



# IMPRESE & LAVORO



«Non c'è buona economia senza buoni imprenditori» PAPA FRANCESCO

## CRESCERE IL DESIGN IN BRIANZA VISIONE SUL POST PANDEMIA

La strategia di Mdf Italia, sede a Mariano Comense, per il rilancio dello storico brand Acerbis acquisito due anni fa  
«Nell'anno del Covid il mercato ha tenuto, spazio casa rivalutato. Attesa per il format del Salone a settembre»

MARIA GRAZIA GISPI

**A**cerbis, punto di riferimento per il design, è stata una delle prime aziende italiane ad aver preso parte alle edizioni di esordio del Salone del Mobile di Milano, partecipandovi per la prima volta nel 1965. Acquisita da Mdf Italia, base a Mariano, due anni fa, una selezione della rinovata collezione Remasters di Acerbis è in esposizione nello showroom Spotti a Milano fino al 29 maggio. La regia è di Marco Cassina, Head of marketing and communication Mdf Italia.

**Quando e come è avvenuta l'acquisizione del marchio storico Acerbis da parte di Mdf?**

Nel 2019 abbiamo dato l'annuncio proprio poche ore prima dell'avvio di quello che è stato l'ultimo Salone del Mobile di Milano, fino ad oggi. In quella occasione Acerbis è stata presente al Salone per raccontare l'esito del Poperazione di unione ai retailer. Il Salone 2020 sarebbe stata la prima presentazione del rebranding e del rilancio commerciale con i nuovi direttori creativi: Francesco Meda e David Lopez Quincoces. Un passaggio importante che l'anno scorso ci è mancato molto perché la rete di vendita ha bisogno di vedere e toccare quelle che sono delle icone, pezzi di storia del design disegnati dai grandi maestri italiani e internazionali.

**Ora la notizia del Salone a settembre in una formula inedita, come vi potete?**

Ci stavamo preparando per presentare le novità, nel caso di Acerbis si tratta delle riedizioni dei pezzi di archivio e ipotizzavamo dei lanci in digitale. Ora siamo in attesa di dettagli sulla tipologia di format che è stata immaginata per il Salone previsto in Fiera Milano in autunno, quale sarà la strategia e le modalità di partecipazione proposte, in modo da valutare come presentare i prodotti.

**Come è organizzata la produzione degli oggetti d'arredo di Mdf e di Acerbis?**

Mdf non ha una produzione interna, lavorando su diversi materiali si avvale di un network di terzisti. Mentre Acerbis aveva sede storica a Seriate, in provincia di Bergamo. Quando è stata acquisita è stato spostato quello che veniva prodotto all'interno e, per una parte delle collezioni, è stato collocato presso partner già fornitori di Mdf, per altri prodotti abbiamo dovuto ricostrui-

re da zero la filiera. Tutto il processo ha trovato fornitori in Brianza, nel distretto del mobile, e per una piccola parte in Veneto.

**Quali sono le differenze da conservare tra le due storie e quali invece sono i punti di convergenza?**

Stiamo lavorando per mantenere distinte le identità dei due marchi, con cataloghi, siti e comunicazione differenziati. I due brand si posizionano in modo diverso sul mercato. Acerbis è ancora molto noto in Italia e tradizionalmente riconosciuto in America e in generale overseas, Enrico Acerbis ha rapporti storici e consolidati con i retailer Usa. La produzione di Mdf, per il 75% destinata all'estero, è molto forte nell'Europa continentale, mentre Acerbis in Europa ha perso un po' della sua forza e stiamo cercando di ricostruire una rete commerciale avvalendoci dei canali di Mdf.

**Qual è la strategia prevista per il rilancio del marchio Acerbis?**

Si è approfittato dello spostamento della produzione per apportare un ammodernamento tecnologico all'interno dei prodotti Acerbis e si sta lavorando ora sulla collezione storica con i direttori creativi Francesco Meda e David Lopez Quincoces. Nell'analisi e ricerca di archivio sono stati valorizzati dei progetti dei grandi maestri del design che hanno collaborato con Acerbis, tra le migliori firme nazionali e internazionali, e sono stati scoperti disegni che non erano entrati in collezione, progetti di Magistretti che non sono stati portati a termine. Abbiamo così pensato di realizzarli. Le future collezioni vedranno il coinvolgimento dei più interessanti desi-



Marco Cassina, a capo di marketing e comunicazione di Mdf Italia

gnier di ultima generazione, ma nella prima parte del loro incarico Meda e Lopez Quincoces si concentrano sul riscoprire i design più originali e audaci dell'archivio Acerbis, reinterpretandoli per il mercato attuale.

**Vedremo il risultato nell'evento presso Spotti a Milano?**

In parte si presenta una selezione di prodotti d'archivio realizzati dai maestri del design italiano reinterpretati in chiave contemporanea. Sono riviste le di-

mensioni e le finiture applicate al prodotto per unificare il linguaggio dei nuovi oggetti della collezione Masters e aggiornarli al contemporaneo con finiture storiche. Il lavoro che stanno facendo i due stilisti è cercare di reinterpretare le icone del passato nel rispetto dei disegni originali applicando finiture più attuali, rinnovando la scelta dei materiali anche con nuove proporzioni più decise e attuali ed è rinvigorita la palette colori. Sono anche state recuperate tec-

niche che inizialmente erano utilizzate dal brand Acerbis per le quali era riconosciuto. Primo esempio è il laccato lucido poliestere, uno dei tratti che ancora oggi si sottolinea perché caratteristica e differenzia il prodotto da tanti altri, per questo la laccatura è stata applicata anche nella riedizione.

**Quali competenze sono necessarie per realizzare oggetti così come immaginati dai maestri del design? Ricostruendo le filiere ci sono**

diversi passaggi da realizzare sul pezzo. Abbiamo fatto ricorso ad artigiani che conoscevano nel dettaglio il marchio, per esempio per il laccato lucido particolare di Acerbis ci siamo rivolti all'artigiano storico della bergamasca che era specializzato in questa finitura così come era stata voluta a suo tempo. Altre di forniture sono state realizzate con tecnologie più avanzate come, per esempio, gli elementi in legno massello o alcuni dettagli come la cerniera di Sheraton, una struttura e top contenitore con ante ad apertura "scivolorotante", sistema che combina l'apertura scorrevole con quella a cerniera. Si è intervenuti anche sullo scorrimento, prima si utilizzavano delle guide in plastica, ora sono estrusi in alluminio. Il know-how di Mdf è molto tecnico ed è servito per aggiornare i prodotti.

**Quali prospettive si aprono per gli oggetti di arredo dopo un periodo di lavoro agile che preannuncia un uso ibrido degli ambienti domestici?**

Nel 2020 il mercato dell'arredo ha tenuto. Le persone hanno riscoperto il vivere la casa, hanno rivalutato gli spazi e fatto scelte per migliorare i loro ambienti anche per poter lavorare. Alcuni prodotti in collezione hanno avuto un successo commerciale maggiore proprio perché si adattano molto bene per l'home office come, ad esempio, Ghostwriter della collezione Acerbis, realizzato nel 2017 e presentato al Salone del Mobile di Milano, ma anche altri prodotti vengono reinterpretati per lo stile di vita contemporaneo: pensati per la casa ma utilizzabili per il lavoro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## «Marchio portabandiera del made in Italy»

Origini in Valle Seriana, Acerbis è stata fondata nel 1870 da Benvenuto Acerbis ed è passata di padre in figlio fino ad oggi. Con Lodovico Acerbis l'avvio della produzione in serie negli anni '60, epoca caratterizzata dalle collaborazioni con alcuni dei più innovativi designer italiani e internazionali come Massimo e Lella Vignelli, Vico Magistretti, Nanda Vigo, Gianfranco Frattini, Giotto Stoppino, Mario Bellini e Andrea Branzi.

Grazie alla reinterpretazione da parte dei suoi designer di credenze, librerie e mobili conteni-

tori, molti degli arredi Acerbis sono oggetto di esposizione nei più prestigiosi musei del mondo, come il Museo di Arte Moderna di New York e il Victoria & Albert Museum di Londra.

A partire dal 2019, Mdf Italia ha acquisito il marchio Acerbis. «Questa acquisizione garantisce la forza e la continuità di un marchio che è sempre stato un portabandiera nel mondo del design» afferma Enrico Acerbis, che rappresenta la quarta generazione del brand. Con la fusione l'organizzazione produttiva, commerciale e di marketing delle due società ha una sede co-



Il tavolo Maestro di Gianfranco Frattini FOTO ALBERTO STRADA

mune a Mariano Comense.

Nel ruolo di nuovi direttori creativi di Acerbis, Francesco Meda e David Lopez Quincoces uniscono i loro punti di forza nell'ambito dell'architettura e del design industriale. Con una passione per la storia del design e una percezione visionaria del contemporaneo, i due hanno cominciato a reinterpretare gli oggetti di archivio Acerbis, riproponendo e aggiornando creazioni la cui modernità è evidente ancora oggi. Una selezione degli oggetti è presentata nello speciale allestimento in show room da Spotti a Milano, su appuntamento. Per l'occasione sono presentate per la prima volta anche alcune delle novità prodotte 2021 del brand.

## Il credito

## Imprese e famiglie in difficoltà



## I pagamenti

*Le aziende della Lombardia sono le migliori per puntualità*

In base allo studio pagamenti di Cribis, aggiornato al 31 dicembre 2020, la Lombardia, con il 45,3% di imprese che pagano alla scadenza i propri fornitori, è al primo posto della classifica italiana della puntualità. L'emergenza Covid ha fatto

aumentare del 30,3% i ritardi gravi, passati dal 6,6% del 2019 all'8,6% del 2020. La Lombardia è comunque la terza regione con meno ritardi gravi in assoluto.

Fra le quindici province italiane le cui imprese fanno

segnare rispetto al 2019 un peggioramento fra il 40 e il 60% nei pagamenti oltre 30 giorni, quattro sono lombarde: Lodi, che in Italia è quella con l'incremento più elevato in assoluto (+64,3%), Pavia (+45,3%) Bergamo (+40,5%) e Sondrio (+39%).

# «NUOVE STRATEGIE ANCHE NEI SERVIZI»

Stefano Monferrà, docente in Cattolica: «La manifattura ha saputo innovare. Devono riuscire a farlo i ristoranti, le imprese del turismo e del commercio»

MARIA G. DELLA VECCHIA

A fine giugno scadranno le moratorie concesse da decreto legge Cura Italia sul rimborso di mutui e altri finanziamenti alle banche per 2,7 milioni fra imprese e famiglie, per un totale di quasi 300 miliardi di euro e il principale sindacato dei bancari, la Fabi, sottolinea come a causa delle difficoltà che ancora persistono nella crisi per Covid il rischio è che tali posizioni vengano classificate in default. Per quanto riguarda le aziende, le realtà coinvolte sono 1,3 milioni per un totale di finanziamenti di 198 miliardi di euro. Dall'Abi alle associazioni d'impresa, la richiesta è di ottenere una nuova proroga fino a fine 2021 contando che nel frattempo la campagna vaccinale consenta un rientro della pandemia e una vera ripresa economica. Una richiesta che arriva in un momento in cui, a differenza di una decina di anni fa quando le banche erano parte direttamente coinvolta in una forte crisi economico-finanziaria, «oggi il sistema bancario non è oggetto di crisi, è fortemente capitalizzato e può aiutare il sistema ad uscire dalle difficoltà il più velocemente possibile», afferma Stefano Monferrà, professore ordinario di Economia degli intermediari finanziari e direttore del centro studi Banks in Università Cattolica.

Professore, si ritiene verosimile che alla fine una nuova moratoria fino



Stefano Monferrà, docente di Economia degli intermediari finanziari

a fine anno sui rimborsi alle banche arriverà. Cosa possono fare le piccole e medie imprese per non ritrovarsi comunque a fine moratoria con un problema ancora da risolvere, solo spostato un po' più avanti nel tempo?

D'accordo: sei mesi di moratoria in più vanno bene, visto che ancora ci sono grandi difficoltà generali. Ma già fin d'ora, guardando anche solo alla scadenza della moratoria a giugno, c'è tempo sufficiente affinché le piccole attività inizino a fare un'analisi individuale e approfondita della propria situazione e giochino d'anticipo col sistema bancario. Consideriamo ad esempio le attività più piccole del commercio e del turismo, imprenditori che di questi tempi nella maggior parte dei casi de-

vono superare anche un problema di depressione personale da lavoro. È chiaro che stringe il cuore sapere, per così dire, che hanno dovuto rompere il salvadanaio dei figli per andare avanti. Ma a chi non sa riposizionare i propri conti dico di andare in associazione e chiedere di essere aiutato a ritrovare una visione e un progetto, oltre che di sistemare la situazione con la propria banca anche rimodulando i finanziamenti. Solo a quel punto, con la situazione ben riposizionata, il fatto che una moratoria arrivi a scadenza non aprirà un baratro. Ci sono due mesi da qui a giugno, un tempo in cui se si vuole si può fare molto.

Chi prima arriva prima viene ascoltato in banca?

Sì, questo è il momento giusto. Non si aspetti la fine della moratoria, si agisca subito anticipando il dialogo con la banca. Se si va per primi in banca si è più ascoltati, mentre poi, con la massa di richieste la banca non avrà più tempo. E, soprattutto, si agisca ripensando a un nuovo modo di fare impresa, soprattutto per quelle attività fra cui ad esempio i bar, che dato il cambiamento del modello organizzativo e di lavoro indotto dal Covid, non lavoreranno più nello stesso modo di prima della pandemia. Per loro cambierà tutto.

Quindi non solo ristrutturazione del debito, ma anche del business? Cosa dire, ad esempio, in tal senso a uno dei tanti baristi con l'attività sostanzialmente ferma?

Sì, è necessario ristrutturare il business. Passando dal generale al particolare, il suggerimento è duplice: primo, decidere nel modo più neutro possibile, senza considerare che, come spesso accade, la propria attività è vissuta come fosse un figlio. È necessario capire con distacco se si ha davvero una speranza o se si è al capolinea.

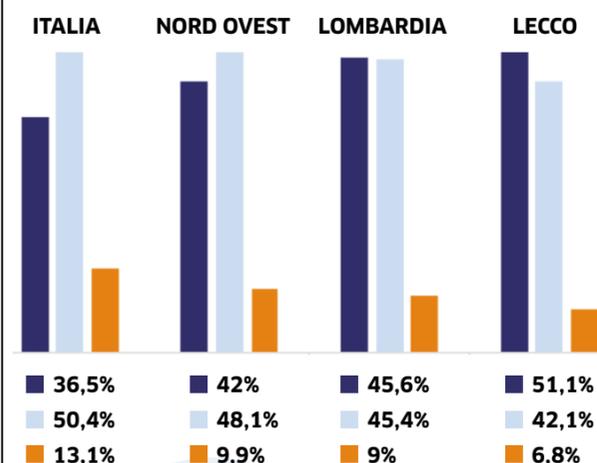
Cosa fa la differenza fra le due cose?

La differenza sta nell'aver o meno risorse legate a investimenti immobiliari, oppure in titoli o altro: se risposta è sì, allora si decida se si vuole lasciare intatti e considerarli come la propria pensione o se si vogliono buttare nell'azienda e in un nuovo progetto, decidendo cosa si

## I tempi di pagamento delle imprese

Abitudini di pagamento per classi di ritardo (2021)

■ Entro la data di scadenza ■ Fino a 30 giorni  
■ Oltre i 30 giorni



«È necessario riuscire a capire se l'attività è al capolinea»



«Se il business si evolve muta il rapporto con le banche»

vuol fare e studiando mercato e clienti. Farlo e sedersi a un tavolo mettendo delle proiezioni su un foglio Excel è importante: decidendo di usare risorse personali e con un progetto in mano a quel punto si va a negoziare in banca e le cose cambiano.

Titolari di bar e ristoranti hanno considerato ininfluente i sostegni di Stato. Per loro la richiesta massiva di moratoria sui prestiti bancari è stata una scelta obbligata, ma a moratoria finita, per quanto prorogata, i nodi torneranno al pettine. Non è un imbuto troppo stretto per credere che tante attività riusciranno a risollevarsi?

La parte commerciale data da alberghi, ristoranti e bar do-

## «Nelle imprese meccaniche poche le tensioni creditizie»

## L'analisi

Rodolfo Stropeni è vice direttore di Confindustria e consigliere Confidi

«Mai vista nel metalmeccanico una quiete finanziaria come quest'anno».

L'osservazione è di Rodolfo Stropeni, vice direttore di Confindustria Lecco e Sondrio, responsabile dell'area Politiche

economiche e amministrative dell'associazione oltre che consigliere di Confidi Systema.

Stropeni aggiunge: «Non vorrei fare il bastian contrario rispetto a ciò che sentiamo sulla difficoltà dei rimborsi alle banche da parte delle imprese, ma non abbiamo sentito di tensioni finanziarie fra le nostre imprese del settore, anche se siamo consapevoli delle sofferenze che continuano ad esserci al di fuori del settore manifatturiero più

votato alle esportazioni». In Confindustria Lecco e Sondrio le imprese metalmeccaniche sono il 55% delle iscritte e anche fra loro, conferma Stropeni, fin dalla primavera del 2020 diverse hanno utilizzato i finanziamenti agevolati coperti dalla garanzia di Stato, soprattutto nel segmento che riguarda i prestiti fino a 5 milioni di euro garantiti dal Fondo di garanzia per il 90% del valore.

«Lo Stato ha sostenuto le im-

prese - sottolinea Stropeni -. Da parte nostra attraverso il Confidi abbiamo sostenuto l'accesso a tanta finanza diretta, per crediti fra i 100 mila e i 150 mila euro utili, quindi, per le nostre imprese più piccole. Lo abbiamo fatto soprattutto nei mesi di aprile, maggio e giugno dell'anno scorso, al manifestarsi della prima fase dell'emergenza pandemica. Su Lecco e Sondrio abbiamo seguito in tutto circa una trentina di domande, ma a partire dalla seconda metà del 2020 questo tipo di richiesta è calata perché nel frattempo le aziende si sono attivate per ottenere i benefici di Stato, sia quelli erogati come contributi a fondo perduto sia i finanziamenti garantiti».

La liquidità non è mancata, il



Rodolfo Stropeni, Confindustria

fronte industriale mediamente non sembra riferire particolari ansie finanziarie e, comunque, «è possibile che le aziende meno strutturate che ad esempio non hanno richiesto in tempo i soldi del Decreto liquidità si trovino in una certa difficoltà».

Anche Confindustria ha chiesto al Governo la proroga fino al 31 dicembre della moratoria sui rimborsi alle banche dei finanziamenti garantiti, proroga inserita nel nuovo Def in aggiunta al prolungamento fino al 31 dicembre delle garanzie di Stato. Il mondo dell'impresa chiede anche di allungare i tempi di rimborso dei finanziamenti garantiti portandoli dagli attuali 6 anni a 15 anni, richiesta che rimane ad oggi sospesa. **M. Del.**

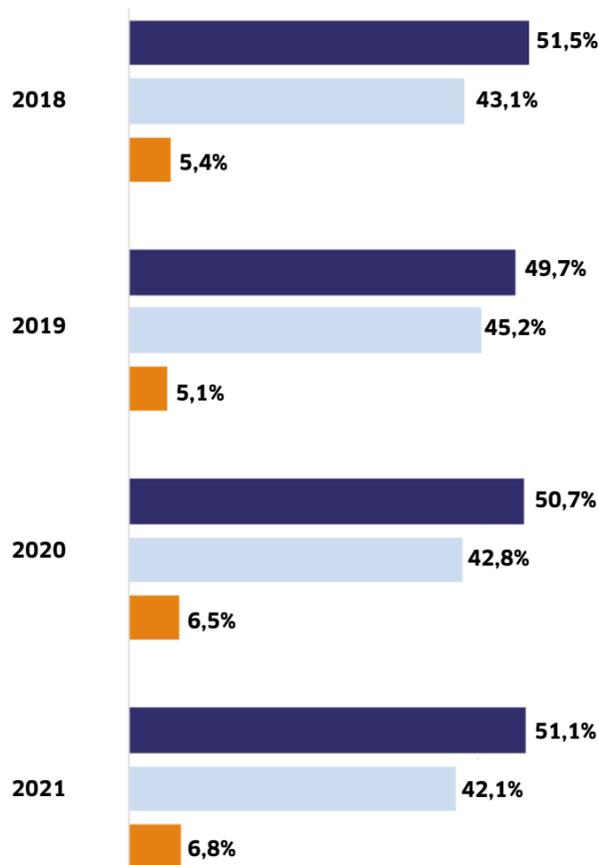
# 12,8%



**In dieci anni, percentuale raddoppiata**  
Lo scorso anno il numero di aziende italiane che hanno pagato i fornitori con oltre 30 giorni di ritardo ha raggiunto il 12,8%, un dato superiore del 21,9% rispetto al 2019 e più che raddoppiato rispetto a dieci anni fa (5,5% nel 2010)

**Abitudini di pagamento per classi di ritardo (2018 - 2021)**

■ Entro la data di scadenza ■ Fino a 30 giorni  
■ Oltre i 30 giorni



vranno rivedere strutturalmente il loro business, così come ha fatto con successo e investendo la parte manifatturiera dopo la crisi del 2008. Farlo significa cambiare in modo radicale il dialogo con le banche. Aggiungo che molti di questi piccoli imprenditori dei pubblici esercizi si sono abituati nel tempo a lavorare con un'importante componente di evasione fiscale. Ciò ha prodotto loro benefici nel breve termine, ma si è ritorto contro in modo clamoroso quando si è trattato di calcolare i ristori, basati sul reddito dichiarato. Il turismo andrà rivisto, perché solo progettando e innovando portandosi su tecnologia e investimenti, inserendosi in settori più

trainanti, si è in grado di reggere. Cosa che hanno capito bene e per tempo le imprese manifatturiere, che pure hanno subito una selezione importante dalla crisi precedente. Oggi abbiamo un manifatturiero di aziende che per essersi rese finanziariamente solide sono efficienti e competitive nel mondo, e in grado di competere su tutti i mercati. Le banche hanno un occhio molto attento a questi aspetti, perché sono stimolate dalle normative europee a privilegiare le imprese più avanzate, applicando tassi bassi e volumi di credito più alti a favore di tutte le imprese che andranno verso un sistema produttivo sostenibile.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## «Il rimborso dei prestiti è un problema per molti»

**L'esperto.** Paolo Fusaro, mediatore finanziario: «La ripresa di tante ditte è legata alla possibilità di ottenere una proroga sulle rate dei crediti»

LECCO

«Su quanto si utilizzerà o meno un'eventuale nuova moratoria dipenderà dal tipo di impresa».

Paolo Fusaro, mediatore finanziario di Italfinance Group con ufficio a Lecco, spiega la differenza ricordando che «se parliamo delle moratorie sui prestiti garantiti dallo Stato, li hanno utilizzati parecchie imprese manifatturiere sanissime, che esportano e che dai decreti Covid hanno avuto vantaggi per accedere a finanziamenti per loro inattesi».

Per loro poco conta che ci sia o meno un'altra moratoria, perché possono pagare. Poi, aggiunge Fusaro, c'è l'altro fronte dato da una gran quantità di pubblici esercizi che per varie tipologie di prestiti bancari attivati hanno utilizzato la sospensione del pagamento delle rate di rimborso e ora sperano in una nuova proroga, così come se l'aspettano tutte le aziende collegate alla filiera delle forniture per l'horeca.

### Meccanismo

«Fra i miei clienti - aggiunge Fusaro - ho un'azienda storica del territorio, una realtà familiare alla terza generazione che fornisce carne a tutti i ristoranti più importanti della Brianza, ed è ferma. Senza dubbio le imprese dei settori più colpiti legano le loro possibilità di ripresa a una nuova proroga della moratoria. Se anche si rinnovasse la moratoria, il consiglio a



Paolo Fusaro, mediatore finanziario di Italfinance Group

chi può riprendere i pagamenti è quello di farlo, in quanto ad oggi aderire alla nuova proroga pregiudica comunque il rating visto che appare difficile ora cambiare le regole di un meccanismo che è di matrice europea e mal si concilia con le esigenze delle pmi italiane. Per chi non può riprendere i rimborsi - aggiunge Fusaro -, la speranza è che in caso di nuova moratoria si torni anche a lavorare e a fatturare. E questa è però un'incertezza legata all'andamento della pandemia e delle vaccinazioni».

Sul fronte banche, sul tema moratoria l'attenzione è

massima tanto che «diversi istituti - ricorda Fusaro - stanno organizzando proprie task force per analizzare a fondo e rapidamente i propri portafogli in virtù della ripresa della moratoria, in quanto non vogliono generare nuovi npl, vero veleno per le banche».

In aggiunta a ciò, le attuali campagne di fusioni fra banche non favoriscono le richieste di nuovi finanziamenti: «Sono operazioni che, mentre sono anche solo via di realizzazione pongono la banca momentaneamente non più operativa. Per le aziende molte cose in questi casi pos-

sono cambiare. Se, ad esempio, prima della recente fusione fra Intesa e Ubi Banca, un cliente aveva in ciascuna banca un fido da 100mila euro non è detto che nella nuova realtà il suo fido sarà da 200mila. Da quel che osserviamo, le fusioni stanno rallentando le concessioni di credito. Noi stessi - aggiunge - da mesi non riceviamo richieste di finanziamento attraverso banca, mentre c'è un grande fermento nella finanza alternativa, nella fintech che costa di più, ma ha molta meno burocrazia e la gestione da remoto rende rapidi i tempi di erogazione».

### Sistema

Posto che, come riconosce Fusaro, le fintech non possono sostituire le banche che, nel caso smettessero di erogare, farebbero venir giù l'intero sistema, sono ormai numerosi gli istituti bancari che stringono partnership anche con le piattaforme fintech per aumentare l'efficienza nelle erogazioni e superare, ad esempio, le lentezze imposte dalle norme anti Covid nel frequentare le sedi bancarie.

«Ora - conclude Fusaro - nascono tante opportunità di acquisizione di aziende, operazioni che condotte attraverso una banca tradizionale comportano la produzione di documentazioni e business plan dettagliatissimi e laboriosi da preparare. Le fintech invece chiedono poco impegno in tal senso». **M. Del.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## «Interi settori sono a rischio Moratoria fondamentale»

### Piccole aziende

L'analisi di Edoardo Persenico responsabile finanziario di Confartigianato Lecco

«Confidiamo nelle valutazioni di chi ci governa, affinché capisca che il momento è difficile e riattivi il circuito della moratoria sia per la quota interessi che per la quota capitale».

Edoardo Persenico, responsabile finanziario in Confartigianato Lecco, conta sul rinvio a fine anno della moratoria sui rimborsi e sulla necessità di evitare che comunque, a scadenza della moratoria, persista la difficoltà nei rimborsi generando così segnalazioni di insolvenza e un aumento dei crediti deteriorati per le banche.

Un tema, questo, che si lega alla necessità di modifica-

re le regole sul credito bancario che a livello europeo limitano i sostegni alle aziende in crisi.

Persenico sottolinea: «La sospensione della moratoria, e quindi la ripresa dei rimborsi alle banche delle rate dei finanziamenti a fine giugno, per alcune nostre aziende sarebbe senza dubbio un grande problema».

Ad oggi le linee guida dell'Eba, l'autorità bancaria eu-

ropea, si fermano al 30 giugno 2021 nel permettere alle banche di concedere sospensioni di pagamenti evitando la classificazione automatica di crediti in default come invece prevedono le nuove regole in vigore dall'1 gennaio 2021.

«Ora è importante - afferma Persenico - che nel caso le aziende aderissero a un'eventuale nuova moratoria non siano sottoposte a segnalazioni in centrale rischi, cosa sarebbe penalizzante nella richiesta di nuova finanza. Quindi confidiamo nel fatto che ci sia una nuova moratoria e che sia a costo zero in termini di penalizzazioni per eventuali segnalazioni che aggraverebbe-



Edoardo Persenico

ro il merito creditizio».

Fra le aziende artigiane le situazioni finanziarie sono diverse a seconda del settore di lavoro: il manifatturiero metalmeccanico è in ripresa e quindi «è molto probabile che le nostre aziende del settore non utilizzino l'eventuale proroga di moratoria», che invece per molte altre dei servizi alla persona quali parrucchieri ed estetiste, ma anche bar e ristoranti e piccole attività di fornitura ad essi collegati potrebbe essere di nuovo d'aiuto per prendere di nuovo fiato su rimborsi a banche e società di leasing: «Ora ciò che conta è accompagnare le imprese almeno fino a fine anno». **M. Del.**

## Focus eccellenze

## Tecnologia e antichi valori in provincia di Sondrio



Bresaola della Valtellina Igp

Prodotte 12.600 tonnellate  
nelle 16 aziende certificate

(s.bar.) La produzione complessiva di Bresaola della Valtellina Igp riferita alle 16 aziende certificate si è attestata a 12.600 tonnellate (-8,78% sul 2019). In totale, sono state avviate alla produzione poco più di 35mila tonnellate di

materia prima (per il 90% di taglio punta d'anca), di selezionata provenienza europea e mondiale, con percentuali diversificate da produttore a produttore. Sul fronte consumi, in graduale espansione da 20 anni, il comparto ha segnato un

valore di 454 milioni di euro (-7,59% sul 2019) con un impatto di assoluto rilievo sulla provincia di Sondrio di 214 milioni di euro (-8,78%) per un settore che conta 1400 occupati. Lato distribuzione, la Gdo si conferma il principale canale di vendita.

# «RISORSE UMANE E NUOVI PROGETTI»

Mario Moro, amministratore del bresaolificio Del Zoppo, guarda al futuro  
«Spingiamo sull'innovazione radicale, con al centro però i nostri lavoratori»

STEFANO BARBUSCA

Ha iniziato la propria esperienza alla Del Zoppo nel momento più difficile, la prima estate della pandemia. Ma grazie a un mix di tradizione - l'azienda di Buglio in Monte produce bresaola da quasi 120 anni - e innovazione, con importanti investimenti, l'amministratore Mario Moro, nato nel 1986, non ha dubbi. «È in queste occasioni che ci si fa le ossa e noi vogliamo continuare a crescere».

**Negli ultimi 14 mesi si è parlato soprattutto di Covid. La crisi che ha caratterizzato il settore della bresaola nel 2020 ha fermato l'innovazione?**

No, l'attenzione a questa tematica è costante. Nel 2011 abbiamo scelto di spingere su un'innovazione radicale dei nostri processi produttivi investendo sulla digitalizzazione e creando un centro di affettamento all'avanguardia. L'Industria 4.0, che oggi è un punto cruciale nell'agenda del sistema manifatturiero, per noi è già realtà con un processo di fabbrica dove la digitalizzazione tocca ormai tutti i passaggi. Ed è anche grazie a questo che la nostra capacità produttiva è così elevata, senza fare sconti alla qualità e alla sicurezza, aspetti che per noi sono fiori all'occhiello. Questo processo è terminato nel 2020 con un investimento di 7,5 milioni di euro, che ci ha consentito di avviare due nuove linee robotizzate con un siste-



L'amministratore Mario Moro è nato nel 1986 FOTO GIANATTI

ma di incartamento e di palletizzazione automatico. Questo ci porta ad avere un'alta capacità produttiva di buste all'ora.

**È questa la nuova tendenza?**

Il mercato si sta spostando verso questo formato e noi ci crediamo da anni. Ad oggi siamo il maggiore produttore di vaschette, con gli impianti più all'avanguardia in Valtellina.

**Più automazione - questo è uno dei grandi dibattiti sulla quarta rivoluzione industriale - vuol dire meno operai?**

Non è così: alla base di questa evoluzione ci sono maggiori tecnologia e specializzazione. Quindi, a integrazione delle competenze esistenti, abbiamo

necessità anche di figure specializzate a livello tecnico, per gestire il funzionamento dei nuovi impianti. Attualmente diamo lavoro a 165 dipendenti e con le rappresentanze sindacali abbiamo recentemente confermato la stabilizzazione di altri otto collaboratori. Negli ultimi dodici mesi non è stato possibile crescere ulteriormente, ma vogliamo continuare con il trend positivo degli scorsi anni.

**L'industria 4.0 necessità di connessioni internet adeguate. Qual è la situazione attuale a Buglio in Monte?**

Non è ottimale. Una migliore infrastruttura sarebbe necessaria. Dal punto di vista dei trasporti, restando in tema di col-

legamenti, la variante di Morbegno ha garantito un bel passo in avanti. Si dovrebbe proseguire con la costruzione di strade al passo con i tempi, non soltanto in Valtellina, ma anche in Valchiavenna.

**Negli ultimi anni si è parlato spesso dell'origine della carne e in particolare dell'impatto sull'ambiente. Qual è il suo punto di vista?**

Dobbiamo premettere che, con i volumi attuali, non si può fare a meno dell'approvvigionamento in Sud America, a fianco della materia prima di provenienza nazionale ed europea, anche perché questa materia prima è di ottima qualità. I capi sono allevati al pascolo e gli animali non si nutrono di mangimi. C'è già una normativa che certifica la provenienza del bestiame e garantisce il rispetto di determinate regole. Il problema dal nostro punto di vista non c'è, perché la filiera è già tracciata ed è garanzia di elevata qualità.

**Come si declina l'attenzione alla qualità all'interno dello stabilimento?**

Sicuramente viene esaltata dai nostri metodi di produzione, dalle nostre ricette che affondano le radici nella tradizione e che, in alcuni casi, vengono declinate anche in chiave moderna.

**Come vi muovete in particolare su questo fronte?**

Già da cinque anni abbiamo inserito una linea di prodotti bio-

grande distribuzione organizzata italiana ed europea - Bresaole Del Zoppo, anche in un anno estremamente difficile e condizionato dalla pandemia oltre che da un aumento sensibile dei prezzi della materia prima manifestatosi già a fine 2019, investe sul futuro e guarda a nuovi progetti.

Attualmente Bresaole Del Zoppo immette sul mercato oltre 30 milioni di vaschette di bresaola l'anno, grazie a una moderna unità produttiva che dispone di otto linee di affettatura a elevato standard tecnologico e di sicurezza alimentare. Un'intuizione che risale a oltre dieci anni orsono, grazie alla quale l'azienda ha scelto di scommettere su un segmento

## Il comparto top dell'agroalimentare in provincia



BRESAOLA della VALTELLINA I.G.P.

La Bresaole Del Zoppo dà lavoro a

**165 dipendenti**

conferma di recente la stabilizzazione di altri otto collaboratori



Nel 2020 un investimento di **7,5 milioni di euro**

ha consentito di avviare **due nuove linee robotizzate** con un sistema di incartamento e di palletizzazione automatico

L'azienda di Buglio immette sul mercato oltre

**30 milioni**

di vaschette di bresaola l'anno



Investimento di 7,5 milioni per due linee robotizzate



Diamo lavoro a 165 dipendenti, stabilizzati altri 8 collaboratori

logici e da sempre, per i clienti più esigenti, lavoriamo carni speciali, come ad esempio la Black Angus e la Wagyu. La sicurezza è garantita da un impianto produttivo innovativo completato da otto linee di affettamento, numero che ci rende unici in Italia fra i produttori di bresaola.

**Come evidenziato dal Consorzio, si fa sempre più spazio, in parallelo, la produzione di bresaola con carne proveniente da allevamenti nazionali.**

Da nove anni, su richiesta di un nostro cliente importante, produciamo anche bresaola con carne italiana. Il reperimento della materia prima non è sem-

# «Anche se aumentano i costi nessuno rinuncia alla qualità»

Food Valley

Il presidente dell'azienda nonché del Consorzio e del Distretto: «Garanzia per primeggiare sui mercati»

«La Valtellina sarà la prossima Food Valley d'Italia». L'annuncio di The European House-Ambrosetti, che nei giorni scorsi ha presentato il forum dedicato alla connessione tra agroalimentare, alimenta-

zione e sport in programma per l'inizio di giugno a Bormio, è senza dubbio fonte di soddisfazione per Franco Moro, presidente della Del Zoppo, del Consorzio di Tutela Bresaola della Valtellina e del Distretto agroalimentare di qualità della Valtellina. «L'aspetto più importante è la qualità dei prodotti, che è garantita dalle Dop e dalle Igp: bresaola, formaggi, vino, mele e pizzoccheri - sottolinea l'imprenditore valchiavenna-

scio -. È fondamentale per proporre le nostre specialità in tutto il mondo. Anche se aumentano i costi, a cominciare dal prezzo della carne, nessuno vuole rinunciare al livello delle nostre produzioni».

Produttore dal 1892 di Bresaola della Valtellina Igp e di specialità - con proposte che vanno dai pezzi interi ai tranci, fino alle vaschette, vendute con marchio proprio o destinate alle principali private label della



Il presidente Franco Moro

che oggi si sta confermando in forte espansione. La bresaola pre-affettata, a marchio proprio o delle principali private label italiane, costituisce circa il 60% della produzione totale di Bresaole Del Zoppo che, per il resto, è costituito dai prodotti destinati ai banchi taglio della Gdo.

A fianco della produzione di Bresaola della Valtellina Igp e della Bresaola Chiavennasca, vero e proprio fiore all'occhiello dell'azienda, ci sono anche proposte innovative, come ad esempio le vaschette di "antipasto valtellinese" e gli involtini che alla bresaola Del Zoppo affiancano un formaggio tipico valtellinese, o la "julienne di bresaola".

S.Bar.

# Le scuole



## Percorsi ad hoc

Boscacci: «Sono indispensabili degli accordi con le scuole, penso a esempio al Cfp di Sondrio, in modo da promuovere dei percorsi ad hoc nell'ambito del taglio delle carni e della preparazione di questo salume»

La produzione complessiva di Bresaola della Valtellina Igp riferita alle **16 aziende** certificate si è attestata a

**12.600 tonnellate**

-8,78% sul 2019

In totale, sono state avviate alla produzione poco più di **35mila tonnellate di materia prima** (per il 90% di taglio punta d'anca), di selezionata provenienza europea e mondiale, con percentuali diversificate da produttore a produttore



## CONSUMI

Sul fronte consumi, in graduale espansione da 20 anni, il comparto ha segnato un valore di

**454 milioni di euro**

-7,59% sul 2019

con un impatto di assoluto rilievo sulla provincia di Sondrio di **214 milioni di euro** (-8,78%)

**Il settore conta 1400 occupati**



L'EGO - HUB

plice, ma in prospettiva futura c'è la voglia di continuare questo progetto per sensibilizzare anche gli allevatori a fornirci della carne adeguata e in quantità costante.

### Ci sono altre novità in programma?

Siamo reduci da un anno carico di difficoltà. Il 2020 era iniziato con l'aumento del prezzo della materia prima, poi è arrivata la crisi dovuta al coronavirus. Ma non ci siamo arresi. Io sono entrato in azienda nel momento più difficile, assumendomi responsabilità elevate, e ho scelto di operare in modo trasparente, chiaro e con piena consapevolezza delle nostre potenzialità, anche grazie alla validità della

nostra forza lavoro. Questo mi consente di essere fiducioso per il futuro. In vista ci sono la rivisitazione del logo e la modernizzazione del packaging, che comporta anche una riduzione della plastica utilizzata, nella logica di una maggiore sostenibilità. I nostri progetti per il futuro guardano allo sviluppo dell'azienda e alla sua crescita sapendo che il vero asset strategico sono i nostri collaboratori e le loro competenze. Il nostro investimento più importante sono e saranno sempre le persone ed è con questa consapevolezza che coltiviamo il rapporto con gli istituti di istruzione e formazione del territorio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## «Un distretto del settore E ora il contratto unico»

**L'Industria 4.0.** Le priorità fissate dal sindacalista Boscacci (Flai-Cgil) «Positivo il cammino dell'azienda di Buglio in un periodo difficilissimo»

### SONDRIO

«Del Zoppo ha investito 7,5 milioni di euro in un anno difficilissimo e sta lavorando con intensità sulla qualità e sulla formazione del personale».

È senza dubbio positivo il giudizio del segretario provinciale della Flai-Cgil Vittorio Boscacci sull'attività dell'azienda di Buglio in Monte. «L'Industria 4.0 impone lo svolgimento di percorsi adeguati per la formazione e osserviamo che, come avviene in tutte le realtà legate alla Beretta, anche nell'azienda valtellinese è centrale - premette Boscacci -. Nonostante le difficoltà registrate nel 2020 si sono raggiunti obiettivi importanti a livello sindacale come la stabilizzazione di otto dipendenti, di cui quattro assunti in somministrazione e quattro direttamente dalla Del Zoppo, e la definizione di un accordo ponte per il contratto di secondo livello. Una contrattazione che, a livello di premio di produzione, riguarda tutti gli assunti a tempo indeterminato, compresi coloro che sono legati alle agenzie».

Ma l'analisi del sindacalista della Cgil non è limitata all'andamento delle aziende e alle relazioni sindacali che, nei maggiori stabilimenti del settore, sono proficue. «Ci sono due priorità: la creazione di un distretto della bresaola e la firma di un contratto unico per tutti gli stabilimenti del settore», aggiunge Boscacci. Con oltre 1.400 dipendenti di-



L'interno dello stabilimento Del Zoppo a Buglio in Monte FOTO GIANATTI

retti e un indotto che coinvolge decine di altre società, quello della bresaola è il principale comparto dell'industria agroalimentare.

### Accordi con le scuole

«Bisogna creare un distretto della bresaola, per costruire le professionalità indispensabili in questo ambito - prosegue il sindacalista della Cgil -. Sono indispensabili degli accordi con le scuole, penso ad esempio al Cfp di Sondrio, in modo da promuovere dei percorsi ad hoc nell'ambito del taglio delle carni e della preparazione di questo salume. Un progetto di questo tipo po-

trebbe essere utile non soltanto per le società più grandi, ma anche per le imprese legate all'artigianato, che sebbene operino con numeri minori, hanno una notevole importanza sia a livello occupazionale, sia per l'effetto positivo che queste produzioni determinano sul settore del turismo».

La produzione di bresaola, negli ultimi anni, è stata caratterizzata da varie novità. I volumi della produzione Igp sono cresciuti sensibilmente e si sono diffuse anche esperienze innovative legate all'utilizzo di carne italiana. Sono state promosse iniziative

dedicate alle produzioni artigianali come il «Di de la brisaola» di Chiavenna e avviati percorsi incentrati sull'utilizzo di ingredienti naturali. «Per valorizzare tutte queste attività è necessario fare crescere il capitale umano del settore», spiega Boscacci.

### L'integrativo provinciale

Poi c'è la questione dell'integrativo provinciale. «Uniformare salari e diritti sarebbe un grande passo in avanti per i lavoratori e le aziende del settore», conclude il sindacalista della Camera del lavoro.

Stefano Barbusca

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## In 26 al corso «Chef-tech» C'è ancora qualche posto

### Chiavenna

Promosso dal Caurga ha riscosso successo dopo i problemi iniziali Minnai: «Sono soddisfatto»

Sono già ventisei gli studenti iscritti al corso di Istruzione formazione tecnica superiore «Chef-tech nei mondi sostenibili» promosso dall'Istituto professionale Crotto Caurga di Chiavenna.

Quest'iniziativa, che in passato non aveva raccolto un'adeguata attenzione, tanto che era stato necessario sospenderla, stavolta sta facendo segnare numeri davvero importanti.

Al corso, promosso dall'istituto presieduto da Massimo Minnai nell'ambito della Strategia Aree Interne, con il supporto di Regione Lombardia, Comunità montana della Valchiavenna e Città di

Chiavenna, si sono iscritti soprattutto alunni ed ex-allievi del Caurga. Sono previste mille ore di formazione teorica e pratica.

«Sono molto soddisfatto - sottolinea Minnai -. Abbiamo scelto la sostenibilità come filo conduttore e possiamo contare sulle docenze di chef stellati ed esperti dell'Università di Pavia, ma non solo. Ci sarà anche una preziosa sinergia con l'Università di

scienze gastronomiche di Pollenzo, l'ateneo di Slow Food». Due facoltà per garantire un elevato livello all'Ifts, che si svolgerà nelle aule e nei laboratori della scuola di Chiavenna. «Vogliamo costruire un percorso in grado di integrare le conoscenze e le competenze di diverse realtà», spiega fiducioso il dirigente scolastico. Il corso è gratuito e la partecipazione è aperta agli under 29.

Ci sono ancora alcuni posti liberi, quindi gli interessati possono contattare la scuola. Per ricevere ulteriori informazioni è possibile rivolgersi al professor Salvatore Tomacci (salvatore.tomacci@iiscrottocaurga.eu,

034332710). La collaborazione tra il Caurga e Slow Food è stata lanciata nei mesi scorsi con un progetto innovativo a livello italiano. La Condotta Slow Food della Mera e la scuola di Chiavenna hanno stretto un'alleanza - primo accordo di questo tipo in Italia - per promuovere, direttamente nelle aule e nei ristoranti, l'utilizzo del cibo «buono, pulito e giusto». Il coinvolgimento dell'istituzione scolastica nella rete del progetto comporta l'adesione ad alcune attività.

È previsto il ruolo di un cuoco della rete dell'Alleanza Slow Food come testimone privilegiato, in aula oppure nel ristorante, che racconti il

valore della sua esperienza, anche attraverso la dimostrazione di tecniche di cucina e di trasformazione dei prodotti.

A questo percorso si affiancano la conoscenza e valorizzazione delle produzioni del territorio con i laboratori del gusto relativi ad alcune produzioni come ad esempio i presidi e i laboratori di educazione sensoriale per una maggiore consapevolezza delle qualità organolettiche e delle proprietà nutrizionali degli alimenti. Senza dimenticare le visite d'istruzione a produttori dei presidi Slow Food o dell'Arca del Gusto locali e le visite ai Mercati della Terra.

S.Bar.



La scheda

## Automazione nei magazzini E delivery sempre più capillare

La chiusura dei tradizionali canali di vendita ha portato grandi cambiamenti anche nello spostamento delle merci. «Quello che sta succedendo a livello di logistica è una fortissima automazione dei magazzini, si stanno sviluppando tecnologie che consentono

all'uomo di concentrarsi su un lavoro diverso rispetto a quello cui era abituato, creando un valore aggiunto e lasciando alle macchine la necessità di trasportare e maneggiare la merce senza generare inefficienze» afferma Max Bancora innovation mana-

ger ComoNext - Innovation Hub. Si sono moltiplicati i servizi di delivery che consegnano il cibo a casa, servizi che si stanno differenziando e arriveranno a consegnare a domicilio qualsiasi prodotto: «Magari andando a prenderlo dai negozi locali».

# Il new normal dei negozi Vendita e logistica rivoluzionate dall'online

**Le tendenze.** Nell'arco di un anno ciò che si prevedeva di vedere nel 2030 Bancora (ComoNext): «I piccoli fanno fatica, c'è l'opzione dei marketplace»

LOMAZZO

LEA BORELLI

Gli acquisti online hanno raggiunto livelli che negli scenari erano previsti tra diversi anni: la pandemia ha scatenato la corsa delle imprese alla digitalizzazione soprattutto per quanto riguarda il settore delle vendite.

Due gli impatti sostanziali che si sono registrati a partire dall'anno scorso rispetto all'evoluzione dei siti di vendita online: uno al livello di e-commerce puro, l'altro rispetto alla digitalizzazione dei processi. «Ci sono stati forti impatti sulla logistica ovvero come vengono movimentate le merci, sulle competenze delle persone che lavorano all'interno dell'e-commerce, sullo sviluppo dell'omnicanalità - spiega Max Bancora innovation manager ComoNext Innovation Hub - Mentre a livello di digitalizzazione dei processi ci sono state evoluzioni in merito ai metodi di pagamento, alla gestione delle code all'interno dei negozi online, al Pick&Pay: nuovi modelli che si sono sviluppati per riuscire a convivere con quanto è successo e sta succedendo».

**L'accelerazione**

Nel 2020 le vendite online sono cresciute a livelli vertiginosi. Gli esperti sostengono che in tre anni si arriverà a una digitalizzazione della popolazione che ci si aspettava avvenisse in dieci anni, soprattutto in merito all'abitudi-



Max Bancora

ne di comprare online e i volumi che si genereranno saranno quelli che erano stati previsti per il 2030. Il segmento Food and Grocery, giusto per fare un esempio, lo scorso anno ha registrato un boom del 70% negli acquisti, superando a valore i 2,71 miliardi di euro, secondo l'Osservatorio eCommerce B2C del Politecnico di Milano.

«Un modello di vendita già alle prese con una crescita - ha spiegato Mario Bagliani, senior partner di Netcomm - con la pandemia il settore si è ulteriormente sviluppato, spostando la competizione del commercio online sui servizi logistici e ponendo al

centro la sfida esperienziale, in particolare nel settore del food».

«Le aziende hanno accelerato l'evoluzione nei processi - riprende Bancora - soluzioni che prima si pensava di implementare in due o tre anni sono state concentrate nell'arco di un anno. Cambiamenti che hanno riguardato anche la logistica dove sono state messe in pratica sia nuove soluzioni per la movimentazione dei prodotti, sia per il delivery, con il fiorire di vari servizi che permettono di ritirare la merce ordinata da casa senza dover entrare in contatto con le persone. Processi dei quali continueremo a beneficiare anche quando torneremo alla nuova normalità che ci aspetta. L'evoluzione dell'e-commerce ci permetterà di avere un nuovo modello di acquisto e ci saranno nuove infrastrutture che ci permetteranno di farlo in maniera sempre più rapida».

Una grande spinta al processo di evoluzione è arrivata da Amazon che ha alzato sempre di più i suoi standard "costringendo" tutti gli operatori ad allinearsi: «Quando si fa un acquisto online ci si aspetta di ricevere quel tipo di servizio sia che si tratti della grande distribuzione oppure del negozietto che vende un prodotto di nicchia: ti aspetti che ci sia la stessa velocità di consegna, la possibilità di fare tracking della spedizione, tutte le modalità di pagamento attive, altrimenti la tua esperienza d'acquisto risul-

terà non positiva e smetterai di acquistare tramite quell'e-commerce».

**Due opzioni**

La situazione ha portato i venditori a seguire due strade: chi ha cercato di adeguarsi nei processi, o comunque ha alzato il proprio livello, e chi si è accorto che per implementare tutto il sistema sarebbero state necessarie troppe risorse: «Per le realtà più piccole esistono i marketplace che creano una rete di servizi che permette ai piccoli di entrare in un mercato, gestito da un terzo, che mette a disposizione tutta quella parte di logistica, di sistemi di pagamento e servizi al cliente, che invece un piccolo operatore non potrebbe permettersi. Non sono gratuiti e hanno dei costi, a volte non bassi, però permettono di non dover investire su tecnologie e competenze che magari non sono al centro della propria attività».

Le piccole e medie imprese sono quelle che forse più di altre si sono trovate a dover rincorrere l'innovazione per non rimanere tagliate fuori: «All'interno di ComoNext abbiamo aperto uno sportello per sostenere le imprese nel corso del 2020, abbiamo ricevuto una serie di richieste per implementarne la digitalizzazione e traghettarle verso la vendita online. La grande difficoltà delle Pmi è quella delle risorse: sviluppare una strategia digitale non è

**La crisi dei negozi fisici**Negozi a rischio  
chiusura

70.000

Centri  
commerciali

35.000

ACQUISTI  
GENNAIO-FEBBRAIO

Gdo

-3,8%

Piccole  
superfici

-10,7%

+37,2%

On line

Fatturato calato  
con week end chiusi  
nella Gdo

-40%

Perdita per ogni  
week end1,5  
MLD

«Occorrono  
competenze  
e risorse  
da investire»



«L'esperienza  
di acquisto online  
su standard  
sempre più alti»

banale non richiede solo competenze ma anche investimenti economici. Costruire una user experience, un sito, un back hand, richiede conoscenze e risorse. Quando ci scontriamo con queste problematiche quello che consigliamo, per non impedire alle aziende di partecipare a questo cambiamento culturale, è quello di collegarsi ad un marketplace iniziando a vendere su piattaforme che consentono di continuare a fatturare in un momento in cui tutti stiamo andando sul digitale per acquistare qualsiasi tipo di prodotto. Non è solo un'occasione persa, è un modo per fare rimanere in vita la propria attività».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Cambia tutto anche per la spesa Dal supermercato al locker

**L'azienda/4**

Digitelematica lavora nel campo della Gdo. E nel futuro solo il fresco si comprerà in presenza

Cambia il mondo dei supermercati tra locker e carrelli virtuali.

Digitelematica è una software house che realizza applicazioni web e mobile lavorando in particolar modo a soluzioni e-

commerce per la grande distribuzione, con uno specifico interesse per il Click&Collect, implementa anche soluzioni Locker e Home Delivery. Tra i clienti troviamo: Ali, Auchan, Basko, Gruppo Poli, Iperal e Tigros.

Nata nel 2005 come startup all'interno di ComoNext, ha registrato una crescita costante, oggi occupa 43 persone. Nel luglio 2019 è entrata a far parte del Gruppo Engineering, socio di maggioranza all'80%, con circa

12.000 professionisti e un fatturato di oltre un miliardo e mezzo di euro.

«Il 2020 è stato un anno intenso, a partire da febbraio ci siamo trovati nello tsunami più totale, abbiamo supportato tutta la Gdo che in quei mesi ha più che triplicato il volume di vendite. Un impatto fortissimo dal punto di vista gestionale e logistico, indipendentemente dai sistemi, si sono dovuti strutturare anche internamente per

gestire i processi» afferma Federico Dell'Acqua amministratore delegato e fondatore con Norberto Viganò di Digitelematica.

Si assiste a un cambio di paradigma: «La pandemia ha fatto quello che il marketing non era riuscito a fare in 15 anni in questo settore. Si è sempre cercato di ottimizzare i processi ma non c'erano i volumi, l'anno scorso invece la macchina ha dovuto girare ad altri ritmi consolidando una crescita importante e spostando diverse logiche. Abbiamo realizzato supermercati chiusi al pubblico dove fanno picking solo gli addetti per poi servire il canale online».

Una corsa allo sviluppo tecnologico con la diffusione di modelli nuovi come i locker che



Federico Dell'Acqua

«permettono ai retailer di arrivare con un assortimento completo dove prima non era presente, anche a livello di concorrenza cambia il ragionamento strategico, prima era una gara di posizionamento, compro quel terreno e costruisco il mio supermercato, oggi prendo

un'area installo un locker o trovo un accordo con una struttura, e sono sulla stessa piazza della concorrenza con costi minori».

Il food sta affrontando un cambiamento già avvenuto in altri settori: «La prima volta che ho visto un Apple Store a San Francisco nel 2003 mi sembrava una cosa folle che ci fossero tutti i pc a disposizione e che potessi utilizzarli. In realtà andremo verso una cosa simile anche nel food, avremo supermercati con i banchi del fresco e addetti che conoscono molto bene il prodotto, mentre tutto ciò che è sala, gli ingombranti, dalla carta igienica alla birra, verranno consegnati direttamente a casa con la frequenza con cui vengono consumati». **L. Bor.**

78%



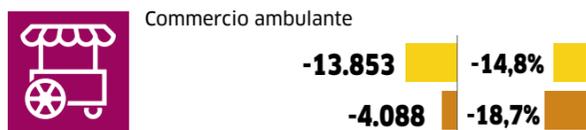
**Primi tre mesi**

Con una crescita del 78% registrata nel primo trimestre 2021, l'Italia si piazza al quarto posto nel mondo tra i Paesi con il maggior aumento percentuale del commercio digitale, dietro Canada, Olanda e Regno Unito



**NEGOZI IN CALO TRA IL 2012 E IL 2020**

■ In totale ■ Nei 120 comuni medio grandi



**PREVISIONI PER IL 2021 NEI CENTRI STORICI (effetto pandemia)**



FONTI: Confcommercio

## «Il futuro è ibrido E ai negozi fisici serve meno spazio»

**L'azienda/1**

Tommaso Pozzi, Ceo di Porini  
«Fortissima interazione con la sfera digitale»



Tommaso Porini

Dal negozio fisico all'e-commerce: il futuro sarà una forma ibrida. «Quando è iniziata la pandemia molte aziende hanno reindirizzato gli investimenti da altri fronti verso l'e-commerce che, con i tradizionali canali di vendita chiusi, è schizzato alle stelle rispetto a quello che già stava succedendo ma ad un ritmo molto più blando» dice Tommaso Pozzi, Ceo di Porini.

Porini, base a ComoNext, è un partner Microsoft che supporta i clienti in tutto il mondo nella progettazione e nella fornitura di soluzioni all'avanguardia in grado di accompagnare tutte le funzioni aziendali verso la trasformazione digitale.

«Oggi c'è una dicotomia tra e-commerce e vendita fisica in negozio, quello che sta avvenendo e che avverrà nel futuro breve, sarà l'evoluzione di uno scenario ibrido: l'e-commerce continuerà a crescere anche se si ritornerà ad una situazione più normale, ma si evolverà in una modalità ibrida dove l'interazione con il cliente non sarà più così asettica».

Poniamo di voler acquistare delle scarpe, oggi abbiamo due opzioni: recarci nel negozio fisico, provare le scarpe e comprarle oppure andare sul web, guardare il catalogo, leggere le recensioni e decidere di ordinarle: «Le modalità sulle quali ci stiamo concentrando sono legate ad un'interazione diretta con il venditore attraverso piattaforme come Zoom o Teams: il venditore illustra il catalogo prodotti in modo virtuale o fisi-

## A pranzo con la app E il push avvisa l'arrivo del dessert

**L'azienda/2**

Ovosodo ha sviluppato una serie di servizi in particolare nel settore della ristorazione



Giovanni Frassi

Applicazioni che stanno rivoluzionando il modo di approcciarci al cibo e presto saranno così intelligenti da servirci una birra senza bisogno di chiederla.

Ovosodo è un'agenzia digitale nata nel 2003 che grazie alle competenze trasversali nell'ambito digital, dalle app al graphic design, è stata acquisita nel 2019 dal Gruppo Zucchetti, la prima software house in Italia.

Tra le ultime novità, la realizzazione di un'applicazione che permette all'utente di mixare episodi dei podcast preferiti e playlist di Spotify: «Ascoltando un podcast si può decidere che a intervalli regolari venga alleggerito da un brano di Spotify. Una soluzione divertente che permette all'utente di fare un mix tra parlato e musica preferita che abbiamo realizzato per una società svizzera che gestisce catene di ristorazione» dice Giovanni Frassi amministratore e fondatore di Ovosodo. Un modo alternativo per avere un database di utenti e veicolare eventuali promozioni e prodotti.

Il gruppo nel 2020 ha lavorato all'implementazione dell'app Alvòlo: «Un progetto nato in pieno lockdown per tutti i clienti della ristorazione di Zucchetti che avevano bisogno di una soluzione per gestire il delivery: scaricando un'app generalista il cliente finale inserisce il codice del ristorante e usa la stessa app per tutti i ristoranti che fanno parte dello stesso circuito». Alvòlo permette anche di inviare e pagare un ordine mentre si è seduti al ristorante così da ridurre al minimo i contatti con il perso-

nale: «Stiamo studiando sistemi per gestire le notifiche push: se viene fatto un ordine alle 12.35 di una pizza e so che statisticamente alle 12.52 il cliente ha finito di mangiarla, è possibile inviare una notifica per suggerire il dessert piuttosto che calcolare quanto tempo passa tra la prima e la seconda birra e farla arrivare direttamente».

Indietro non si torna ma dopo questa corsa forsennata ci sarà un momento di riequilibrio: «La pandemia ha obbligato un po' tutti a provarci, sono sorte delle esigenze che in alcuni casi rimarranno in altri no. Il delivery in questo periodo è stato obbligatorio perché non c'erano alternative, ognuno sulla base del proprio modello di vendita, troverà il giusto equilibrio in un contesto diverso rispetto a quello che stiamo vivendo. Le aziende rifletteranno sul fatto che la gestione del take away non fa parte del loro modello di business, lo hanno provato e torneranno come erano prima, altri invece troveranno vie di mezzo altri capiranno che il loro futuro può essere una dark kitchen senza nemmeno una vetrina e faranno solo delivery. La corsa ha portato a un po' di disordine che nei prossimi anni si assesterà e ognuno troverà la sua dimensione ottimale». **L. Bor.**

**I dati raccolti dai sensori**

## L'arma del neuromarketing

Quali sono le emozioni del cliente/consumatore? Ce lo dicono i sensori che registrano come un utente reagisce posto di fronte a un'interfaccia web, rispetto al posizionamento di un bottone, ai colori, alle immagini e ai video. Il neuromarketing monitora il movimento degli occhi e le espressioni facciali, ma anche la sudorazione del corpo, si arriva a cogliere le variazioni delle onde cerebrali e si riesce a capire quali prodotti o servizi siano migliori rispetto ai bisogni dei consumatori.

«Questo è sintomatico del livello a cui stiamo tendendo - afferma Max Bancora referente del laboratorio di neuromarketing di ComoNext gestito da SenseCatch - Per Amazon l'analisi di un'interfaccia grafica fatta in questo modo è la normalità, quello che stiamo cercando di realizzare qui è un servizio che possa rispondere all'esigenza della piccola e media impresa, chi si vuole lanciare online ha un servizio in più per verificare che tutto quello che sta per essere creato sia in linea con le aspettative degli utenti».



IO LAVORO,  
AL RESTO CI PENSA API

api.lecco.it | associazione@api.lecco.it | 0341.282822



**Persone e imprese** **Storie** di artigianato artistico

# Sartoria nuziale La creazione nasce dal tessuto

**Il percorso.** La designer lecchese Elisabetta Colombo è titolare del laboratorio sartoriale "L'atelier di Carla". Gli studi alla Marangoni, l'esperienza alla Scala

LECCO  
**DANIELA MAMBRETTI**  
Romantiche, minimali o destrutturate non possono prescindere da uno stile fluido, sobrio, ma fresco e femminile. Sono le creazioni di Elisabetta Colombo, designer e titolare di "L'atelier di Carla", specializzato nella realizzazione sartoriale di abiti da sposa e da cerimonia, a Lecco (atelierdicarla.it).

## La formazione

«Sono cresciuta nella sartoria di mia mamma e mi sono cucita il mio primo completino a nove anni, pertanto tessuti, ago, filo, ma anche la capacità di immaginare e poi di realizzare un capo hanno sempre fatto parte di me. Quando ho deciso che ne avrei fatto la mia professione, ho scelto di frequentare prima l'Istituto Marangoni e poi il Secoli di Milano, per poi affrontare le prime esperienze lavorative, prima in uno studio stilistico mila-

nese, poi come costumista al Teatro alla Scala e, successivamente, presso un famoso marchio di abiti da sposa» spiega Elisabetta. Nel tempo, ha aperto il suo atelier a Lecco con la mamma Carla, altrettanto specializzata in capi nuziali.

La natura, un'opera d'arte, un film, un'immagine, tutto concorre a nutrire l'estro creativo della stilista che, però, parte sempre dalla particolarità e dalla preziosità di un tessuto, suo indispensabile ispiratore per disegnare un modello, per prepararne il cartamodello e, infine, per tagliare e cucire un abito che diventerà uno dei capi-campione per le clienti che accedono al suo atelier.

«Dobbiamo partire dal presupposto che per le giovani donne, non abituate a farsi realizzare abiti su misura come, invece, era quasi una regola in passato, è molto difficile immaginare il proprio abito da sposa: avere già un capo-base dal quale partire, che poi verrà studiato e realizzato su misura e con i tessuti preferiti, è un grande aiuto. Inoltre, l'abito da sposa è caratterizzato da

scollature, volumi e tessuti inusuali che è proprio necessario vedere indossati per comprenderne resa e vestibilità» aggiunge.

I tessuti fasciano e accarezzano il corpo nelle diverse variazioni della seta comasca che svela le sue rarefatte qualità in organze, georgette, marocaine, mikado, dévoré e tulle. coniugate con delicati pizzi



Elisabetta Colombo

chantilly o macramè, fino alle lane bouclé o addirittura alle bordure di pelo ecologico per le cerimonie invernali che necessitano di abbinamenti caldi e confortevoli. Ma l'intervento della stilista non si limita alla creazione dell'abito che si

esaurisce in tre prove sequenziali, ma fornisce anche alcuni complementi che, tuttavia, sono co-protagonisti per la perfetta riuscita dell'effetto finale, come la biancheria da sposa e gli accessori da acconciatura.

Per la prima, è disponibile una linea dedicata, caratterizzata da discrezione e assenza di cuciture, mentre veli, velette, fascinator, coroncine o punti luce sono selezionati o disegnati direttamente da Elisabetta e poi realizzati da arti-



Uno dei modelli realizzati da "L'atelier di Carla"

giani italiani, per un effetto perfettamente coordinato allo stile delle sue creazioni.

## La ricerca dell'equilibrio

«L'acconciatura non è da sottovalutare, perché deve essere accuratamente bilanciata ai volumi, allo stile e, soprattutto alla scollatura dell'abito. Tutto deve esprimersi con ricercatezza e equilibrio, tanto che io cerco di organizzare l'ultima prova dell'abito insieme a quella dell'acconciatura, perché desidero che la sposa

si muova e si veda nella sua completezza» sottolinea. E per fare in modo che l'armonia sia protagonista a tutto tondo, l'atelier si occupa anche delle mamme, delle damigelle o delle bambine coinvolte, attraverso una collezione di base, dedicata e costituita, per lo più, da tubini e giacchini coordinati, piuttosto che abitini anni '50 a pieghe, personalizzabili con una selezione di tessuti sempre comaschi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## La scheda

### Dal velo al nudo Vademecum per le nozze

Il disegno, lo studio e la realizzazione di un abito da sposa non sono gli unici elementi che caratterizzano l'attività di Elisabetta Colombo, titolare di "L'atelier di Carla".

Dopo una lunga esperienza e innumerevoli spose accompagnate all'altare nelle sue nuvole di sete impalpabili, ha sentito la necessità di ampliare il suo lavoro sartoriale attraverso un semplice vademecum, una sorta di consulenza certamente più rarefatta, ma non meno importante. Naturalmente, si tratta di suggerimenti, ma si possono considerare delle libere integrazioni alla sofisticata sobrietà delle sue creazioni, nella speranza che possano essere evitati alcuni passi falsi che possono togliere smalto a un giorno tanto solenne. «Mi trovo spesso a dispensare anche consigli di carattere generale poiché, per me, una sposa felice del suo matrimonio è la soddisfazione più importante» spiega la designer. Per esempio, suggerisce di evitare gli eccessi: troppi colori, troppi accessori, troppo make-up, ma anche eccessive nudità. «Esiste l'abito opportuno, in funzione del luogo e del momento. Secondo il mio parere, né la chiesa, né il comune possono essere scambiati per l'eventuale festa post-cerimonia, dove alcune libertà sartoriali possono essere tranquillamente concesse» aggiunge. Via libera, invece, all'abito bianco e al velo sia in chiesa, sia in municipio, ai fiori in abbondanza, cercando di evitare il bouquet uguale agli altri decori floreali, al profumo, purché poco per non squilibrare le note olfattive, a un banchetto che tenga conto anche di gusti e delle esigenze altrui, e che, possibilmente, non sia eterno. Si anche a una sobria eleganza per paggetti e damigelle, ma, soprattutto, auspica che venga riservata attenzione agli ospiti, per vivere, con allegria e ironia un giorno indimenticabile per tutti. D. Mam.



«Un vestito unico  
Resa e vestibilità  
si comprendono  
quando si indossa»

# Corde, cotone, lino e lana Borse che nascono dalle mani

## Accessori

Giuliana Saibene e il progetto di Al.Te.A. Lavorazione a maglia e all'uncinetto

Sono rettangoli imponenti, bustine da spalla, secchielli capienti o teneri nidi di morbida lana le borse immaginate, progettate e realizzate dalle mani sapienti di Giuliana Saibene, ideatrice di Al.Te.A, specializzata nella creazione di borse artigianali, a Como. (Instagram al.te.a). Corda, cotone, misto lino e lana disegnano, con intrecci semplici, ma dall'effetto sofisticato, uno degli accessori che meglio definisce lo stile di una donna che Giuliana immagina agile, diretto e molto femminile.

«Mi è sempre piaciuto lavorare a maglia e all'uncinetto anche se, professionalmente, mi sono occupata di grafica. Tuttavia, non ho mai abbandonato la mia passione per il tricot che ho inizialmente coltivato creando capi di maglia per bambini che ancora confeziono su richiesta. Le borse, però, nel tempo, hanno preso il sopravvento e non mi stanco di creare pezzi unici e di esplorare anche ulteriori tecniche di lavorazione» spiega, come quella "macramè" che richiede l'uso delle sole mani e che sta utilizzando per un nuovo modello.

Le sue borse sono realizzate all'uncinetto, con corda e filati di cotone spesso anche accoppiati in un unico filo di diversi colori, ai ferri, utiliz-



Alcuni pezzi della collezione di Al.Te.A

zando lana per creare pezzi poi fatti infeltrire in lavatrice fino a ottenere forme e colori sorprendenti, oppure cucite utilizzando tessuti di recupero per arredamento, conservati e collezionati negli anni.

«La mia prima fonte di ispirazione è stata una cestria in centro storico e, per questa ragione, nelle mie lavorazioni scelgo, in primo luogo, la corda, anche se è molto difficile da lavorare al-

l'uncinetto. Mi piace perché mi permette di ricreare la consistenza e il volume dei cesti, senza, tuttavia, conservarne la rigidità che può risultare scomoda per un accessorio da indossare tutti i giorni» sottolinea. La sua ricerca parte dai giusti snessori dei filati e dai colori che la ispirano per lavorare all'uncinetto profondi secchielli nei toni osservati in natura, dai rosa fino ai bruciati come le camelle in sfioritura, comodi borsoni da spalla nelle nuance del sabbia e del blu denim che ama molto, ma anche deliziose pochette da sera in tinte sobrie e eleganti. Per le borse invernali predilige, invece, la lavorazione a maglia che, tuttavia, si smargina dopo una particolare fase che ne modifica consistenza, forma e colore.

«Mi piace realizzare borse tricot di lana di alpaca che poi lavo in lavatrice per provo-

carne l'infeltrimento. In questo caso, devo tenere conto che, una volta lavato, il pezzo si rimpicciolisce, la maglia diviene un tessuto vero e proprio e il colore non è mai quello di partenza. Pertanto, quando apro la lavatrice è sempre una sorpresa» specifica Giuliana, che proprio con questa tecnica ha creato un modello di piccola borsa a mano che ricorda un tenero ovetto di soffice lana color zafferano. Inoltre, le piace giocare riutilizzando vecchi tessuti per l'arredamento, linoni o scozzesi che trovano nuova vita in comode sacche o in modelli tondeggianti.

Le sue creazioni stanno già varcando i confini lariani, tanto che Giuliana sta completando un'intera collezione di borse estive destinata a una boutique pugliese che propone pezzi esclusivi di artigianato italiano. D. Mam.



Giuliana Saibene

# La cyber sicurezza nelle ditte artigiane

## L'incontro

Un webinar di **Confartigianato** sugli argomenti delle minacce informatiche

La cyber sicurezza è un elemento sempre più decisivo anche nella vita delle aziende, chiamate a difendersi da virus e attacchi informatici che possono fare danni devastanti.

Per aiutare le imprese del territorio a proteggersi, **Confartigianato** Lecco ha organizzato uno specifico webinar per il 5 maggio.

«Se c'è una cosa che oggi vale quanto o più dell'oro, ormai lo sappiamo, sono i nostri dati - è la premessa dell'iniziativa -. Le aziende se li contendono per attività di marketing e a suon di mail, sms e cookies siamo bersagliati da attività promozionali più o meno in target con le nostre esigenze. Fin qui il disturbo della nostra privacy. Ma c'è chi si spinge oltre, con vere e proprie truffe online e attacchi informatici a danno delle aziende».

È in questo contesto che assume importanza assoluta la cyber security, l'insieme di tecnologie, strumenti e procedure

impiegati per proteggere i sistemi informatici da violazioni da parte di soggetti terzi (hackers) con finalità criminali oppure per evitare la perdita o il danneggiamento di dati, informazioni, software, attrezzature, macchinari, dovute a malfunzionamenti accidentali, si pensi ad esempio ad un incendio del server aziendale.

«Oggi le implicazioni della cyber security data la vastissima diffusione di dati e informazioni digitali sono così estese che è impossibile definire una casistica completa - spiega Stefano Vassena, di Abz soluzioni informatiche, associata di **Confartigianato** -. Ma se dovessimo considerare quali sono le minacce e le conseguenze legate alla violazione del sistema informatico di una micro piccola impresa, direi che tra i casi più frequenti troviamo gli attacchi dolosi, tra cui malware, ransomware, social engineering - phishing, il Man-in-the-Middle, Distributed Denial of Service. Esistono poi i danni involontari come il crash dei sistemi operativi o il caso di un semplice blocco di un software».

Appuntamento il 5 maggio alle 17.30. Iscrizioni su [www.artigiani.lecco.it](http://www.artigiani.lecco.it), sezione eventi.

**C. Doz.**



# Dagli artigiani una nuova ambulanza alla Croce Rossa

— Cittadini più sicuri, grazie a **Confartigianato** Imprese Lecco. È stata inaugurata ufficialmente ieri mattina, con una breve cerimonia nella sede di via Galilei, l'ambulanza acquistata grazie alla raccolta fondi "ArtigianiAMO Lecco" - lanciata lo scorso anno da **Confartigianato** Imprese Lecco e Ancos Lecco, Associazione nazionale delle comunità sociali e sportive di **Confartigianato** -, che ha permesso, grazie alla generosità degli artigiani lecchesi, di acquistare un nuovo mezzo di soccorso da donare al Comitato di Lecco della Croce Rossa Italiana.

«Gli imprenditori artigiani lecchesi hanno del proprio Dna il forte legame con il territorio in cui lavorano, ma soprattutto in cui vivono - ha esordito **Daniele Riva**, presidente **Confartigianato** Imprese Lecco -. La nostra idea di imprenditoria, non a caso, è definita dagli esperti "glocal": esportiamo nel mondo, ma viviamo con i piedi ben piantati nelle nostre imprese, in cui molti di noi lavorano con le proprie famiglie».

Il dono dell'ambulanza, in uso al personale della Cri già da qualche settimana, è un esempio di questa forte attenzione al territorio. Il nuovo mezzo ha tutte le dotazioni necessarie agli interventi di emergenza e urgenza, con i presidi medici necessari (tra cui il defibrillatore e la cardiolina, strumento utilizzato per eseguire elettrocardiogramma sul posto e invio alla centrale medica). Inoltre, grazie a un sofisticato impianto, ospita un sistema di sanificazione automatico con funzione anti-batterica e anti-virale.

«La Croce Rossa Italiana è sempre impegnata, soprattutto in questo particolare momento di pandemia, ad aiutare le persone più fragili come anziani, disabili e malati - ha commentato il presidente **Enzo Cavalieri**, rivolgendo il proprio ringraziamento agli artigiani -. Con il contributo di **Confartigianato** per l'acquisto di una nuova ambulanza, potremo continuare con maggior entusiasmo la nostra attività in convenzione 118 su Lecco e tutto il suo territorio». **C. Doz.**





La consegna della nuova ambulanza

Grazie ad un'applicazione innovativa i volontari si metteranno in contatto con gli utenti. In futuro il servizio verrà esteso a tutta la Lombardia

# Videochiamate ai nonni: la nuova app di Auser

Il presidente Claudio Dossi: «I nostri anziani non sentiranno più solo la voce dei volontari ma potranno vedere i loro volti»

**LECCO** (cmc) «Oggi per Auser, i suoi 470 volontari e le 1462 persone anziane e fragili del territorio, che abbiamo in carico, si apre una pagina davvero importante». E' così che il presidente lecchese di Auser, **Claudio Dossi**, ha presentato il nuovo servizio di Telefonata sociale che da venerdì scorso consente di videochiamare i «nonni» soli. Una svolta sostanziale che avvicina l'associazione agli utenti che ha in carico. La videochiamata è possibile grazie ad un'applicazione sicura - che ha in memoria il numero di Auser - installata sul cellulare del pensionato e che consente, tramite un «click» di effettuare il collegamento.

Un'inaugurazione importante - per un servizio innovativo - avvenuta nella Casa della Solidarietà di corso Monte Santo, alla presenza dell'assessore regionale alla Famiglia **Alessandra Locatelli**, dell'onorevole **Roberto Ferrari** (Lega), del consigliere regionale **Mauro Piazza**, del presidente della Conferenza dei sindaci **Flavio Polano**, del direttore di Ats Brianza **Silvano Casazza**, della presidente della Fondazione Lecchese **Maria Grazia Nasazzi**, dell'assessore al Welfare **Emanuele Manzoni** e della presidente di Auser Lombardia **Lella Brambilla**.

«I nostri anziani - ha precisato Dossi - riceveranno non solo le telefonate tradizionali ma potranno ricevere anche le videochiamate. Un modo per abbattere ulteriormente il problema della solitudine: gli anziani non sentiranno più solo la voce dei nostri volontari ma finalmente potranno vedere anche i loro volti».

In questo periodo di pandemia Auser ha aumentato le sue chiamate verso le fragilità: nel 2020 sono state 33mila telefonate verso l'esterno. «Migliaia sono anche le telefonate



ricevute da anziani e parenti che chiedono il trasporto verso luoghi di cura, la spesa, la consegna di farmaci o di pasti. Attualmente ci contattano per farsi prenotare la vaccinazione sulla piattaforma e per farsi portare nei centri vaccinali: ad oggi abbiamo effettuato 580 prenotazioni e 640 accompagnamenti».

Ha aggiunto l'assessore regionale alla famiglia Locatelli: «Grazie alla convenzione tra il Comune e l'Auser è stato attivato un servizio che, già presente su altri territori, si è rivelato preziosissimo per i nostri anziani. Con la Telefonata sociale, infatti, i volontari di Auser, con cadenza periodica durante tutto l'anno, contattano le persone più fragili, in

particolare gli over 75, tramite telefonate e videochiamate. Questo permette di starli vicini, di ascoltare i loro bisogni e di aiutarli a sentirsi meno soli».

Ha aggiunto l'assessore Manzoni: «Stiamo uscendo da un periodo difficile e la pandemia ha messo in risalto fenomeni già presenti nelle nostre comunità. In questi mesi ci siamo resi conto che tante richieste di aiuto arrivavano non dai luoghi dove il virus ha colpito con più violenza ma dove c'era solitudine. C'è bisogno di accorciare le distanze e creare attorno alle persone una rete di solidarietà che possa intervenire là dove c'è una richiesta. Oggi presentiamo uno strumento che permette

di rispondere adeguatamente alle richieste dei lecchesi».

Ha aggiunto Silvano Casazza: «Auser è un sodalizio in grado di far fronte sia ai servizi tradizionali come il trasporto dei malati, la telefonata, la consegna farmaci ma è anche innovazione. Oggi siamo qui a presentare un'iniziativa pionieristica che risponde ai bisogni delle persone». Lella Brambilla ha sottolineato invece che l'iniziativa è stata possibile grazie ad un'azienda disposta a collaborare con il mondo del no profit. «Questa app sembrerebbe banale ma invece è stata la chiave di volta che ci ha consentito di trovare una modalità semplice ed efficace. Un'innovazione che non vogliamo soltanto vivere a



La presentazione della App. Sopra l'assessore Manzoni in videochiamata

Lecco ma vogliamo allargarla a tutta la regione e quindi a tutti i 19 punti di ascolto che abbiamo nel territorio della Lombardia».

Dopo la presentazione ad effettuare la prima videochiamata è stato l'assessore Locatelli. In collegamento la signora **Margherita Agostoni**, di 82 anni. Poi è stato Emanuele Manzoni a mettersi in

contatto con **Giuseppe Valsecchi** che di anni ne ha 89 ma nonostante tutto dalle 7 del mattino a mezzogiorno lavora ancora l'orto. «La chiamata dei volontari è un momento di grande piacere - ha ammesso - e l'aspetto tutte le settimane con trepidazione». Ora il signor Giuseppe potrà anche vederli, gli angeli dell'Auser.

Micaela Crippa

## Intervista all'eurodeputato di Identità & Democrazia su immunizzazione e piani di rilancio Vaccini, Panza: «L'Europa ha dimostrato ancora una volta tutti i suoi limiti. Toccherà ai governi nazionali trovare il riscatto»

(ces) «Se il coordinamento dell'Europa funziona, bene. Se non funziona bisogna organizzarsi diversamente». Questo in sintesi il pensiero dell'eurodeputato **Alessandro Panza** (nella foto) del Gruppo Identità & Democrazia sulla situazione vaccinale.

Ci spiega come si è mossa l'Unione europea?

«La Commissione e gli Stati membri hanno adottato un approccio comune a livello europeo per garantire l'approvvigionamento e agevolare la distribuzione dei vaccini, concludendo accordi di acquisto con i singoli produttori a nome di tutti gli Stati. Per accelerarne la produzione l'Unione europea ha finanziato una parte dei costi iniziali sostenuti dalle case farmaceutiche per 2,7 miliardi di euro. Questi finanziamenti sono in pratica un acconto sull'acquisto dei vaccini. A oggi i vaccini autorizzati acquistati dall'Ue sono il BioNtech-Pfizer, il Moderna, AstraZeneca e dall'11 marzo scorso anche Johnson & Johnson. Sono stati conclusi altri due contratti che consentiranno l'acquisto dei vaccini Sanofi-GSK e CureVac, una volta che si siano dimostrati sicuri ed efficaci. Sullo Sputnik invece tutto tace, somministrato in 39 Paesi, dopo tre mesi si è ancora in attesa del responso dell'Ema, in cui confidiamo per una rapida conclusione dei test clinici».

Quali sono state le criticità secondo lei?

«Non vogliamo certamente immolarci sull'altare della solidarietà europea e neanche essere vittime di una politica ottusa durante un'emergenza pandemica... Se il nodo per la soluzione del problema è la distribuzione di sufficienti quantità di vaccini bisogna agire in tal senso senza indugi. Posto che in Italia stiamo ancora pagando le decisioni e l'immobilismo del governo Conte II, che tra Primule e protagonismi ha perso tempo e speso denaro inefficacemente, certamente il tempo perso dall'Ue per negoziare i prezzi dei vaccini con l'intento di risparmiare somme tutto sommato ininfluenti per i bilanci nazionali non si sono dimostrati una gran strategia, così come la stipula dei contratti poco oculata,



vedi AstraZeneca, che ha rivelato tutta la fallacità dell'«accordo comune» quando i ritardi sulle consegne hanno iniziato a incidere sulla campagna vaccinale».

Cosa bisogna fare quindi? E quali sono le priorità per il nostro Paese?

«Bisogna quindi intervenire per ampliare il più possibile le possibilità di vaccinazione e raggiungere la tanto sospirata soglia di immunità. Per quanto riguarda la politica nazionale invece la Lega al Governo è una garanzia per il Paese, indispensabile in un momento delicato come questo. Perché non dimentichiamo l'altra missione importantissima dell'Unione europea nonché grande sfida per il nostro Paese: nei prossimi mesi bisognerà valutare per l'investimento oculato dei fondi del Next Generation Ue che rappresentano un'opportunità per coniugare crescita e sostenibilità, ma potrebbero anche diventare il peggior incubo per le prossime generazioni future. Sarà con enorme responsabilità che dovremo affrontare questo tema per il bene del Paese e dei nostri figli».

Grazie alla raccolta fondi «ArtigianiAmo Lecco»

## Confartigianato e Ancos: «Nel nostro dna il territorio» Donata alla Croce Rossa una nuova autoambulanza

**LECCO** (gf2) Una nuova ambulanza per la Croce Rossa di Lecco donata da Confartigianato. Grazie alla raccolta fondi «ArtigianiAmo Lecco», indetta da Confartigianato Imprese Lecco, Ancos Lecco, Associazione nazionale delle Comunità sociali e sportive di Confartigianato.

«Gli imprenditori e artigiani lecchesi hanno nel proprio Dna un forte legame con il territorio in cui lavorano, ma soprattutto in cui vivono - ha commentato **Daniele Riva**, presidente Confartigianato Imprese Lecco - La nostra idea di imprenditoria, non a caso, è definita dagli esperti "glocal": esportiamo nel mondo, ma viviamo con i piedi ben piantati nelle nostre imprese, in cui molti di noi lavorano con le proprie famiglie».

Il nuovo mezzo, costato 70mila euro, ha tutte le dotazioni necessarie per gli interventi da 118, come i presidi medici tra cui defibrillatore e cardiolina, strumento utilizzato per eseguire elettrocardiogramma sul posto con invio immediato alla centrale medica. Inoltre, grazie a un sofisticato impianto, il mezzo ospita un sistema di sanificazione automatico con funzione anti batterica e virale.

Durante la presentazione del mezzo è intervenuto anche il presidente del comitato di Lecco della Croce Rossa, **Enzo Cavaliere**, che ha sottolineato l'importanza della nuova ambulanza per lo svecchiamento del



Il nuovo mezzo donato alla Croce Rossa Lecco dagli Artigiani lecchesi

parco mezzi della Cri di Lecco. «Con il contributo di Confartigianato potremo continuare con maggior entusiasmo la nostra attività in convenzione 118 su Lecco e tutto il suo territorio. A nome del Consiglio direttivo e di tutti i volontari impegnati, rinnoviamo al presidente Riva, e a tutti gli artigiani che hanno voluto contribuire, il nostro grazie per la sensibilità avuta scegliendo la nostra associazione per destinare il generoso contributo».

A contribuire all'acquisto del mezzo anche l'Ancos, parte del sistema Confartigianato. «La nostra attività è fortemente attiva sul territorio e attenta alle tematiche sociali - ha spiegato il presidente **Innocenzo Sartor** - Durante questa emergenza sanitaria la nostra associa-

zione si è impegnata a livello regionale ad acquistare ventilatori polmonari che sono stati distribuiti negli ospedali lombardi».

Soddisfatto anche **Vittorio Tonini**, segretario generale di Confartigianato Imprese Lecco: «Gli imprenditori artigiani hanno fatto sentire la vicinanza al nostro territorio contribuendo anche all'acquisto di alcuni ventilatori destinati agli ospedali che durante la prima ondata ne erano sprovvisti e, ultima azione concreta, sostenendo economicamente l'apertura e il funzionamento dell'Hub vaccinale di Lecco allestito al Palataurus, a dimostrazione dell'impegno e della particolare attenzione rivolta al sociale che da tempo Confartigianato imprese Lecco mette nelle su azioni quotidiane».

## **Confartigianato Lecco dona una nuova ambulanza alla Croce Rossa**

**La donazione è frutto della raccolta fondi dell'associazione. "Un mezzo di soccorso da subito in prima linea per le emergenze"**

**LECCO - Un nuovo mezzo di soccorso acquistato grazie alla generosità degli artigiani lecchesi:** da poche settimane i volontari della Croce Rossa Italiana - Comitato di Lecco - stanno utilizzando un'ambulanza di ultima generazione acquistata grazie alla raccolta fondi "**ArtigianiAMO Lecco**" indetta da Confartigianato Imprese Lecco e Ancos Lecco, Associazione Nazionale delle Comunità Sociali e Sportive di Confartigianato.



“Gli imprenditori artigiani lecchesi hanno del proprio DNA il forte legame con il territorio in cui lavorano, ma soprattutto in cui vivono - commenta **Daniele Riva**, presidente Confartigianato Imprese Lecco - La nostra idea di imprenditoria, non a caso, è definita dagli esperti **“glocal”**: **esportiamo nel mondo, ma viviamo con i piedi ben piantati nelle nostre imprese**, in cui molti di noi lavorano con le proprie famiglie. Famiglie che usufruiscono dei servizi comunitari, scuole, associazioni, vivendo a pieno il territorio”.



Il presidente degli artigiani Daniele Riva sulla nuova ambulanza

**“Crediamo quindi fortemente nella restituzione di un po’ del nostro lavoro a favore della Comunità di cui facciamo parte** - aggiunge Riva - Così, durante il primo lockdown di un anno fa, ci siamo subito chiesti cosa potessimo fare di concreto e abbiamo dato il via a una raccolta fondi per sostenere la Croce Rossa di Lecco nell’acquisto di una nuova ambulanza”.

### **Un’ambulanza di ultima generazione**

Il nuovo mezzo **ha tutte le dotazioni necessarie agli interventi da 118, con tutti i presidi medici** tra cui il defibrillatore e la cardiolina, strumento utilizzato per eseguire elettrocardiogramma sul posto e invio alla centrale medica. Inoltre, grazie a un sofisticato impianto, il mezzo ospita un sistema di sanificazione automatico con funzione anti-batterica e anti-virale.



“La Croce Rossa Italiana Comitato di Lecco è sempre impegnata, soprattutto in questo particolare momento di pandemia, ad aiutare le persone più fragili come anziani, disabili e malati - commenta **Enzo Cavalieri**, presidente CRI - Comitato di Lecco - Con il contributo di Confartigianato per l’acquisto di una nuova ambulanza, **potremo continuare con maggior entusiasmo la nostra attività in convenzione 118 su Lecco e tutto il suo territorio**, pertanto anche a nome del Consiglio Direttivo e di tutti i volontari impegnati, rinnoviamo al presidente Riva e a tutti gli artigiani che hanno voluto contribuire, il nostro grazie per la sensibilità avuta scegliendo la nostra associazione per destinare il generoso contributo”.



A destra il presidente della Croce Rossa, Enzo Cavalieri, a sinistra il suo vice Pierluigi Fumagalli e al centro il presidente di Ancos, Innocenzo Sartor

**Un'ambulanza che sarà subito utilizzata per le missioni di soccorso:** "Abbiamo recentemente rinnovato la convenzione con Areu 118 per i servizi di pronto soccorso 24h ed era necessario avere mezzi di età inferiore ai sei anni. Dei dieci veicoli a nostra disposizione (8 ambulanze e due doblò) solo un'altra ambulanza ha meno di sei anni di utilizzo, quindi entrambe saranno subito in prima linea per le emergenze" spiega il vicepresidente della Croce Rossa, **Pierluigi Fumagalli**.

Gli altri mezzi sono invece utilizzati per i diversi altri servizi di presidio, assistenza domiciliare e accompagnamento dei malati che vedono impegnati complessivamente 400 volontari dell'associazione ( di 150 attivi sulle attività di pronto soccorso).

## Vicini al territorio durante l'emergenza

L'acquisto dell'ambulanza, costata circa 70 mila euro, è frutto di un'iniziativa dell'associazione degli artigiani lecchesi e di Ancos, l'Associazione Nazionale Comunità Sociali e Sportive che è parte del sistema Confartigianato. "La nostra è una realtà che si occupa di dare una mano sulle tematiche sociali - ha spiegato il presidente di Ancos Lecco, **Innocenzo Sartor** - nell'ambito di questa emergenza sanitaria, lo scorso anno a livello Lombardo abbiamo acquistato dei ventilatori polmonari che sono stati distribuiti in alcuni ospedali della nostra regione".



Il segretario generale Vittorio Tonini a destra, insieme ai presidenti Riva e Cavalieri

"Ricordo che gli imprenditori artigiani - sottolinea **Vittorio Tonini**, segretario generale Confartigianato Imprese Lecco - hanno fatto sentire la vicinanza al nostro territorio contribuendo anche all'acquisto di alcuni ventilatori destinati agli ospedali che durante la

prima ondata ne erano sprovvisti e, ultima azione concreta in ordine di tempo, sostenendo economicamente l'apertura e il funzionamento dell'Hub vaccinale di Lecco allestito al Palataurus, a dimostrazione dell'impegno e della particolare attenzione rivolta al sociale che da tempo Confartigianato Imprese Lecco sostiene nelle sue azioni quotidiane”.

