza della Fondazione ITS Academy Tela Territorio del Lavoro, attraverso la quale sostiene percorsi di specializzazione per i giovani sui temi della filiera agroalimentare, della nutrizione e della sostenibilità dei processi.





Katia DA ROS

1967 - VENETO
INDUSTRIA PRODOTTI REFRIGERANTI



È

vicepresidente e amministratore delegato di Irinox, azienda fondata dal padre nel 1989 specializzata nella produzione di abbattitori rapidi di temperatura e sistemi di refrigerazione per il setto-

re professionale e domestico e di quadri elettrici in acciaio inox.

Nel 1992 entra nell'impresa di famiglia, dove ricopre incarichi di crescente responsabilità fino a essere nominata vicepresidente e amministratore delegato nel 2013. Fin dai primi anni individua nell'innovazione di prodotto una delle principali direttrici di crescita dell'azienda e nel 2002 promuove la realizzazione del primo abbattitore per uso domestico al mondo, introducendo nelle abitazioni una tecnologia fino ad allora riservata alle cucine professionali. L'affermazione di questa nuova linea conduce nel 2005 alla nascita della divisione Irinox Home, dedicata allo sviluppo di una gamma di prodotti destinata al mercato domestico in Italia e all'estero, della quale assume la guida.

All'ampliamento dell'offerta affianca il rafforzamento della presenza dell'impresa sui mercati esteri attraverso la costituzione nel 2005 di Irinox Nord America, che presiede fin dalla costituzione e attraverso la quale avvia un percorso di sviluppo che porterà il Nord America a divenire il principale mercato estero dell'azienda. Negli anni successivi contribuisce alla nascita delle filiali Irinox Singapore, Irinox France, Irinox Deutschland, Irinox Iberica e Irinox Dubai, sostenendo in prima persona un percorso di espansione che consolida la presenza internazionale del Gruppo.

La crescita della rete commerciale procede di pari passo con l'evoluzione della gamma produttiva, che nel tempo arriva a comprendere oltre trenta modelli di abbattitori destinati a differenti ambiti di utilizzo.

Oggi Irinox opera attraverso due stabilimenti produttivi in provincia di Treviso, per una superficie complessiva di 44.000 metri quadrati. Attraverso cinque filiali distributive tra Nord America, Europa ed Emirati Arabi Uniti è presente in 93 paesi con un export superiore al 65%. Conta più di 70.000 impianti installati nel mondo e investe stabilmente in ricerca, innovazione e sostenibilità, destinando a tali attività il 10% del fatturato e sviluppando un portafoglio di 57 brevetti.

Annovera tra i propri clienti operatori internazionali della distribuzione alimentare e dell'ospitalità, tra cui Amazon Fresh, e primarie catene alberghiere oltre che i migliori *chef patissier* in tutto il mondo.

Sotto la sua guida l'azienda ha rafforzato il proprio impegno sui temi della sostenibilità, adottando nel 2022 lo status di Società Benefit e conseguendo nel 2026 la certificazione internazionale B Corp, riconoscimento attribuito alle imprese che adottano standard di responsabilità sociale, ambientale e di governance. Occupa oltre 450 dipendenti.



Lorenzo DELLADIO

1955 - TRENTO - ALTO ADIGE
INDUSTRIA ABBIGLIAMENTO SPORTIVO

È presidente e amministratore delegato di La Sportiva, azienda fondata dal nonno nel 1928 come laboratorio artigianale per la produzione di scarponi destinati a boscaioli e agricoltori delle valli dolomitiche e oggi marchio internazionale di riferimento nel settore delle calzature e dell'abbigliamento tecnico per la montagna e le attività outdoor. Terminati gli studi superiori entra nell'impresa di famiglia, affiancando il padre e assumendo incarichi di crescente responsabilità fino a divenire direttore generale nel 1998, amministratore delegato nel 2003 e presidente e amministratore delegato nel 2015. Dalla fine degli anni Ottanta promuove un percorso di ampliamento e specializzazione dell'offerta attraverso la progettazione e la produzione di nuove linee di calzature per l'arrampicata, l'alpinismo e le attività outdoor, estendendo progressivamente la proposta anche all'abbigliamento tecnico. A questo sviluppo affianca un progressivo rafforzamento della presenza sui mercati internazionali. Pur guidando un'azienda presente oggi in oltre 80 paesi, sceglie di mantenere il quartier generale e il cuore delle attività produttive in Val di Fiemme, trasformando quello che potrebbe apparire come un limite geografico in un elemento distintivo di competitività. Nello stabilimento di Ziano di Fiemme viene progettata e realizzata la quasi totalità delle scarpette da arrampicata e degli scarponi da alta montagna più tecnici, attraverso continui investimenti nelle capacità produttive e nella filiera manifatturiera italiana, con l'obiettivo di preservare know how, qualità del prodotto e valore del Made in Italy. In questa prospettiva, nel 2023 consolida ulteriormente la presenza dell'azienda nel settore attraverso l'acquisizione di Meet Italia, storico partner industriale. La scelta

nasce da una collaborazione pluriennale e dalla volontà di rafforzare la propria capacità produttiva in Italia, valorizzando competenze tecniche e standard qualitativi allineati alle esigenze dell'azienda.

Attento ai temi della sostenibilità e dell'economia circolare, promuove un modello coerente con il contesto montano in cui l'azienda opera, orientato alla progettazione di prodotti durevoli, rigenerabili e ad alte prestazioni. Parallelamente investe nella valorizzazione delle competenze, nella qualità del lavoro, nella sicurezza e nel benessere delle persone, mantenendo un legame costante con il territorio e la comunità locale.

Sotto la sua guida, La Sportiva ha sviluppato una presenza internazionale articolata in filiali, store e hub strategici nei principali mercati outdoor, tra cui Salt Lake City e Boulder negli Stati Uniti. In parallelo, l'azienda è cresciuta significativamente anche sul piano occupazionale, passando da circa 40 a quasi 800 dipendenti a livello globale. È inoltre presidente di Confindustria Trento.





Matterino DOGLIANI

1940 - PIEMONTE
INDUSTRIA COSTRUZIONE INFRASTRUTTURE



È

fondatore e presidente di Fininc, holding di partecipazioni attiva, attraverso la società INC e il Consorzio Stabile SIS, nella progettazione, realizzazione e gestione anche in concessione, di opere infrastrutturali in Italia e all'estero.

Settimo di nove figli, dopo aver conseguito il diploma di geometra, inizia a lavorare come insegnante supplente di Topografia a Cuneo. Dopo alcune esperienze maturate in società del settore edile, decide di mettersi in proprio e alla fine degli anni Sessanta costituisce INC, impresa inizialmente attiva nell'edilizia civile a livello territoriale. Nei successivi tre decenni accompagna la crescita e il consolidamento della società nel Nord-Ovest attraverso acquisizioni e una progressiva specializzazione nelle costruzioni industriali, civili e infrastrutturali, fino a partecipare all'ampliamento degli stabilimenti Fiat di Mirafiori e Rivalta, alla ristrutturazione delle Acciaierie di Piombino e alla costruzione di quindici lotti dell'autostrada del Frejus.

Nel 1986 dà vita alla Vivalda Editori, leader nel settore della montagna, con due magazine mensili "ALP" e "Rivista della Montagna" oltre ad una collana di libri, tra i quali la nota raccolta di racconti "Il Volo della Martora" (1997) dell'allora esordiente Mauro Corona.

Alla fine degli anni Ottanta perfeziona l'acquisizione di Sipal e amplia il perimetro di attività di INC all'ingegneria globale applicata al monitoraggio delle infrastrutture e ai settori dell'automotive, dell'aerospazio, dell'elettronica, della robotica e della cyber security.

Nel 2003 promuove la costituzione del Consorzio Stabile SIS, di cui INC assume il controllo con il 51% del capitale, e pone le basi per l'affermazione del Gruppo tra i principali operatori italiani nel settore delle grandi opere infrastrutturali e delle concessioni autostradali. Attraverso il Consorzio partecipa alla realizzazione di importanti infrastrutture, tra cui il Macrolotto 2 dell'Autostrada Salerno-Reggio Calabria, il nodo ferroviario di Palermo e la Superstrada Pedemontana Veneta.

Il Gruppo è concessionario, oltre alla Pedemontana Veneta, dell'autostrada A3 Napoli-Salerno e della A21 Torino-Piacenza Numerose, infine, le opere infrastrutturali realizzate negli Stati Uniti, in Brasile, Nigeria, Israele, Taiwan e Albania. All'attività imprenditoriale nel settore delle infrastrutture, affianca quella vitivinicola con l'azienda Batasiolo, situata nel cuore delle Langhe e che vanta una proprietà di oltre 150 ettari di vigneti nelle zone più vocate e prestigiose del Barolo. La produzione supera annualmente i 2,5 milioni di bottiglie, distribuite in oltre 60 paesi. È inoltre presente nel settore turistico - ricettivo con il Boscareto Resort, struttura alberghiera cinque stelle lusso a Serralunga d'Alba, al cui interno è presente il ristorante neo tristellato "La Rei Natura".

Il Gruppo Fininc occupa complessivamente 2.350 dipendenti. 



Giuseppe FONTANA

1954 - LOMBARDIA
INDUSTRIA METALMECCANICA

È

dal 2002 amministratore delegato di Fontana Gruppo, fondato nel 1952 dal padre e dallo zio, entrambi Cavalieri del Lavoro, come impresa produttrice di viti e bulloni e oggi tra i leader globa-

li nel settore dei sistemi di fissaggio con 42 stabilimenti produttivi e 37 centri logistici nel mondo.

Entrato in azienda negli anni Ottanta, contribuisce al rafforzamento della presenza internazionale del Gruppo perseguendo una strategia fondata sulla prossimità ai principali clienti del comparto automotive e alle aree produttive di maggiore interesse. In linea con questa direttrice, nel 1981 costituisce Fontana USA, di cui assume la presidenza, e realizza tre centri logistici nel mercato nordamericano.

A partire dai primi anni Duemila guida un percorso di crescita per linee esterne che prende avvio con l'acquisizione di un primo stabilimento produttivo negli Stati Uniti a cui fa seguire nel 2014 e nel 2015 le acquisizioni strategiche di Acument Global Technologies, con 11 stabilimenti tra Stati Uniti, Messico e Brasile, e dell'indiana BG Fastening, con cui segna l'ingresso del Gruppo nel mercato asiatico. In soli due anni Fontana Gruppo raddoppia dimensioni, capacità produttiva e presenza commerciale. Nel 2023 rafforza la presenza del Gruppo nei segmenti a più elevato contenuto tecnologico attraverso la costituzione di Krabo, startup dedicata allo sviluppo di sistemi di fissaggio intelligenti per il controllo da remoto delle prestazioni.

A questa strategia di sviluppo accompagna il consolidamento della presenza del Gruppo nell'area EMEA attraverso ulteriori operazioni e realizza le acquisizioni dell'indiana Right Tight Fasteners, con cinque stabilimenti manifatturieri, della statunitense MNP Corporation, anch'essa con cinque siti produttivi, e del Gruppo

tedesco Kamax, articolato in quindici impianti industriali tra Europa e Cina.

Parallelamente imprime un forte impulso all'innovazione, portando da 18 a oltre 300 i brevetti depositati.

Oggi, affiancato dai fratelli e dalla terza generazione della famiglia, è al timone di un Gruppo presente con unità produttive, piattaforme logistiche e centri di ricerca in Europa, Americhe e Asia. Sotto la sua guida il numero degli stabilimenti è più che triplicato, la capacità produttiva è aumentata da 150.000 a 500.000 tonnellate e l'export è cresciuto sino al 90% del fatturato.

All'impegno imprenditoriale nel settore manifatturiero affianca una strategia di diversificazione nell'ospitalità di alto livello che, a partire dall'acquisizione nel 2007 di Villa d'Este a Cernobbio, conduce alla nascita del Gruppo Villa d'Este Hotels, oggi presente tra il Lago di Como e Firenze con quattro strutture a cinque stelle, una capacità ricettiva di 353 camere, 114 suite, 7 ville e 8 appartamenti con oltre 180 mila presenze annue.

Il Gruppo occupa complessivamente 9.800 dipendenti.





Sergio FONTANA

1967 - PUGLIA
INDUSTRIA FARMACEUTICA E COSMETICA



È

presidente e amministratore delegato di Farmalabor, azienda da lui fondata attiva nella produzione e distribuzione di materie prime ad uso farmaceutico, cosmetico, alimentare e nutraceutico.

Laureato in Farmacia presso l'Università degli Studi di Bari, dopo aver prestato servizio militare come Ufficiale Farmacista Paracadutista presso l'Ospedale Militare di Milano, sceglie di declinare la professione in chiave imprenditoriale. Nel 2001 fonda a Canosa di Puglia Farmalabor, azienda specializzata nella produzione e distribuzione di materie prime ad uso farmaceutico, cosmetico e alimentare e, oggi, società benefit, avviandone l'attività in un magazzino di 40 metri quadrati.

Fin dai primi anni, orienta lo sviluppo dell'impresa verso la ricerca scientifica, l'innovazione di prodotto e il dialogo con il mondo accademico. Da questa visione nasce il Centro Studi e Ricerche "Dr. Sergio Fontana, 1900 - 1982", intitolato alla memoria del nonno e diretto a sviluppare progetti scientifici in collaborazione con atenei italiani e stranieri. Tale attività conduce, in meno di

un decennio, al deposito di dieci brevetti a contitolarità condivisa con alcuni atenei.

Parallelamente all'attività di ricerca, amplia progressivamente le competenze dell'azienda e nel 2010 guida Farmalabor ad ottenere dall'Agenzia Italiana del Farmaco l'autorizzazione alla produzione e ripartizione di principi attivi e sostanze regolamentate, affermandosi come officina farmaceutica specializzata nel settore galenico. Nel 2014 segue l'autorizzazione AIFA per la gestione e produzione di estratti di cannabis a uso terapeutico, ambito nel quale l'azienda è oggi tra i principali operatori nazionali per volumi trattati e numero di principi attivi. Alla specializzazione scientifica affianca l'internazionalizzazione con l'apertura a Belgrado di Farmalabor SRB, per servire il mercato balcanico.

L'elevato livello di competenze raggiunto dall'azienda trova ulteriore riconoscimento nell'ingresso nel Consorzio Galenos, network europeo che riunisce operatori del settore galenico impegnati nella diffusione di elevati standard qualitativi e di sicurezza nella preparazione dei farmaci personalizzati.

Oggi Farmalabor opera con due stabilimenti produttivi in Puglia, un centro studi e ricerche e una sede commerciale a Milano, disponendo complessivamente di oltre 65 mila metri quadrati di superfici operative. Serve ogni anno circa novemila farmacie con un catalogo di oltre quattromila materie prime e principi attivi. Investe mediamente il 5% del fatturato in R&D ed esporta circa il 15% del fatturato. Occupa 120 dipendenti.

Nel 2023 è stato il primo laureato magistrale Honoris Causa dell'Ateneo barese in Economia "Innovazione, Governance e Sostenibilità", discutendo una tesi incentrata sul caso aziendale Farmalabor.

È inoltre fondatore e presidente della Fondazione Archeologica Canosina, impegnata nella valorizzazione del patrimonio archeologico di Canosa.



Giorgio GIRONDI

1955 - VENETO
INDUSTRIA TECNOLOGIE DI FILTRAZIONE

È

presidente di Ufi, gruppo fondato nel 1971 dal padre con altri due soci come impresa produttrice di filtri per l'automotive. Oggi Ufi è tra i leader globali nelle tecnologie di filtrazione, gestione termica e idrogeno verde, con applicazioni nella mobilità leggera e pesante, tradizionale ed elettrica, nel motorsport e nei settori industriale, aerospaziale, navale ed energetico. Nel 1984, dopo la scomparsa del genitore, rileva le quote degli altri soci e assume la guida dell'azienda, allora attiva con un unico sito produttivo nel veronese e circa 50 dipendenti.

Fin dai primi anni promuove una crescita fondata su internazionalizzazione e innovazione. Nel 1996 inaugura uno stabilimento in Cina, facendo di Ufi una delle prime aziende italiane a investire nel paese.

La presenza internazionale si rafforza successivamente con siti produttivi in mercati strategici, tra cui Brasile, Messico, Germania, Repubblica Ceca, Polonia, Tunisia, India e Corea del Sud, secondo un modello di prossimità ai clienti industriali.

Alla fine degli anni Novanta guida il Gruppo nello sviluppo del primo filtro capace di integrare separazione dell'acqua dal carburante e filtrazione delle impurità, diventando fornitore di primarie case automobilistiche, tra cui Fiat, Gruppo Volkswagen e General Motors, e di leader nei veicoli industriali come Daimler Truck.

La centralità della ricerca si concretizza nel 2008 con il primo Ufi Innovation Center a Trento, dedicato a materiali filtranti avanzati, sistemi di gestione termica e nuove applicazioni per l'automotive e altri comparti industriali. Negli anni più recenti estende l'attività alle tecnologie per l'energia sostenibile e costituisce Ufi Hydrogen, specializzata in ricerca, sviluppo e industrializzazione di solu-

zioni per produzione, utilizzo e stoccaggio di idrogeno verde. In Cina realizza inoltre lo stabilimento Ufi Green, dedicato alla mobilità green.

Oggi il Gruppo opera con 23 stabilimenti nel mondo, con una capacità produttiva superiore a 80 milioni di filtri e circa 4 milioni di scambiatori di calore l'anno. Conta tre centri di ricerca, oltre 360 brevetti e investe il 5% del fatturato annuo in R&D. Occupa oltre 4.300 dipendenti in 21 paesi.

Le sue tecnologie sono scelte dal 95% dei costruttori automobilistici, dal 50% dei produttori di mezzi pesanti e trovano applicazione anche nel motorsport: Formula 1, IndyCar Series, FIA WEC, IMSA, DTM, Dakar e MotoGP. Attraverso la holding GGG, nel 2007 è stato inoltre co-founder del private equity Bluegem.

Nel 2009 ha investito in Porvair, società quotata a Londra attiva nelle tecnologie di filtrazione e separazione per settori ad alta tecnologia, di cui è oggi azionista di riferimento con oltre il 29%. È infine socio di Liberty London, storico grande magazzino di lusso londinese.





Antonio GOZZI

1954 - LIGURIA
INDUSTRIA SIDERURGICA



È

presidente e amministratore delegato del Gruppo Duferco, fondato dallo zio nel 1979 come società per la commercializzazione di acciaio e da lui sviluppato in una holding industriale attiva a livello

internazionale nei settori della siderurgia, dell'energia, della logistica, dei trasporti marittimi e dell'innovazione. Entrato nell'impresa di famiglia nei primi anni Novanta, ne assume la guida nel 1995.

Fin dall'inizio promuove un percorso di diversificazione concentrica che, facendo leva sul patrimonio di competenze sviluppato nell'attività di trading, conduce l'azienda ad ampliare progressivamente il proprio perimetro di operatività.

Nell'ambito di tale percorso sviluppa una crescente presenza industriale nel settore siderurgico perfezionando le acquisizioni di impianti produttivi in Italia, Belgio, Europa orientale e Stati Uniti.

Parallelamente promuove il rafforzamento del Gruppo nella logistica marittima, attraverso la joint venture con Nova Marine Carriers, e l'ingresso nel settore energetico

con la nascita DXT, società specializzata nel trading internazionale e nella gestione di commodity energetiche. Il percorso di crescita nel comparto energetico prosegue con la costituzione di Duferco Energia, attiva nella produzione di energia da fonti rinnovabili e nella vendita di luce e gas a tutti i segmenti di mercato, e di Duferco Biomasse, operante nella produzione e commercializzazione di combustibili da fonti vegetali.

Nel 2018 costituisce la Divisione Innovation, attraverso la quale sviluppa tecnologie per la decarbonizzazione, progetta soluzioni per la mobilità elettrica e realizza progetti di efficienza energetica e digitalizzazione rivolti sia alle società del Gruppo sia a clienti esterni.

Negli anni più recenti imprime un'ulteriore accelerazione allo sviluppo del Gruppo con l'inaugurazione a Brescia del laminatoio più grande e sostenibile d'Europa, alimentato esclusivamente con fonti rinnovabili, e con l'acquisizione di Comal, tra i principali attori europei nella progettazione e realizzazione di impianti fotovoltaici di grande scala.

Oggi il Gruppo Duferco opera attraverso le divisioni Acciaio, Energia, Shipping e Innovation ed è presente in 30 paesi con 100 sedi operative e siti industriali.

Nel settore siderurgico conta una acciaieria e sei stabilimenti tra Italia, Francia e Danimarca, con una capacità produttiva di oltre 7 milioni di tonnellate di acciaio all'anno. Nel settore energetico dispone di 53 impianti fotovoltaici e nove idroelettrici tra Italia, Albania e Brasile con una produzione prossima ai 220 GWh e in Italia è tra i principali operatori del settore con 630mila punti di fornitura e l'erogazione di oltre 5.800 GWh di energia elettrica e 518 milioni di metri cubi standard di gas naturale. Nel trasporto marittimo gestisce una flotta di 315 navi e movimentata 28 milioni di tonnellate di materie prime. Occupa circa 4.000 dipendenti. È presidente di Federacciai.



Gioconda GRITTI

1941 - LOMBARDIA
TERZIARIO - RISTORAZIONE

È

presidente del Gruppo Da Vittorio, nato dall'iniziativa imprenditoriale avviata nel 1966 insieme al marito Vittorio con l'apertura a Bergamo dell'omonimo ristorante. Il Gruppo è oggi presente a livello

internazionale nei settori dell'alta ristorazione, del catering e dell'hôtellerie.

Fin dagli esordi affianca il coniuge nella gestione dell'attività, curando gli aspetti organizzativi e contribuendo all'affermazione di un modello di ristorazione fondato sulla qualità delle materie prime e su una proposta centrata sul pesce, in un periodo in cui questa scelta era ancora poco diffusa nel territorio bergamasco. L'intuizione si rivela determinante per la crescita dell'impresa, che in pochi anni acquisisce una posizione di primo piano nel settore.

Nel 1978 il ristorante Da Vittorio ottiene la prima stella Michelin, cui seguono la seconda nel 1996 e la terza nel 2010. A partire dagli anni Duemila entra a far parte dei principali circuiti dell'alta gastronomia internazionale, tra cui Relais Gourmands e Les Grandes Tables du Monde. Alla scomparsa del marito, nel 2005, avvia insieme ai figli una nuova fase di sviluppo, da cui nascerà l'attuale Gruppo Da Vittorio.

Nell'ambito di questo percorso trasferisce la sede del ristorante dal centro di Bergamo a Brusaporto, dove inaugura contestualmente La Dimora, hotel a cinque stelle che segna l'ingresso dell'impresa nel settore dell'ospitalità alberghiera. Negli anni successivi costituisce la società Vi.co.ok, estendendo l'attività anche alla ristorazione collettiva di alta qualità.

A questa fase di diversificazione seguono l'espansione all'estero e il rafforzamento delle attività in Italia. Apre così i ristoranti Da Vittorio a Shanghai e a St. Moritz, entrambi premiati con due stelle Michelin, e quattro ristoranti a insegna DaV by Da Vittorio tra Bergamo, Portofino

e Milano, caratterizzati da una proposta più informale. Negli anni più recenti amplia ulteriormente il perimetro del Gruppo Da Vittorio, sviluppando nuovi format dedicati alla ristorazione e alla pasticceria d'eccellenza e assumendo la gestione di insegne internazionali. In questo contesto nascono il laboratorio di alta pasticceria DaV Pastry Lab e, tra le altre iniziative, le gestioni della Terrazza Gallia di Milano e de "Il Carpaccio" al Royal Monceau di Parigi.

Oggi il Gruppo Da Vittorio conta dieci insegne e format di ristorazione tra Italia, Svizzera, Francia e Cina, due strutture ricettive a Bergamo e attività di pasticceria.

In Italia, le strutture dedicate alla ristorazione si sviluppano su una superficie complessiva di 123 mila metri quadrati, di cui oltre 10 mila coperti.

Nel settore del catering, che rappresenta oggi circa il 40% del fatturato, cura eventi di rilievo internazionale, tra cui i recenti Giochi Olimpici di Milano Cortina 2026. Attraverso Da Vittorio Academy investe nella formazione dei collaboratori del Gruppo, offrendo percorsi dedicati ai diversi ambiti dell'alta ristorazione. Occupa 635 dipendenti.





Giangiaco- IBBA

1976 - SARDEGNA
TERZIARIO GRANDE DISTRIBUZIONE



È

presidente di F.lli Ibba, azienda di famiglia fondata nel 1950 a Oristano per la distribuzione all'ingrosso di generi alimentari, oggi tra i principali operatori italiani della grande distribuzione

organizzata, con presenza in Sardegna, Nord Ovest e Centro Italia.

Nel 2001 entra nell'impresa di famiglia. Nel 2003, alla scomparsa del padre, all'età di 27 anni ne assume la guida, affiancato dai cugini e contando su una squadra di 50 collaboratori.

Fin dai primi anni imprime al Gruppo un percorso di sviluppo fondato sulla prossimità e sul radicamento territoriale, avviando in Sardegna un progetto distributivo costruito insieme agli imprenditori affiliati, con attenzione ai piccoli centri e alle aree interne. Sulla scia della crescita della rete, nel 2005 inaugura il primo punto vendita a insegna Centro Cash, entrando nel canale cash & carry, e consolida la posizione con l'acqui-

sizione di ulteriori strutture. Perfeziona l'acquisizione del CEDI Crai Tirreno, primo passo di espansione fuori dalla Sardegna con l'apertura al Centro Italia. Rileva SCS Supermercati Consorziati Sardegna, rafforzando la presenza nell'area metropolitana di Cagliari ed entrando nel sistema Despar. Sviluppa il format "Tutti-giorni", primo supermercato omnicanale con Social eCommerce integrato.

Nel 2025 acquisisce il controllo di Codè Crai Ovest con il 75% del capitale, trasformando la cooperativa in società per azioni ed estendendo la presenza al Nord-Ovest. Sviluppa i marchi proprietari «La Rosa dei Gusti», che coniuga qualità e accessibilità, e «Cuore dell'Isola», dedicato alle produzioni sarde.

Oggi il Gruppo è uno dei principali operatori economici e occupazionali dell'isola. Opera con sei insegne, di cui due proprietarie. Conta 558 punti vendita, con superficie superiore ai 194 mila metri quadrati e undici piattaforme logistiche.

Attribuisce centralità alle persone, considerate il primo asset dell'impresa, e all'impegno per le comunità.

Nel 2023 la società capogruppo ha adottato lo status di Società Benefit, integrando nello statuto l'obiettivo di generare valore economico, sociale e ambientale.

Nel 2025 CRAI Secom ha sottoscritto con il Ministero dell'Interno un Protocollo di legalità antimafia, esteso al Gruppo Abbi.

F.lli Ibba è capofila del sistema CRAI, di cui è presidente e amministratore delegato di CRAI Secom Società Benefit – proprietaria di marchio, insegne e marca privata – guidando l'iniziativa Crai Futura per l'evoluzione del gruppo. È presidente della Centrale FORUM, che riunisce diverse catene della grande distribuzione italiana. Occupa 1.600 dipendenti.



Ambrogio INVERNIZZI

1966 - PIEMONTE

AGRICOLTURA PRODUZIONE LATTIERO CASEARIA

È

presidente di Inalpi, azienda casearia fondata dal padre nel 1966 con un primo stabilimento di 800 metri quadrati a Moretta e oggi specializzata nella produzione di latte in polvere di alta qua-

lità per uso industriale e professionale e nella produzione di formaggi e burro.

Alla fine degli anni Ottanta inizia il proprio percorso imprenditoriale nell'azienda di famiglia, ricoprendo incarichi di crescente responsabilità. Nel 1995, dopo aver terminato gli studi universitari, assume un ruolo dirigenziale e nel 2000 viene nominato membro del consiglio di amministrazione, diventandone presidente nel 2009.

Alla guida dell'azienda, conclude un accordo strategico con Ferrero che conduce alla realizzazione del primo impianto di produzione di latte in polvere per l'industria alimentare in Italia e alla nascita di una filiera certificata e controllata del latte piemontese.

A questa fase di sviluppo fa seguire il rafforzamento della capacità produttiva attraverso l'acquisizione dello stabilimento di Peveragno, destinato alla produzione di formaggi DOP piemontesi.

Parallelamente apre l'azienda ai mercati esteri con la costituzione di Inalpi France e rafforza le attività di ricerca attraverso la creazione di Inlab Solutions, laboratorio interno dedicato al controllo qualitativo delle materie prime e dei prodotti finiti e allo sviluppo di innovazioni di prodotto.

Nel 2023 prosegue il percorso di crescita industriale con l'inaugurazione, nello stabilimento di Moretta, di un secondo impianto di polverizzazione del latte con una capacità produttiva pari a 300 milioni di litri annui.

Il potenziamento industriale trova ulteriore sviluppo con la recente acquisizione del gruppo piemontese Marenchino, specializzato nella produzione di formaggi tipici del territorio. Oggi Inalpi opera con i due stabilimenti di Moretta e Pe-

veragno e si avvale di una rete di circa 300 allevatori piemontesi, dai quali provengono quotidianamente 850 tonnellate di latte, lavorate entro 48 ore dalla mungitura. Nel corso della sua presidenza la superficie degli stabilimenti è stata ampliata agli attuali 140 mila metri quadrati e la produzione annuale complessiva è più che quadruplicata, passando da 20.300 tonnellate a 95.000 tonnellate l'anno.

È presente sul mercato con dieci linee di prodotto e ogni referenza è riconducibile a un percorso controllato e certificato che lo rende tracciabile in ogni passaggio. L'azienda stipula con i propri conferitori un contratto di fornitura pluriennale fondato sul meccanismo dell'indicizzazione del prezzo e sul protocollo di filiera. Audit effettuati direttamente in allevamento verificano il rispetto dei requisiti previsti dal disciplinare, che promuove la qualità del latte, la sostenibilità ambientale, il benessere animale e la corretta alimentazione degli allevamenti. È presente all'estero con un export del 77%. Sotto la sua guida i livelli occupazionali sono aumentati da 25 a 450 dipendenti.





Carlo LASTRUCCI

1939 - TOSCANA
INDUSTRIA ELETTRONICA



È

presidente di Powersoft, azienda fondata dai figli nel 1995 e oggi tra i leader mondiali nella progettazione e produzione di sistemi di amplificazione audio e trattamento del segnale.

Laureato in Fisica, dopo il dottorato di ricerca in tecniche laser, entra in Ote, storica azienda fiorentina operante nel settore delle telecomunicazioni e dell'elettronica avanzata.

Nel corso della carriera assume la responsabilità del sottosistema telecomunicazioni per programmi spaziali italiani realizzati in collaborazione con la NASA, partecipa alla missione italiana a Cape Canaveral per il lancio del primo satellite italiano e nel 1985 viene nominato direttore generale, con l'incarico di diversificare le attività produttive dal comparto paramilitare a quello delle radiocomunicazioni civili, acquisendo importanti commesse in Russia e Cina.

Il percorso lavorativo in Ote culmina con l'assunzione degli incarichi di amministratore delegato nel 1994 e di presidente nel 1997.

L'anno successivo, dopo quarant'anni di attività nel settore delle telecomunicazioni, entra nell'azienda fondata dai figli, la neonata Powersoft, di cui assume la carica di presidente.

All'epoca l'azienda operava nell'assemblaggio di computer e nell'installazione di software gestionali. L'introduzione di un innovativo amplificatore capace di assicurare elevate prestazioni con minori consumi energetici segna una svolta nel percorso di crescita aziendale e conduce alla trasformazione di Powersoft in impresa manifatturiera specializzata nelle tecnologie audio.

Fin dai primi anni ne avvia l'internazionalizzazione con la fondazione della filiale statunitense Powersoft Advanced Technologies Corp e promuovendo tecnologie innovative nel settore dell'acustica professionale e dei sistemi di localizzazione satellitare per il controllo dei mezzi mobili. Nel 2018 accompagna l'ingresso di Powersoft sul mercato AIM Italia di Borsa Italiana.

A una crescita fondata sull'innovazione tecnologica fa seguire l'acquisizione di K-array, azienda specializzata nella produzione di sistemi di altoparlanti ad elevato contenuto innovativo, che rafforza la presenza del Gruppo nel settore dell'audio professionale.

Oggi le tecnologie Powersoft trovano applicazione in stadi, aeroporti, parchi tematici, teatri, grandi eventi internazionali e luoghi di culto, tra cui la grande Moschea della Mecca.

È presente in 140 paesi con un export del 97%. Investe circa il 7% dei ricavi ad attività di ricerca e sviluppo, come testimoniano i 50 brevetti internazionali depositati. Tra le più recenti innovazioni figura la tecnologia Any-Mate, che consente di utilizzare la linea audio come infrastruttura per la trasmissione bidirezionale di dati in tempo reale senza cablaggi dedicati.

Opera con sei stabilimenti tra Scandicci, Bologna, Cortona, Gorizia e Vicenza, una rete globale di distributori e 35 centri di assistenza certificati. Occupa 160 dipendenti, dei quali circa il 30% impegnato in attività di ricerca e sviluppo.



Giorgio MARSIAJ

1947 - PIEMONTE
INDUSTRIA COMPONENTI AUTO E SPAZIO

È

presidente e amministratore delegato di Sabelt, azienda da lui fondata nel 1972 insieme al fratello per la produzione di cinture di sicurezza per il settore automotive. Oggi Sabelt è tra i leader

nella progettazione e produzione di sedili sportivi per auto di alta gamma, cinture di sicurezza, sedili e abbigliamento tecnico per il Motorsport, oltre che di sistemi di ritenuta per i settori aviazione e aerospazio.

A metà degli anni '70 il marchio esordisce nel mondo delle competizioni automobilistiche e si afferma come fornitore di cinture di sicurezza per le scuderie partecipanti al Mondiale Rally e, successivamente, alla Formula 1. Diventa quindi partner di Alfa Romeo, Renault e Ferrari, avviando con quest'ultima un sodalizio tecnico che dura da oltre cinquant'anni.

Nel 1985 l'avvento della tecnologia airbag e la volontà di conquistare maggiori quote di mercato all'estero conducono i fratelli Marsiaj ad aprire il capitale aziendale a partner esterni. L'80% di Sabelt viene così acquisito da TRW, colosso americano della componentistica auto, che in quegli anni arriva a contare 2.800 dipendenti solo in Italia e che porta Giorgio Marsiaj a guidare le attività di Trw in qualità di presidente e amministratore delegato di TRW Automotive Italia.

Nel 2001 riacquista da TRW il brand Sabelt e le attività racing, rifondando e guidando Sabelt, pur mantenendo gli incarichi apicali nel Gruppo statunitense fino al 2015. A seguito del riassetto proprietario, la nuova Sabelt si ripositiona sul mercato automotive come fornitore diretto delle case automobilistiche nel segmento dei sistemi di seduta per auto sportive, affiancando questa attività con l'originaria produzione di cinture di sicurezza e sedili per vetture racing.

A partire dal 2015 rafforza la leadership dell'azienda nel top-end dei sedili e dei sistemi di ritenuta, moltiplicando gli investimenti in R&D e ampliando il portafoglio clienti. Su queste basi sviluppa inoltre tecnologie innovative per mercati emergenti come l'aerospazio, ambito nel quale collabora dal 2011, tra gli altri, con Thales Alenia Space, Safran e più recentemente con Leonardo Elicotteri. Oggi Sabelt opera con cinque stabilimenti a Moncalieri e uno a Como, dedicato alla lavorazione del carbonio. Conta laboratori per la prototipazione, strutture avanzate per crash test e centri di prova. Fornisce sette squadre di Formula 1 ed è partner di case automobilistiche come Ferrari, McLaren, Aston Martin, Maserati, Abarth e Alpine. Negli anni l'azienda ha saputo distinguersi per capacità di innovare, controllo dei costi, competitività, attenzione al cliente e un alto grado di personalizzazione del prodotto. Investe ogni anno l'8% del fatturato in R&D e detiene circa 160 brevetti.

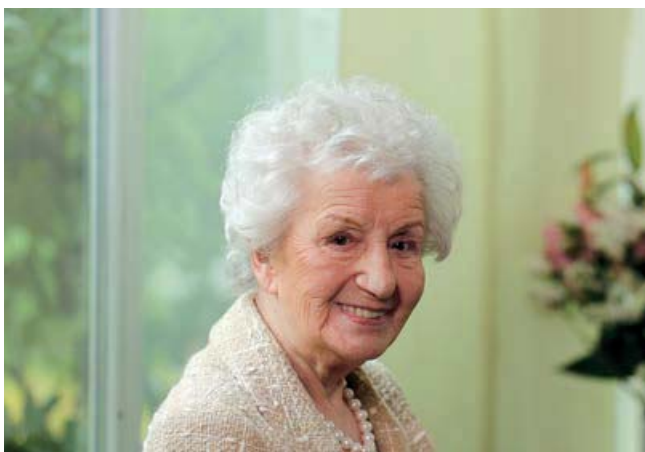
È presente in 58 paesi con export del 90%. Occupa 400 dipendenti. 





Elisabetta MORO

1934 - VENETO
INDUSTRIA MACCHINE DOSATURA



È

presidente di P.F.M., azienda fondata insieme al marito nel 1964 come piccola impresa specializzata nel confezionamento e oggi capogruppo di una realtà industriale articolata in 14 so-

cietà, attiva nella progettazione, produzione e commercializzazione di macchine automatiche e sistemi di confezionamento destinati ai settori alimentare, chimico e farmaceutico.

Fin dalla nascita dell'azienda affianca il marito Pietro con un ruolo determinante, contribuendo alla crescita dell'impresa attraverso il controllo economico-finanziario, la supervisione delle attività amministrative e contabili e la partecipazione alle principali decisioni strategiche. Nel 1997, alla scomparsa del coniuge, assume la guida di P.F.M. insieme ai figli Daniele, Paolo e Andrea Fioravanti, assicurando continuità ai valori fondanti della società e avviando una nuova fase di sviluppo basata su investimenti in ricerca e sviluppo, acquisizioni strategiche e progressiva internazionalizzazione.

Nel settore del confezionamento alimentare perfeziona l'acquisizione di BG-PACK S, consolidando la leadership del Gruppo nel confezionamento dei formaggi. Successivamente amplia l'offerta nel settore delle linee complete di confezionamento con l'acquisizione di SPS Italiana Pack Systems, rafforza la presenza nelle macchine verticali e nei sistemi di pesatura con l'ingresso di MBP, specializzata in pesatrici industriali a elevata velocità e linee complete di confezionamento, e completa la gamma con Brevetti Gasparin, dedicata ai sistemi per il taglio e il confezionamento del pane. Parallelamente rafforza la presenza internazionale con l'apertura di filiali nei principali mercati esteri, tra cui Regno Unito, Canada, Germania, Spagna, Asia e Russia. Nel 2012 guida l'ingresso di P.F.M. nel segmento delle confezioni autoportanti, ampliando ulteriormente l'offerta tecnologica del Gruppo.

Negli anni successivi promuove nuovi investimenti industriali con la realizzazione di stabilimenti, l'ampliamento dei siti produttivi e la creazione di PFMTECHLAB, centro di ingegneria avanzata dedicato allo sviluppo di soluzioni innovative.

Attraverso la crescita interna e una mirata politica di acquisizioni, P.F.M. integra progressivamente tutte le principali tecnologie del packaging flessibile, offrendo sistemi di pesatura, macchine confezionatrici verticali e orizzontali, soluzioni per buste autoportanti, sistemi per il taglio e il confezionamento del pane e linee complete ad elevato livello di automazione.

Oggi il Gruppo opera con quattro siti produttivi in Italia e realizza circa 1.300 macchine e sistemi di confezionamento all'anno. Conta circa 50 modelli a catalogo ed è presente in 40 paesi con un export pari a circa il 70%. Sotto la sua guida la superficie produttiva della sola P.F.M. è cresciuta da 4.500 a circa 18.500 metri quadrati. Occupa 740 dipendenti.



Giancarlo NEGRO

1966 - PUGLIA
TERZIARIO SERVIZI INFORMATICI

È

amministratore delegato di Links Management and Technology, azienda da lui fondata a Lecce nel 1999 con tre dipendenti e oggi capogruppo di sette società specializzate in sviluppo software e servizi IT per la trasformazione digitale di banche, pubblica amministrazione e imprese.

Fin dai primi anni avvia una strategia di crescita fondata sullo sviluppo territoriale, sull'espansione per linee esterne e sulla costruzione di partnership strategiche. La prima direttrice di questo percorso è rappresentata dal progressivo ampliamento della presenza territoriale con l'apertura delle sedi di Milano e Roma, dedicate rispettivamente al settore bancario e alla Pubblica Amministrazione centrale.

Parallelamente investe nell'innovazione tecnologica e realizza a Lecce un polo dedicato allo sviluppo di software articolato in una struttura per la realizzazione e la manutenzione di applicazioni informatiche, un laboratorio dedicato alla ricerca sull'innovazione digitale e un'infrastruttura informatica per l'erogazione di servizi digitali e la continuità operativa dei sistemi.

Nel 2015, nell'ambito della strategia di consolidamento territoriale, inaugura la sede di Bari, specializzata in Smart Cities e Pubblica Amministrazione. Il rafforzamento della presenza sul territorio nazionale si accompagna all'apertura verso i mercati esteri con la costituzione a Tirana di Linfa ShPK, attiva nello sviluppo di applicazioni web e mobili e nei servizi informatici. A sostegno del percorso di crescita del Gruppo investe nella formazione delle competenze richieste dall'evoluzione del mercato digitale e nel 2016 fonda Links Academy. Accreditata dalla Regione Puglia come ente di formazione, Links Academy promuove percorsi post-diploma e post-laurea destinati a formare giovani professionisti nelle tecnologie dell'informazione e della comunicazione.

Dalla sua costituzione ha erogato oltre 8.100 ore di formazione a favore di 345 allievi.

Negli anni più recenti mette a punto ulteriori acquisizioni che ampliano progressivamente il patrimonio di competenze dell'azienda nei servizi di corporate banking e nei sistemi di pagamento, nelle piattaforme cloud, nel digital marketing, nello sviluppo di applicazioni mobile e nella consulenza manageriale e tecnologico-organizzativa. Completa tale percorso con la definizione di partnership industriali di lungo periodo, tra cui quella con il Consorzio Servizi Bancari, mirata a rafforzare la presenza di entrambe le realtà nel mercato italiano con un focus sui servizi IT dedicati al mondo delle banche e della finanza. Oggi Links Management and Technology opera attraverso sette sedi tra Lecce, Bari, Milano, Roma, Bologna, Sondrio, Zurigo e Tirana, e un centro di ricerca. Investe annualmente in ricerca e sviluppo circa il 13% del fatturato. Occupa 900 dipendenti.

Nel 2025 ha costituito la "Fondazione Links per la Vita" per sostenere bambini in condizioni di fragilità sanitaria, economica o sociale.





Micaela PALLINI

1969 - LAZIO
INDUSTRIA DISTILLERIA



È

presidente e amministratore delegato di Pallini, azienda di famiglia fondata nel 1875 come emporio di liquori e oggi attiva nella produzione di distillati e sciroppi con un portfolio di oltre 100

referenze.

Dopo il dottorato in chimica entra nell'impresa fondata dal trisnonno, partecipando fin da subito alle attività del laboratorio qualità, del quale promuove un processo di innovazione che interessa sia l'organizzazione della struttura, attraverso l'inserimento di figure tecniche specializzate e il conseguimento di certificazioni in materia di sicurezza e qualità alimentare, sia lo sviluppo delle formulazioni, attraverso la sostituzione di aromi e coloranti artificiali con ingredienti naturali e privi di glutine. L'attività di ricerca e sviluppo da lei promossa conduce alla definizione della nuova ricetta del Limoncello Pallini, che si afferma come il più venduto a livello internazionale con una quota dell'11% del mercato mondiale e oltre 2 milioni di litri commercializzati ogni anno.

Nel corso degli anni affianca alle attività di laboratorio la supervisione degli approvvigionamenti e della produzione, promuovendo l'ammodernamento degli impianti e delle linee di imbottigliamento.

Il progressivo ampliamento delle responsabilità aziendali la conduce a ricoprire gli incarichi di amministratore delegato nel 2013 e di presidente e amministratore delegato nel 2016.

Alla guida dell'impresa perfeziona l'acquisizione di un laboratorio a Vietri sul Mare, terra di origine dei limoni "Costa d'Amalfi IGP", con cui consolida la specializzazione dell'azienda nella produzione di limoncello di alta qualità. Negli anni successivi mette a punto l'evoluzione dell'assetto organizzativo di Pallini attraverso l'inserimento di competenze manageriali esterne alla famiglia e orientando la crescita verso il segmento dei distillati premium. A questa strategia di sviluppo affianca un continuo impegno nell'innovazione di prodotto, che conduce al lancio del primo limoncello analcolico e di una linea di cocktail premiscelati in lattina. Nel 2022 amplia ulteriormente la gamma attraverso l'acquisizione di uno storico liquore digestivo naturale.

Parallelamente sviluppa l'internazionalizzazione dell'impresa, ampliandone la presenza in nuovi mercati e consolidandone il posizionamento nel canale Duty Free e Travel Retail, nel quale il Limoncello Pallini detiene attualmente una quota di circa il 60% del mercato mondiale. Oggi Pallini opera con uno stabilimento produttivo a Roma, con una capacità produttiva annuale pari a quattro milioni di litri.

Sotto la sua guida le esportazioni sono aumentate del 42%, fino a rappresentare l'80% delle vendite aziendali in oltre 80 paesi nel mondo, i clienti serviti sono raddoppiati e il numero degli occupati è cresciuto da 26 a 40 dipendenti. 



Bruno PIRACCINI

1944 - EMILIA - ROMAGNA
INDUSTRIA ORTOFRUTTA

È

presidente di Orogel, società cooperativa agricola da lui fondata a Cesena nel 1967 insieme ad un primo nucleo di 11 agricoltori e oggi tra i principali produttori in Italia di vegetali freschi e sur-

gelati con 5 cooperative e 1.625 soci agricoli.

Figlio di coltivatori diretti, agli studi affianca il lavoro nell'azienda mezzadrile di famiglia.

Fin dagli anni Sessanta è attivo a livello territoriale nella promozione di forme di aggregazione cooperativa nel settore agricolo e contribuisce alla costituzione del Consorzio Fruttadoro di Romagna, del quale assume la direzione generale.

L'esperienza maturata a fianco delle imprese del comparto primario lo porta a individuare nella surgelazione e nella liofilizzazione, tecniche di conservazione allora emergenti, una risposta alle crisi del settore e uno strumento per valorizzare le produzioni. In attuazione di tale indirizzo, nel 1976 promuove la realizzazione del primo stabilimento per la surgelazione dei prodotti ortofrutticoli.

Il progressivo sviluppo del Consorzio Fruttadoro di Romagna conduce nel 1978 alla costituzione di Orogel, di cui assume la guida.

Nel corso degli anni promuove una strategia di crescita di Orogel fondata sugli investimenti produttivi, sulla innovazione tecnologica, sul rafforzamento della filiera agricola, sull'ampliamento della gamma dei prodotti e sulla costruzione di un'identità di marca ancorata alla qualità e all'origine delle materie prime.

Tra le iniziative che maggiormente caratterizzano questa fase, figurano la realizzazione del laboratorio analisi per la qualità e la sicurezza alimentare, messo a disposizione delle cooperative associate e dei produttori agricoli, e l'inaugurazione, nel 1998, di uno dei primi magazzini logistici del freddo dotato delle più avanzate soluzioni tecnologiche allora disponibili.

Dopo aver consolidato la presenza di Orogel in Romagna, ne promuove l'espansione in altri territori a forte vocazione agricola. Tra il 2008 e il 2010 realizza nuovi poli produttivi nel Mezzogiorno e nel basso Polesine, avvicinando la trasformazione ai luoghi di coltivazione e favorendo la valorizzazione delle produzioni territoriali e il rafforzamento del rapporto con la base sociale della cooperativa.

Sotto la sua guida Orogel ha sviluppato un modello integrato di filiera agricola e trasformazione industriale. Oggi il Gruppo coltiva circa 9.500 ettari e opera con tre stabilimenti produttivi tra Cesena, Policoro e Ficarolo, 5 magazzini e 14 centri di ritiro. Conta cinque linee di prodotto e commercializza ogni anno oltre 148 mila tonnellate di prodotto.

Negli ultimi 10 anni ha investito circa 300 milioni di euro in logistica, sostenibilità e ampliamenti e riserva mediamente il 15% del fatturato in innovazione di processo. Occupa 2.420 dipendenti, di cui 1.340 diretti.

Nel 2017 ha promosso la costituzione della Fondazione F.OR. – Fruttadoro Orogel, alla quale viene destinato il 5% degli utili per sostenere progetti di ricerca scientifica, soprattutto in ambito medico e per l'educazione alimentare.





Giacomo PONTI

1972 - PIEMONTE
INDUSTRIA ALIMENTARE



È

presidente del Gruppo Ponti, azienda di famiglia fondata nel 1787 e oggi tra i principali operatori italiani nella produzione di aceti, condimenti e conserve vegetali nonché leader

mondiale nella produzione di aceto di vino, con una quota di mercato globale del 30%.

Terminati gli studi universitari, nel 2000 entra nell'impresa di famiglia, dove assume incarichi di crescente responsabilità fino a essere nominato direttore generale nel 2005, amministratore delegato nel 2011 e presidente nel 2023.

Fin dai primi anni mette a punto un programma di investimenti industriali che interessa i cinque stabilimenti italiani. L'attuazione del piano conduce alla realizzazione di nuove linee di imbottigliamento e di nuove linee produttive, all'incremento della capacità di stoccaggio per la produzione e l'invecchiamento dell'Aceto Balsamico di Modena IGP e alla realizzazione di impianti fotovoltaici.

Nel 2014 sviluppa l'internazionalizzazione del Gruppo con la costituzione di Ponti France e successivamente di Ponti USA, di cui assume la presidenza.

Nell'ambito di una strategia di consolidamento nel settore mette a punto la fusione per incorporazione di Modenaceti, azienda già controllata dal Gruppo e attiva nella produzione di Aceto Balsamico di Modena IGP e Aceto Balsamico Tradizionale di Modena DOP, portando così nel perimetro del Gruppo una delle più grandi acetarie per la maturazione e l'invecchiamento dell'Aceto Balsamico di Modena.

Negli anni più recenti realizza investimenti finalizzati all'innovazione dei processi e, in tale ambito, avvia presso lo stabilimento di Ghemme Conserve un nuovo reparto per la produzione di sidro da mele fresche italiane, raggiungendo la completa internalizzazione del processo produttivo.

Oggi il Gruppo Ponti detiene una quota di oltre il 45% del mercato nazionale dell'aceto e opera con cinque stabilimenti tra Novara, Modena, Treviso e Anagni, con una capacità produttiva complessiva annua di oltre 140 milioni di unità. Investe mediamente il 3% del fatturato in R&D. Ogni anno trasforma 37 mila tonnellate di vino e 3.500 tonnellate di mele. Utilizza 6.000 tonnellate di mosti di uva per la produzione di aceto balsamico di Modena IGP e trasforma 5.500 tonnellate di verdure in conserve vegetali sottolio e sottaceto.

La valorizzazione della filiera corta rappresenta uno dei tratti distintivi della sua strategia di approvvigionamento, con il 78% dei fornitori localizzati entro 300 chilometri dagli stabilimenti del Gruppo.

Sotto la sua guida l'export è cresciuto dall'11% al 28% e i livelli occupazionali sono aumentati da 173 a 210 dipendenti. È presidente di Federvini.



Alberto SORBINI

1957 - LOMBARDIA

INDUSTRIA PRODUZIONE INTEGRATORI ALIMENTARI

È

presidente e amministratore delegato di Enervit, azienda fondata dal padre nel 1954 come impresa farmaceutica specializzata in prodotti fitoterapici e oggi attiva a livello internazionale nella

ricerca, nello sviluppo e nella produzione di alimenti e integratori per lo sport.

Nei primi anni '80 rinuncia agli studi universitari per dedicarsi a tempo pieno all'azienda di famiglia, in quel periodo in forte espansione.

Contribuisce fin da subito a promuovere la ricerca scientifica nell'ambito dell'integrazione e della nutrizione sportiva e funzionale sostenendo la nascita dell'Equipe Enervit, società che riunisce medici, ricercatori, nutrizionisti, biologi e preparatori atletici per studiare la nutrizione applicata alle prestazioni sportive.

Nel corso di oltre quarant'anni di attività, il centro di ricerca si afferma come uno dei principali punti di riferimento nazionali nel settore, contribuendo allo sviluppo di soluzioni innovative per la performance atletica, l'accrescimento muscolare e il controllo del peso, con particolare attenzione al ruolo delle proteine.

Fin dalle origini l'attività dell'Equipe Enervit è associata ad alcune delle più significative imprese sportive, tra cui il Record dell'Ora di Francesco Moser e le spedizioni di Reinhold Messner. Un legame che prosegue ancora oggi attraverso il supporto a campioni sportivi internazionali, tra cui Tadej Pogačar nel ciclismo e Jannik Sinner nel tennis.

Accanto all'impegno nell'ambito della ricerca e dell'innovazione di prodotto, contribuisce all'affermazione di una comunicazione pionieristica fondata sulla collaborazione con atleti, sulla sponsorizzazione di grandi

eventi sportivi e sull'organizzazione di congressi scientifici e conferenze.

Nel 1991 viene nominato amministratore delegato dell'azienda di famiglia, assumendone nel 2007 anche la presidenza. In tali ruoli consolida la strategia di crescita dell'impresa, rafforzando gli investimenti in ricerca, con particolare riferimento agli studi sugli Omega 3, realizzando il nuovo stabilimento di Erba e potenziando lo storico sito produttivo di Zebio.

Nel 2016 avvia l'espansione di Enervit in Europa attraverso la costituzione della filiale Enervit Nutrition, a servizio dei mercati spagnolo e portoghese.

Oggi Enervit opera con due stabilimenti in Lombardia e realizza all'estero circa il 17% del fatturato. Sotto la sua guida i livelli occupazionali sono aumentati da 70 a oltre 250 dipendenti.

Nel 2008 ha costituito, insieme ai fratelli, la Fondazione Paolo Sorbini, intitolata al padre e attiva nel sostegno a iniziative di ricerca scientifica. 





Marco TROMBETTI

1976 - LAZIO
TERZIARIO INFORMATICA



È

amministratore delegato di Translated, azienda da lui fondata nel 1999 come piattaforma di traduzioni online e oggi tra i principali operatori globali nelle soluzioni linguistiche basate

sull'intelligenza artificiale con 237 lingue supportate e 40 aree di specializzazione.

Alla fine degli anni Novanta l'amore per una giovane linguista, che diventerà sua moglie, lo induce ad abbandonare gli studi universitari in astrofisica e a investire i primi 100 euro nell'acquisto di un dominio internet, primo passo del percorso che darà vita a Translated.

Fin dai primi anni sviluppa un modello imprenditoriale fondato sull'integrazione tra competenze umane e tecnologie di traduzione automatica, anticipando l'impiego dell'intelligenza artificiale a supporto dei traduttori professionisti. Realizza così sistemi di traduzione capaci di apprendere progressivamente dalle correzioni dei traduttori e di migliorare la qualità dei testi in funzione del contesto. Tra questi figurano Matecat, ModernMT e, più recente-

mente Lara, un motore linguistico per la traduzione in tempo reale di oltre 200 lingue con un livello di precisione significativamente superiore rispetto ai principali sistemi di traduzione automatica.

Allo sviluppo di tecnologie affianca iniziative destinate a favorire la nascita di nuove imprese innovative e la formazione di competenze specialistiche.

Nel 2015 costituisce così Pi Campus, fondo di venture capital che nei primi dieci anni di attività ha sostenuto oltre 70 startup, e successivamente fonda Pi School, scuola post-laurea dedicata alla formazione di ingegneri e informatici nelle più avanzate tecniche di intelligenza artificiale. L'impiego dell'IA viene da lui esteso al settore della salute attraverso lo sviluppo di Voice for Purpose, una piattaforma che supera i limiti dei tradizionali sintetizzatori vocali ricostruendo il timbro e l'intonazione originali della voce delle persone affette da gravi patologie neuromuscolari. Negli anni più recenti amplia l'attività di ricerca di Translated in ambito europeo con il coordinamento del progetto DVPS – Diversibus Viis Plurima Solvo, affidato ad un consorzio di 20 organismi provenienti da nove paesi per lo sviluppo di modelli di intelligenza artificiale capaci di apprendere non da dati storici, ma attraverso informazioni linguistiche, visive e spaziali. Oggi Translated rappresenta una delle principali piattaforme mondiali di servizi linguistici basati sull'intelligenza artificiale.

Opera con una sede a Roma e tre data center tra l'Italia e gli Stati Uniti. Serve oltre 300 mila clienti, tra cui le maggiori società tecnologiche al mondo. Occupa 170 dipendenti.

Nel 2024 ha guidato Translated 9 nella Ocean Globe Race. Con due vittorie di tappa, Translated 9 è diventata l'imbarcazione italiana con il maggior numero di successi nella storia dei giri del mondo in equipaggio. 🏆



Giuseppa VITALE

1964 - SICILIA

TERZIARIO COMMERCIO AL DETTAGLIO ALIMENTARE

È

amministratore delegato di Prezzemolo & Vitale, azienda da lei fondata nel 1986 insieme al marito come piccola bottega alimentare e oggi attiva nella gastronomia di alta qualità e nella

distribuzione di specialità territoriali con dieci punti vendita a Palermo e sei a Londra.

Proveniente da una famiglia attiva da generazioni nel commercio alimentare, sviluppa fin dai primi anni una particolare attenzione alla selezione delle migliori eccellenze del settore e alla costruzione di rapporti diretti con fornitori specializzati.

Nel 1996 rileva il minimarket di famiglia, fino ad allora affiliato alla grande distribuzione, e ne promuove la trasformazione nel primo punto vendita a insegna Prezzemolo & Vitale.

L'operazione segna una tappa decisiva nel percorso di crescita dell'impresa e introduce un modello commerciale che combina l'ampiezza dell'offerta e i servizi della moderna distribuzione con la selezione di referenze gourmet e l'attenzione alla qualità tipiche del commercio specializzato. Il successo del nuovo format favorisce una fase di crescita che, a partire dai primi anni Duemila, conduce all'ampliamento dei punti vendita a Palermo e alla progressiva affermazione del marchio nel settore della distribuzione alimentare di fascia alta.

Negli anni successivi avvia il canale e-commerce, con cui sviluppa la distribuzione delle produzioni agroalimentari siciliane al di fuori dei confini regionali.

Al consolidamento del marchio fa seguire una strategia di espansione internazionale che prende avvio nel 2016

con l'inaugurazione del primo punto vendita a Londra presso il mercato metropolitano.

Il successo dell'iniziativa londinese favorisce il progressivo insediamento dell'azienda nei quartieri di Chelsea, Wimbledon, Notting Hill, Borough Market, Battersea e Marylebone.

Nel 2021 affianca alla rete distributiva il progetto Retrobottega, uno spazio dedicato alla diffusione della cultura enogastronomica e alla valorizzazione di produzioni selezionate mediante attività di degustazione, approfondimento e incontro tra produttori e consumatori.

Nel corso degli anni l'azienda ha favorito l'accesso di piccoli produttori locali a nuovi mercati e promosso la diffusione internazionale delle eccellenze territoriali.

Oggi commercializza migliaia di referenze alimentari e occupa 450 dipendenti. 🍷





Patrizia ZUCCHI

1962 - EMILIA - ROMAGNA
INDUSTRIA DISTRIBUZIONE ENERGIA



È

presidente e amministratore delegato di Socogas Group, fondato nel 1967 dal padre Renzo come impresa di intermediazione e commercializzazione del gas e oggi gruppo energetico attivo nell'approvvigionamento, logistica e distribuzione di GPL, metano, energia elettrica e carburante, nonché nella progettazione e realizzazione di impianti fotovoltaici e nella ricerca e sviluppo di biocarburanti.

Nel 1986 entra nell'impresa di famiglia, iniziando un percorso che la conduce, nello stesso anno, alla nomina a direttore generale di Socogas e, nel 2021, al vertice del Gruppo quale presidente e amministratore delegato. Nel corso degli anni ricopre inoltre incarichi apicali nelle principali società del Gruppo, maturando una competenza tecnica, operativa e gestionale dell'intera filiera del GPL. Alla guida di Socogas, avvia una profonda riorganizzazione dell'assetto societario, semplificandone la struttura da 25 a sette società operanti in altrettanti settori energetici e conferendo alla capogruppo il ruolo di holding di indirizzo strategico.

Nell'evoluzione del modello industriale del Gruppo realizza la più rilevante trasformazione di Socogas, guidandone il passaggio da operatore attivo nella commercializzazione e distribuzione di prodotti energetici a gruppo industriale verticalmente integrato, con una presenza diretta e crescente nella produzione di bioprodotto.

Nell'ambito di tale percorso realizza un piano di investimenti nelle filiere delle energie rinnovabili che conduce alla costituzione di Green LG Energy, joint venture per lo sviluppo di tecnologie destinate alla produzione e alla distribuzione di BioGPL e successivamente all'acquisizione nel parmense del primo impianto di biogas per la produzione di biometano.

Parallelamente consolida la presenza del Gruppo nella distribuzione stradale nel Nord e Centro Italia attraverso l'acquisizione di oltre 50 nuovi impianti, arrivando a raggiungere una rete complessiva di circa 150 stazioni di servizio multi-carburante, operanti sia a marchio proprio, sia con primarie insegne del settore.

Oggi Socogas si posiziona tra i principali operatori nazionali nella filiera del GPL, dove vanta oltre 65 mila clienti tra famiglie e imprese, riforniti mediante piccoli serbatoi e reti canalizzate nel Nord Italia, e un volume superiore alle 500 mila tonnellate di prodotto movimentate ogni anno.

Nel settore dei biocarburanti e dell'energia assicura una produzione annua di oltre 3,5 milioni di metri cubi di biometano e la fornitura di elettricità e gas naturale a circa 12 mila clienti.

Opera con cinque sedi, di cui la principale a Fidenza, e 13 depositi. Occupa 270 dipendenti.

Il Gruppo rientra nel ristretto novero di aziende italiane autorizzate dal Ministero dell'Ambiente e della Sicurezza Energetica per l'attività *upstream* di gas metano e la gestione di siti estrattivi di gas naturale nel Nord Italia.



Il tuo futuro è la nostra impresa

Sviluppiamo iniziative, progetti e soluzioni di formazione a supporto di ogni realtà imprenditoriale, investendo nelle persone e nelle tecnologie che fanno del futuro la loro impresa.



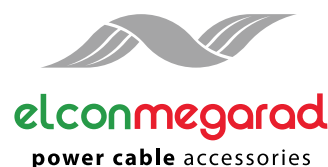
[intesasanpaolo.com](https://www.intesasanpaolo.com)

INTESA  SANPAOLO

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale.



Elcon Megarad, Stabilimento ad Arcella


www.elconmegarad.com
<https://www.linkedin.com/company/elcon-megarad-s-p-a-/>
<https://www.youtube.com/@elconmegarad8786>
<https://www.facebook.com/elconmegarad>

L'EVOLUZIONE DELLE RETI ELETTRICHE GLOBALI

La risposta ingegneristica di Elcon Megarad

Il settore elettrico mondiale sta attraversando una fase di metamorfosi senza precedenti. La transizione verso fonti rinnovabili intermittenti e la crescente elettrificazione dei consumi pongono sfide tecniche critiche ai gestori delle reti di distribuzione (DSO): la necessità di una stabilità senza compromessi e di una drastica riduzione delle perdite energetiche. In questo scenario, Elcon Megarad S.p.A., società del Gruppo Industriale De Matteis, si pone come punto di riferimento nella progettazione e produzione di componenti e accessori per cavi di bassa, media e alta tensione. Fondata nel 1981 e guidata dall'Amministratore Delegato ing. Alberto De Matteis, l'Azienda ha saputo evolvere il proprio modello di business. Più che un produttore, Elcon Megarad agisce come un partner di co-engineering per le principali Utilities internazionali. Con i propri siti produttivi situati nel Mezzogiorno d'Italia – un'eccezione distintiva nel panorama dell'Industria tecnologica ad alta specializzazione – e una filiale a Breda, nei Paesi Bassi, l'Azienda garantisce un presidio operativo diretto tanto sul territorio nazionale quanto sui

mercati del centro e nord Europa, offrendo una risposta rapida alle complessità tecniche dei grandi gestori di rete, supportandoli nella mitigazione dei rischi tecnici legati alla gestione di reti sempre più complesse e distribuite. La presenza in oltre 80 Paesi e la leadership consolidata in Italia confermano la capacità dell'azienda di interpretare le diverse esigenze normative e operative del mercato globale.

«Per imporsi sui mercati internazionali partendo dall'Italia sono necessari due ingredienti fondamentali: la lungimiranza e il coraggio», dichiara il Presidente e Cavaliere del Lavoro Armando Enzo De Matteis. «Essere lungimiranti significa anticipare i bisogni di una rete elettrica mondiale in profonda trasformazione; avere coraggio significa investire sul nostro territorio, convinti che la qualità del saper fare italiano non tema confronti. L'Italia è la base da cui esportiamo soluzioni che non si limitano al componente, ma garantiscono l'integrità del sistema rete».

La specificità di Elcon Megarad risiede nel controllo del ciclo di sviluppo dei materiali plastici ed elastomerici, un asset fondamentale per rispondere ai severi standard di sicurezza richiesti dalle infrastrutture critiche. In un'epoca in cui la resilienza della supply chain è tornata al centro del dibattito, la scelta di mantenere un presidio tecnologico verticale permette una flessibilità operativa cruciale per i partner che operano in contesti normativi in rapida evoluzione.



Alberto De Matteis, CEO Elcon Megarad

«Il posizionamento che abbiamo raggiunto oggi come player globale è frutto di una strategia metodica basata sulla competenza verticale», spiega l'Amministratore Delegato, ing. Alberto De Matteis. «Il nostro focus è rispondere alle sfide tecniche delle reti moderne, dall'affidabilità dei giunti alla sostenibilità del ciclo di vita. Investire in ricerca scientifica e digitalizzazione non è per noi un fine, ma il mezzo per fornire ai gestori di rete soluzioni capaci di integrare le rinnovabili senza minare la stabilità del sistema».

Questa dedizione alla qualità tecnica si traduce oggi in un impegno concreto verso la sostenibilità. Oltre all'ottimizzazione energetica dei processi interni, Elcon Megarad ha adottato un approccio scientifico al monitoraggio dell'impatto ambientale, certificando il ciclo di vita dei propri prodotti secondo il sistema ISO 14067. Si tratta di un elemento di trasparenza ormai imprescindibile per le Utilities globali, impegnate in prima linea nel percorso di decarbonizzazione e nell'ottimizzazione del footprint emissivo dell'intera filiera energetica.

Il Presidente Cavaliere del Lavoro
Armando Enzo De Matteis

ALL'ACCADEMIA DEI LINCEI L'INCONTRO ORGANIZZATO DA ASSONIME INSIEME
ALLA FEDERAZIONE NAZIONALE DEI CAVALIERI DEL LAVORO, ABI E AIDAF

IL RUOLO DELLE ASSOCIAZIONI e l'eredità di Maurizio Sella

VITA
ASSOCIATIVA



Da sinistra: Pietro Sella, Massimo Tononi, Ugo Salerno, Antonio Patuelli, Cristina Bombassei e la moderatrice Antonella Baccaro

di Erika
BAIONI

Il 18 giugno all'Accademia Nazionale dei Lincei, a Roma, si è svolto l'incontro "Il ruolo delle associazioni nell'Italia che cambia: il pensiero e l'eredità di Maurizio Sella". Non una semplice commemorazione, ma un momento di riflessione sul valore dell'asso-

ciazionismo e sul ruolo dei corpi intermedi. Maurizio Sella, banchiere e protagonista della vita economica e istituzionale, ha sempre avuto un'idea chiara: le associazioni sono luoghi di responsabilità, dialogo e servizio al bene comune.

L'incontro, promosso da Assonime insieme alla Federazione Nazionale dei Cavalieri del Lavoro, Abi e Aidaf, ha raccolto voci diverse, unite dal riconoscere in Sella un punto di riferimento. Nei saluti iniziali, Carlo Doglioni,

vice presidente dell'Accademia, ha richiamato la storia dei Lincei e la capacità di Sella di leggere il futuro con lucidità e senso delle istituzioni. A seguire, Umberto Quadrino, presidente degli Amici dei Lincei, ha offerto un ricordo personale, restituendo la sua cifra umana: rigore, discrezione, attenzione alle persone. Un tratto riconosciuto anche dal Presidente della Repubblica Sergio Mattarella, che nel messaggio inviato per l'occasione ha sottolineato la capacità di Sella di valorizzare il capitale umano in ogni ruolo ricoperto.

Fiducia, pluralismo e il ruolo dei corpi intermedi oggi

La lectio magistralis di Francesco Clementi, ordinario di Diritto pubblico italiano e comparato all'Università La Sapienza, ha offerto una cornice essenziale: la democrazia vive dove c'è pluralismo, e le associazioni sono architetti di fiducia.



BOLTON: DALL'ITALIA AL MONDO, NEI GESTI DI OGNI GIORNO

Un tonno che porta qualità in tavola, prodotti che si prendono cura della casa e della persona, adesivi che uniscono idee, lavoro e creatività. **Da oltre 75 anni Bolton** accompagna i gesti quotidiani di milioni di persone attraverso marchi iconici come **Rio Mare, Omino Bianco, Borotalco, Collistar e UHU**. Marchi che, nel tempo, sono entrati stabilmente nelle abitudini di intere generazioni, capaci di interpretarne i bisogni con qualità, innovazione e affidabilità.

L'azienda nasce a Milano nel 1949, quando Joseph Nissim fonda Exportex con l'obiettivo di distribuire nel Paese a prodotti di largo consumo di qualità. Nel 1965 lancia Rio Mare, il primo marchio a introdurre il tonno in monodose sul mercato italiano, aprendo la strada a un percorso di crescita che porterà Bolton a diventare una delle principali multinazionali nel suo settore.

Nel 1978 l'azienda assume il nome Bolton e avvia una strategia di sviluppo fondata sull'acquisizione e sulla valorizzazione di marchi storici. Entrano così a far parte del

Gruppo brand come WC Net, Omino Bianco e Borotalco, cui si affiancano successivamente UHU nella categoria degli adesivi e Collistar nel beauty, dando vita a un portafoglio sempre più ampio e diversificato.

Oggi Bolton riunisce circa **60 marchi** presenti in oltre **150 Paesi**, capaci di rispondere a esigenze diverse nella vita di tutti i giorni. Alla base di questa crescita c'è la volontà di individuare, sviluppare e sostenere marchi destinati a durare nel tempo. Un approccio che si traduce nella cura dei dettagli, nell'attenzione ai processi produttivi e nella continua ricerca della qualità.

Questa visione si accompagna a un impegno concreto per uno sviluppo responsabile, promuovendo iniziative volte a ridurre l'impatto ambientale delle proprie attività, contribuire alla tutela degli ecosistemi e creare valore

condiviso per dipendenti, partner e comunità nei Paesi in cui l'azienda opera.

Oggi Bolton è una multinazionale italiana a conduzione familiare con oltre **10.500 dipendenti**, **55 uffici** nel mondo, **17 stabilimenti produttivi** e un fatturato di **3,5 miliardi di euro** nel 2025. Con sede a Milano, il Gruppo continua a guardare al futuro mantenendo salde le proprie radici italiane, animato dallo stesso spirito imprenditoriale che, sin dalle origini, ne guida la crescita sui mercati internazionali.



www.bolton.com



Una riflessione che ha introdotto la tavola rotonda moderata dalla giornalista del *Corriere della Sera* Antonella Baccaro, che ha trasformato la sala dei Lincei in un luogo di dialogo. Antonio Patuelli, presidente Abi, ha aperto il confronto richiamando l'importanza dell'autonomia di pensiero: l'associazionismo deve restare uno spazio libero, capace di interpretare la società senza scivolare nel collateralismo. Cristina Bombassei, presidente Aidaf, ha raccolto questo spunto portandolo nel mondo dell'impresa familiare. Ha osservato che la crisi dei corpi intermedi può diventare un'occasione di rinnovamento; una visione che Sella ha sempre sostenuto con convinzione.

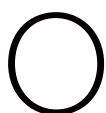
Massimo Tononi, presidente Assonime, ha aggiunto la prospettiva istituzionale, sottolineando come le associazioni siano spazi in cui si costruisce fiducia. Ha ricordato che la credibilità non è un dato acquisito, ma un impegno quotidiano. Infine, Ugo Salerno, presidente della Fede-

razione Nazionale dei Cavalieri del Lavoro, ha portato la riflessione sul terreno dell'etica, elemento che per Sella non era accessorio ma strutturale. Ha parlato di reputazione, correttezza e affidabilità come condizioni per generare valore nel tempo, e ha messo in guardia dal rischio della disintermediazione, segnale di sfiducia nella rappresentanza e minaccia per la democrazia.

Le conclusioni di Pietro Sella: un'eredità che continua

A chiudere l'incontro è stato Pietro Sella, Ceo del Gruppo Sella, che ha restituito un ritratto intimo del padre: un uomo che vedeva nel lavoro un mezzo per migliorare ciò che lo circondava. Determinazione, ottimismo, fiducia nel futuro, insieme ai principi che lo guidavano: trasparenza, innovazione pratica, unione. "Si impegna per il successo degli altri – ha concluso – e questo rimane il suo insegnamento più profondo". 

Il 17 giugno si è tenuta la cerimonia di benvenuto al "Lamaro Pozzani" IL COLLEGIO ACCOGLIE I NUOVI CAVALIERI DEL LAVORO



gni anno l'ingresso dei nuovi Cavalieri del Lavoro segna un passaggio significativo nella vita della Federazione. La cerimonia del 17 giugno al Collegio Universitario "Lamaro Pozzani" ha riaffermato questo valore,

trasformando un appuntamento istituzionale in un incontro vivo tra percorsi e visioni del futuro.

A inaugurare la mattinata è stato il presidente della Federazione, Ugo Salerno, che ha richiamato l'essenza dell'onorificenza: entrare in una comunità dove la condotta civile precede ogni risultato economico. La nomina non è un traguardo ma un impegno che si rinnova, un invito a considerare l'impresa come attore civico capace di generare sviluppo e fiducia.

Le testimonianze dei neo insigniti hanno offerto uno sguardo vivo sul tessuto produttivo italiano: imprese nate da piccoli laboratori familiari, scelte coraggiose che hanno aperto nuovi mercati, innovazioni fondate sulla centralità del capitale umano. Racconti diversi, ma uniti dalla consapevolezza che l'impresa cresce insieme alla comunità in cui opera.

A chiudere la cerimonia sono stati gli interventi del Cavaliere del Lavoro Luigi Abete, presidente della Commissione per le attività di formazione del Collegio, e del professor Sebastiano Maffettone, coordinatore del Comitato Scientifico. Entrambi hanno sottolineato il senso profondo dell'incontro: un ponte tra chi guida l'impresa e chi si prepara a ereditarne le sfide, un passaggio di visioni e responsabilità che dà continuità alla missione della Federazione.

In questo spirito si è svolta anche la premiazione dei nove laureati del Collegio, momento che ha valorizzato l'impegno accademico dei giovani e il ruolo formativo della comunità del "Lamaro Pozzani".  (E.B.)



FONDAZIONI

Fondazione Cologni
dei Mestieri d'Arte

HOMO FABER 2026 A Venezia “L'Isola della Luce”

D

di Brunella
GIUGLIANO

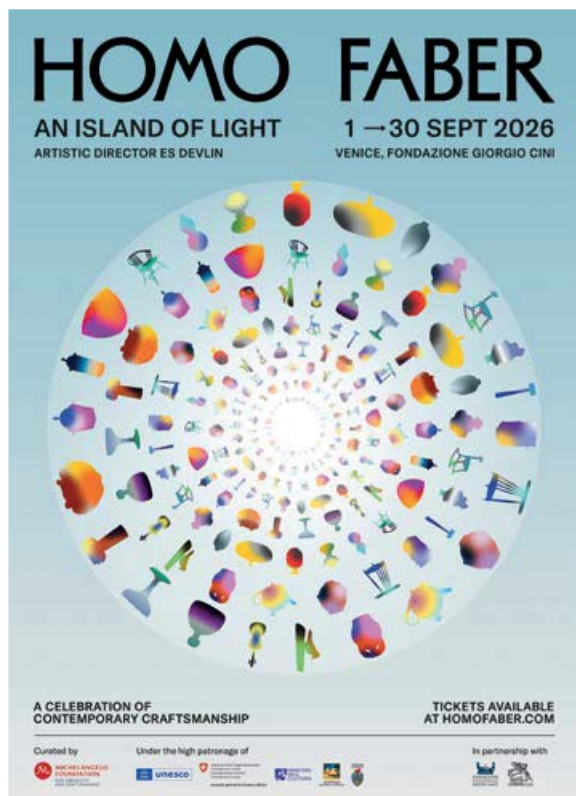
al 1° al 30 settembre 2026 l'Isola di San Giorgio Maggiore si trasformerà in un palcoscenico internazionale dedicato all'alto artigianato. Torna infatti Homo Faber Biennial, l'evento internazionale, giunto alla sua quarta edizione, che celebra il talento umano nella trasformazione creativa dei materiali e l'artigianato artistico contemporaneo.

A firmare la direzione
artistica dell'edizione 2026
è la designer
e scenografa britannica
Es Devlin, celebre
per le sue installazioni
immersive e multidisciplinari



La sede della Fondazione Giorgio Cini sull'Isola di San Giorgio Maggiore a Venezia © Matteo De Fina





Il filo conduttore di *An Island of Light* è la luce, intesa sia come elemento fisico sia come metafora del talento creativo. Devlin ha ideato un percorso composto da 15 installazioni scenografiche nelle quali acqua, specchi e movimento dialogano con la luce per valorizzare la maestria artigianale. In questo contesto la luce diventa una materia narrativa, capace di rivelare il legame profondo tra creatività, tecnica e trasformazione della materia. Il percorso invita il pubblico a scoprire come gli artigiani sappiano modellare questa energia, attraverso un'esperienza diretta e coinvolgente, mettendo in evidenza il rapporto essenziale tra conoscenza, materiali e immaginazione. I maestri artigiani, infatti, non saranno semplici protagonisti delle opere esposte, ma presenze attive all'interno del percorso, con dimostrazioni dal vivo e momenti dedicati alla condivisione delle tecniche e dei processi creativi.

"Dopo sole tre edizioni – afferma il presidente della Fondazione Giorgio Cini, Gianfelice Rocca – Homo Faber ha segnato in profondità l'immaginario attorno all'Isola di

Curata dalla Michelangelo Foundation for Creativity and Craftsmanship in partnership con la Fondazione Giorgio Cini, guidata dal Cavaliere del Lavoro Gianfelice Rocca, e la Fondazione Cologni dei Mestieri d'Arte (creata dal Cavaliere del Lavoro Franco Cologni), la manifestazione quest'anno si presenta con il titolo *An Island of Light* e riunirà negli spazi monumentali della Fondazione Giorgio Cini centinaia di maestri artigiani provenienti da decine di paesi, accomunati dalla volontà di celebrare il valore umano della creazione artistica e del saper fare.

A firmare la direzione artistica dell'edizione 2026 è la designer e scenografa britannica Es Devlin, celebre per le sue installazioni immersive e multidisciplinari. Il suo progetto *Library of Light*, realizzato a Milano nel 2025, ha attirato oltre 200mila visitatori, confermando la sua capacità di trasformare gli spazi in esperienze coinvolgenti e di forte impatto emotivo.

Simone Crestani Artisan © Alberto Parise

I maestri artigiani non saranno
semplici protagonisti
delle opere esposte,
ma presenze attive all'interno
del percorso, con dimostrazioni
dal vivo e momenti dedicati
alla condivisione delle tecniche
e dei processi creativi





Sena Gu Artisan © Jaiuk Jung

Novanta Young Ambassadors, provenienti da alcune delle più prestigiose scuole internazionali di design e arti applicate, accompagneranno il pubblico durante la visita, favorendo il dialogo tra generazioni e culture

San Giorgio e l'ha segnata persino fisicamente, grazie al recupero di diversi edifici e spazi. Si è così stretto il legame tra Homo Faber e San Giorgio che credo non sia più possibile pensare a Homo Faber in nessun altro luogo. Homo Faber è un progetto che sentiamo profondamente nostro, perché ne condividiamo i principi fondativi: apertura, ricerca, dialogo tra culture e discipline, internazionalità, sperimentazione e un'attenzione concreta ai giovani talenti e alle maestranze artigianali di tutto il mondo”.

Spiega Alberto Cavalli, Executive Director at Michelangelo Foundation for Creativity and Craftsmanship: “Homo Faber non è una mostra, un evento o un salone: è l'e-

spressione corale e federativa di un movimento globale, che vuole rimettere il talento umano nella trasformazione creativa e consapevole dei materiali al centro dell'attenzione. Crescita, territorio, lavoro, competenza: intorno a questi temi – sottolinea – Homo Faber celebra una bellezza realizzata con cura, fatta per durare”.

Accanto alla dimensione espositiva, Homo Faber conferma il proprio impegno nella formazione e nella trasmissione dei saperi. Novanta Young Ambassadors, provenienti da alcune delle più prestigiose scuole internazionali di design e arti applicate, accompagneranno il pubblico durante la visita, favo-

rendo il dialogo tra generazioni e culture. Il programma comprende inoltre workshop partecipativi ed esperienze tematiche, tra cui percorsi gastronomici pensati per rendere la visita ancora più coinvolgente e interattiva. L'iniziativa si estenderà ben oltre i confini dell'isola grazie al ritorno di *Homo Faber in Città*, il progetto che invita a scoprire il tessuto artigianale veneziano attraverso itinerari dedicati. Per tutto il mese botteghe, laboratori e atelier selezionati dalla *Homo Faber Guide* apriranno le proprie porte ai visitatori, mentre spazi culturali ospiteranno mostre ed eventi collaterali dedicati ai maestri artigiani italiani e internazionali.

Un programma diffuso che trasforma Venezia in una grande vetrina del saper fare contemporaneo, mettendo in dialogo tradizione, innovazione e patrimonio culturale. 

Franco Cologni *nominato Cavaliere del Lavoro nel 2002, è presidente della Fondazione Cologni dei Mestieri d'Arte, istituzione non profit fortemente voluta e costituita a Milano nel 1995 per difendere e promuovere in particolare l'artigianato d'arte, parte fondamentale del Made in Italy. La Fondazione è impegnata in importanti iniziative editoriali a livello universitario e in progetti di ricerca. Nel 2004, su sua iniziativa, viene aperta a Milano la Creative Academy, la nuova scuola di perfezionamento nel design, di cui è presidente onorario*





FONDAZIONI

Fondazione
Paolo e Giuliana Clerici

Archivi, restauri e progetti sociali: I MOLTI VOLTI DEL MECENATISMO

C'è un filo che lega il mare, l'arte, la solidarietà e la memoria. È quello che attraversa l'attività della Fondazione Paolo e Giuliana Clerici, nata nel 2017 per iniziativa del Cavaliere del Lavoro Paolo Clerici e oggi impegnata in un percorso che unisce tutela del patrimonio culturale, sostegno al sociale e valorizzazione delle comunità.

L'esempio più recente è la restituzione, a fine giugno, alla città di Pietrasanta del Complesso di Sant'Agostino, sorto all'inizio del Trecento e che rappresenta uno dei luoghi simbolo della storia e dell'identità della città di Lucca. Dopo sei anni di lavori e un investimento di oltre 900mila euro sostenuto integralmente dalla fondazione, il complesso è tornato al suo splendore originario, restituendo alla comunità non solo un monumento restaurato ma anche nuove conoscenze sulla sua storia. Le ricerche condotte durante il cantiere hanno infatti portato alla luce elementi inediti sulla costruzione della facciata e sulla straordinaria varietà dei marmi utilizzati.

Il progetto di Sant'Agostino rappresenta una sintesi efficace della visione che guida la fondazione: intervenire là dove il patrimonio culturale può tornare a essere

Complesso di Sant'Agostino restaurato

un bene vivo, capace di generare conoscenza, identità e partecipazione.

“La fondazione nasce da un principio semplice: restituire valore ai territori e alle comunità che hanno contribuito alla nostra storia. Significa sostenere progetti che abbiano un impatto concreto e duraturo, che si tratti di recuperare un monumento, valorizzare un archivio storico o affiancare realtà impegnate nel sociale. Credo che il ruolo dell’impresa non si esaurisca nella creazione di ricchezza economica, ma comprenda anche la responsabilità di contribuire alla crescita culturale e civile del Paese”, afferma Paolo Clerici.

Questa visione trova una delle sue espressioni più significative a Genova, dove la fondazione ha scelto di investire nella salvaguardia di uno straordinario patrimonio documentario: l’Archivio Fotografico Francesco Leoni,

dichiarato di interesse storico-culturale dalla Soprintendenza Archivistica della Liguria e composto da oltre quattro milioni di immagini che raccontano oltre mezzo secolo di vita italiana.

Grazie al comodato con il Mu.MA, l’Istituzione dei Musei del Mare e delle Migrazioni, la fondazione ne garantisce oggi la conservazione, la catalogazione e la valorizzazione permanente presso il Galata Museo del Mare, il più grande museo marittimo del Mediterraneo.

Negli ultimi anni questo impegno si è tradotto in un articolato programma espositivo che ha portato le immagini dell’Archivio Leoni in Liguria e in altre città italiane. Sette mostre, ospitate in otto diverse sedi, hanno raccontato il Novecento attraverso lo sguardo di Francesco Leoni e dei fotografi dell’agenzia. L’ultima esposizione, “Cronache estive”, in corso a Genova a Palazzo della Borsa fi-

Il Complesso di Sant’Agostino rappresenta uno dei luoghi simbolo della storia e dell’identità della città di Lucca. L’intervento di restauro ha portato alla luce elementi inediti sulla costruzione della facciata e sulla straordinaria varietà dei marmi utilizzati



La Sala “Navigare nell’Arte” all’interno del Galata Museo del Mare

TRASPARENZA E TRACCIABILITÀ: I VALORI DELLA MODA RESPONSABILE



Cavaliere del Lavoro Laura Colnaghi Calissoni
Presidente e AD del Gruppo Carvico

CARVICO

carvico.com

L'industria della moda è una realtà in continua evoluzione che riveste un ruolo cruciale rispetto alle tematiche ambientali.

Seconda solo al settore petrolifero, la filiera tessile produce circa il 10% delle emissioni globali di gas serra ed è uno dei principali consumatori mondiali di acqua dolce. Secondo una ricerca della Commissione Europea, l'80% dell'impatto ambientale di un prodotto è determinato già nella fase di progettazione.

È nella scelta delle fibre, dei processi, delle lavorazioni, che si definisce quanto un capo di abbigliamento peserà sull'ecosistema nel corso della sua intera esistenza. Per il designer scegliere in modo consapevole non è solo una questione estetica, ma anche una responsabilità industriale.

Le fibre sintetiche derivano prevalentemente da risorse fossili sempre più limitate, richiedono processi produttivi ad elevato consumo energetico, generano emissioni di CO₂ significative e comportano il rischio

concreto di disperdere nell'ambiente sostanze chimiche pericolose durante la lavorazione.

“Uno dei nodi più critici nella transizione verso una maggiore responsabilità della moda è la credibilità. In un mercato sempre più attento all'impatto delle proprie scelte di consumo, il rischio del cosiddetto greenwashing è reale e concreto: senza il supporto di prove documentarie solide e verificabili, qualsiasi affermazione in materia ambientale non può essere considerata attendibile”, afferma Laura Colnaghi Calissoni, Presidente e Amministratore Delegato del Gruppo Carvico, eccellenza nel mondo dei tessuti indemagiabili e circolari per sport, beachwear e abbigliamento tecnico.

Una parte della collezione di Carvico S.p.A. è realizzata con almeno il 70% di materie prime rigenerate da materiali di scarto pre e post consumer. In tema di tracciabilità lungo la filiera, le certificazioni ottenute garantiscono la veridicità delle dichiarazioni ambientali. Tutti i tessuti Carvico realizzati con materiali rigenerati sono certificati GRS (Global Recycled Standard), uno dei protocolli più riconosciuti a livello internazionale che verifica come le fibre provengano effettivamente da materiale post-consumo e/o post-industrial e non da materia vergine.

“Le certificazioni, però, da sole non sono sufficienti, devono essere accompagnate da un cambiamento della cultura aziendale orientato alla trasparenza e supportato da investimenti in ricerca e sviluppo. Carvico basa il proprio operato su iniziative volte a migliorare l'efficienza dei processi produttivi attraverso azioni concrete come la riduzione dei consumi di acqua ed energia, l'uso responsabile delle sostanze chimiche e una gestione ottimale dei rifiuti. A supporto di questo percorso, dal 2024 pubblichiamo il Bilancio di Sostenibilità, con l'obiettivo di rendicontare in modo tracciabile le attività e i risultati raggiunti” dichiara Laura Colnaghi Calissoni.

In questo cambio di paradigma, la tecnologia è un'alleata per il raggiungimento degli obiettivi e per mantenere alto il livello qualitativo dei prodotti.

La sostenibilità ambientale non è solo una pressione normativa o una moda passeggera.

È una sfida strutturale e un'opportunità straordinaria, necessaria per plasmare il futuro della moda.

L'attenzione alla sostenibilità, intesa come salvaguardia di valori e gestione responsabile delle attività produttive, è una condizione più che consolidata per Carvico, espressione di una cultura imprenditoriale lungimirante.



“Credo che il ruolo dell’impresa non si esaurisca nella creazione di ricchezza economica – afferma il Cavaliere del Lavoro Paolo Clerici –, ma comprenda anche la responsabilità di contribuire alla crescita culturale e civile del Paese”



Paolo Clerici, Presidente e Ad Coeclerici

no a fine luglio, racconta quasi novant’anni di vita ligure. Il mare costituisce uno degli elementi identitari della storia imprenditoriale della famiglia Clerici. Ne è testimonianza la collaborazione con il Galata Museo del Mare di Genova e la realizzazione della Sala Coeclerici “Navigare nell’Arte”, che ospita una selezione della Collezione Marittima della Fondazione Paolo e Giuliana Clerici. Con oltre 250 opere tra dipinti, acquerelli e testimonianze iconografiche, la raccolta è oggi riconosciuta come la più importante collezione privata italiana dedicata al mare e una delle più rilevanti in Europa.



Le gemelle Kessler in uno scatto del 1966 – Archivio fotografico Francesco Leoni

Accanto alla tutela del patrimonio culturale, la Fondazione dedica una parte significativa delle proprie attività all’impegno sociale, sostenendo realtà che operano in ambiti diversi: dal FAI a Fondazione AIRC, da Flying Angels a Fondazione San Patrignano, da Progetto Itaca a Fondazione IEO CCM, fino ad Amici di Cometa e Friends of Genoa.

Particolarmente significativo è il sostegno a Progetto Itaca, punto di riferimento nazionale nel campo della salute mentale. La fondazione è partner storico dell’iniziativa benefica “Il Bel Viaggio”, contribuendo a sostenere programmi dedicati all’inclusione sociale e lavorativa delle persone che convivono con un disagio psichico e delle loro famiglie.

Tra i progetti futuri figura il contributo al recupero delle statue monumentali dell’Albergo dei Poveri di Genova, promosso insieme a Friends of Genoa e che verrà presentato al pubblico in autunno. 🇮🇹 (B.G.)



Paolo Clerici è stato nominato Cavaliere del Lavoro nel 2003. È presidente e amministratore delegato di Coeclerici, società fondata nel 1895 da Henry Coe, uomo d'affari scozzese, di cui divenne partner il nonno Alfonso all'inizio del '900. Nel 1992 diventa presidente e amministratore delegato della società, che sviluppa un alto grado di specializzazione ed effettua acquisizioni in settori strategici, avviando il processo di espansione internazionale e ristrutturazione del Gruppo in quattro specifici segmenti di business: estrazione di carbone metallurgico da una miniera di proprietà in Siberia; commercializzazione di materie prime; logistica integrata e trasbordo armatoriale. Oggi il Gruppo ha oltre 1.200 dipendenti ed esporta il 99% della produzione

Federazione Nazionale dei Cavalieri del Lavoro

Collegio Universitario Lamaro Pozzani



Eccellenza
in
formazione

Eccellenza
per
passione



Contribuire alla formazione di giovani in grado di raggiungere posizioni di responsabilità in ogni ambito lavorativo. Dal 1971 il Collegio dei Cavalieri del Lavoro "Lamaro Pozzani" ospita studenti meritevoli da tutta Italia permettendo di compiere i loro studi universitari a Roma. Corsi di business, di geopolitica, lingue straniere, incontri con personalità

del mondo dell'impresa e delle istituzioni, visite in centri di ricerca, siti produttivi e luoghi d'arte, esperienze all'estero: il Collegio è il luogo nel quale si incrociano le testimonianze di chi ha raggiunto posizioni di rilievo nel mondo del lavoro e la speranza di chi si sta formando per avere un futuro da protagonista.



CAVALIERI DEL LAVORO
COLLEGIO UNIVERSITARIO
LAMARO POZZANI



Il Collegio Universitario "Lamaro Pozzani" aderisce alla Conferenza nazionale dei Collegi di Merito riconosciuti dal Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

ABOCA MUSEUM

la lezione di Pacioli

FONDAZIONI



A

Sansepolcro, in provincia di Arezzo, città profondamente legata alla figura di Fra' Luca Pacioli, ha aperto al pubblico "De Divina Proportione: mito, mistero e armonia per le nuove scienze del vivente", una mostra permanente ideata e curata dal Cavaliere del Lavoro Valentino Mercati, fondatore e presidente di Aboca, azienda italiana leader nella ricerca e nello sviluppo di prodotti per la salute a base di complessi molecolari naturali. L'iniziativa segna un nuovo capitolo del percorso culturale promosso da Aboca Museum, realtà unica nel pano-

rama europeo dedicata alla storia delle piante medicinali, della cura e del rapporto tra essere umano e natura. Nato nel 2002, il museo, interamente consacrato a questi temi, è diventato nel tempo un punto di riferimento internazionale per la ricerca, la divulgazione e la valorizzazione del patrimonio storico-scientifico legato alle scienze del vivente.

In questo quadro, la mostra dedicata a Fra' Luca Pacioli, matematico, umanista e teologo nato proprio a Sansepolcro, arricchisce un progetto culturale costruito in oltre vent'anni e ne amplia ulteriormente la missione: non solo custodire la memoria del passato, ma offrire

chiavi di lettura per comprendere le grandi trasformazioni del presente e il rapporto, sempre più complesso, tra uomo, natura e conoscenza scientifica.

Il titolo della mostra richiama il celebre trattato “De Divina Proportione” di Pacioli, un’opera che, anche grazie ai disegni di Leonardo da Vinci e all’eredità artistica di Piero della Francesca, è diventata uno dei manifesti più rappresentativi del pensiero rinascimentale. In quelle pagine, la proporzione non è soltanto una regola matematica o estetica: è il principio che governa l’ordine del mondo, il legame tra uomo e natura, la ricerca di armonia tra le diverse dimensioni dell’esistenza.

Il visitatore è accompagnato in una rilettura del rapporto tra umanità e Creato, attraverso secoli di evoluzione culturale e scientifica. La mostra propone, infatti, una riflessione sui grandi interrogativi che gravano sul futuro del pianeta.

Secondo la prospettiva dell’esposizione, i progressi della biologia, della genetica e delle neuroscienze consentono oggi di osservare la vita a livelli di complessità impensabili fino a pochi decenni fa. L’essere umano emerge così non come una realtà separata dalla natura, ma come parte integrante di una rete di relazioni che coinvolge piante, animali, microrganismi e ambiente. Una visione che trova forti consonanze con il pensiero rinascimentale e con l’idea di equilibrio universale che ispirava l’opera di Pacioli. “Il pensiero di Luca Pacioli ci ricorda che uomo e natura non sono sistemi separati. Oggi, di fronte alle grandi sfide ambientali e scientifiche del nostro tempo, quel modello rinascimentale fondato su misura, equilibrio e armonia torna straordinariamente attuale. Comprendere l’interconnessione tra tutte le forme del vivente è la condizione necessaria per costruire il futuro”, osserva il Cavaliere del Lavoro Valentino Mercati.

La mostra, ideata e curata dal Cavaliere del Lavoro Valentino Mercati, richiama nel titolo il celebre trattato “De Divina Proportione” di Fra’ Luca Pacioli, un’opera che è diventata uno dei manifesti più rappresentativi del pensiero rinascimentale



“Oggi, di fronte alle grandi sfide ambientali e scientifiche del nostro tempo, quel modello rinascimentale fondato su misura, equilibrio e armonia torna straordinariamente attuale”, osserva il Cavaliere del Lavoro Valentino Mercati

In questo contesto, Sansepolcro assume un valore simbolico particolare. Il nuovo spazio museale si sviluppa in un luogo ricco di significati storici e spirituali: il convento francescano con la cella di Luca Pacioli, l'antico orto, la casa natale di Piero della Francesca e i bastioni cinquecenteschi che testimoniano il ruolo centrale della città nell'età umanistica e rinascimentale. Un auten-



La stanza delle erbe all'Aboca Museum



Antica farmacia dell'800

tico *genius loci* che continua a generare cultura, conoscenza e innovazione.

Non è un caso che proprio in questo territorio sia cresciuta l'esperienza di Aboca. Le coltivazioni che da secoli caratterizzano la Valtiberina, dalle antiche produzioni di guado alle piante medicinali, hanno alimentato un legame profondo tra territorio, economia e ricerca. Un patrimonio che Mercati ha saputo recuperare e reinterpretare attraverso un modello d'impresa fondato su sostenibilità e innovazione scientifica.

Nel tempo, il museo Aboca è diventato un punto di riferimento internazionale anche grazie alla Bibliotheca Antiqua, che custodisce oltre tremila volumi storici dedicati alle piante medicinali, e alle attività del Centro Studi, che collabora con università e istituti di ricerca.  (B.G.)

Valentino Mercati è stato nominato Cavaliere del Lavoro nel 2014. È fondatore di Aboca, azienda leader nella produzione di dispositivi medici e integratori alimentari a base di sistemi di sostanze naturali, nonché ideatore e fondatore di Bios-Therapy, Physiological Systems for Health, società di ricerca specializzata nell'ambito della biologia dei sistemi. È presidente onorario della capogruppo, che segue una produzione biologica verticalizzata di più di 70 specie di piante medicinali

Confindustria Servizi, da sempre al tuo servizio

esperienza. innovazione. efficienza.

IMMOBILIARE



GLI UFFICI

Presso il palazzo di Viale dell'Astronomia, si offrono soluzioni flessibili grazie a spazi modulabili che **consentono di realizzare** uffici singoli, uffici doppi, open space, sale riunioni e archivi, tutti strutturati a seconda delle attività e delle esigenze.

EVENTI



IL CENTRO CONGRESSI

L'**Auditorium della Tecnica**, con capienza di **800 posti**, dispone di sofisticate dotazioni illuminotecniche, video e audio, di un ampio Foyer, di 7 salette VIP e di un'area espositiva di **1.200 mq.** Il Centro Congressi, collegato all'Auditorium, dispone di ulteriori 18 sale riunioni che possono ospitare dalle 10 alle 250 persone.

BUSINESS



LE CONVENZIONI

Retindustria gestisce le convenzioni nazionali del Sistema. Una rete di partner che supporta le aziende associate a Confindustria a migliorare il proprio business con **offerte dedicate** ed esclusive nei principali settori di attività, grazie ai significativi **risparmi** sull'acquisto di prodotti e servizi in convenzione.

CULTURA D'IMPRESA



L'EDITORIA

L'Imprenditore, rivista ufficiale della Piccola Industria, **QualeImpresa**, house organ dei Giovani Imprenditori e la **Rivista di Politica Economica** promuovono la diffusione della cultura d'impresa con approfondimenti, rubriche e interviste, offrendo alle imprese anche la possibilità di un'ampia visibilità attraverso l'acquisto di spazi pubblicitari.



CONFINDUSTRIA
SERVIZI

al servizio della tua impresa

Viale L. Pasteur, 6 - 00144 Roma
Tel. (+39) 06 5903237
www.confindustria.it/home/confindustria-servizi

THE GAVI



DISCOVER THE EMOTIONS

IMMAGINA IL TUO FUTURO CON NOI

In Fainplast esploriamo ogni giorno i confini dell'universo del compound e definiamo nuovi standard che permettono all'industria delle materie plastiche di evolvere.



IDEE IN PLASTICA

Lavoriamo ogni giorno al fianco dei nostri clienti per capire le loro esigenze e trasformare le loro idee in un prodotto finito che sia bello e funzionale



RICERCA E SVILUPPO

Crediamo che un'efficace attività di ricerca sia l'unica strada per offrire prodotti innovativi, sempre più performanti e competitivi



PRODUZIONE

Impianti all'avanguardia combinati con una notevole flessibilità produttiva ci permettono di servire i nostri clienti con rapidità e costanza qualitativa.

POLYOLEFIN AND PVC
COMPOUNDS