



IMPRESA & LAVORO



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

«LE PERSONE PRIMA DI TUTTO DA LORO IL NOSTRO SUCCESSO»

A Gds Communication di Como la certificazione "Great Place to Work" per la qualità dell'ambiente di lavoro «Formazione continua, per noi è decisivo che i collaboratori restino. Così abbiamo azzerato il turn over»

MARIA GRAZIA GISPI

A Como, tra le aziende del polo di via Tentorio, alle porte della città, Gds Communication Srl si distingue per l'ambiente moderno e luminoso. «Ci piace pensare che nella bellezza si genera bellezza e desideriamo trasmettere questa idea alle persone che lavorano con noi». Paolo Bellocco, Ceo di Gds Communication Srl, mantiene centrata l'attenzione sul gruppo di lavoro. Uno staff giovane, specializzato e in crescita dove la qualità del lavoro è stata certificata, i primi di ottobre, dalla società specializzata "Great place to work".

Come avete ottenuto la certificazione?

Abbiamo chiesto a ciascun membro del nostro staff di partecipare, su base anonima, alla procedura per il riconoscimento di "Great place to work": una certificazione internazionale che, attraverso l'analisi di questionari, analizza e valuta il livello di eccellenza del sistema organizzativo interno. L'indagine esplora principalmente cinque dimensioni: credibilità, rispetto, equità, orgoglio e coesione, valutate su base percentuale. Nella nostra realtà il risultato di soddisfazione generale ha raggiunto il 91%, quando il 60% sarebbe già stato sufficiente per essere certificati.

Come si è arrivati a ottenere un così alto grado di soddisfazione del personale?

Poniamo grande attenzione ai nostri collaboratori, per noi sono la risorsa principale. Il nostro team è composto da 14 collaboratori dipendenti, ai quali si aggiungono 6 consulenti. L'età media è di 35 anni e le donne rappresentano la maggioranza (60%). Il grado di formazione è in genere una laurea specialistica.

C'è poi un impegno costante sulla formazione interna. Dal punto di vista organizzativo abbiamo creato un leadership team interno con una visione condivisa dove i ruoli sono gestiti e coordinati da figure di riferimento che seguono tutti i processi di lavoro. Regolarmente ogni mattina è previsto un momento di raccordo.

La leadership diffusa è anche delega di responsabilità?

La scelta è stata quella di non centralizzare tutti i processi decisionali sull'imprenditore, questo per permettere di avere tempi di risposta rapidi e far



Paolo Bellocco, Ceo di Gds Communication

crescere le persone. In Gds Communication il turnover di personale è pressoché assente. Lavoriamo molto per accompagnare la professionalizzazione delle persone; nel nostro settore è necessaria una conoscenza del campo di azione specialistica che richiede diverso tempo per essere acquisita. Per questo è importante che i collaboratori rimangano il più possibile con noi.

Quali altri elementi di innovazione sono stati introdotti per implementare il benessere del personale?

Siamo rientrati dallo smart working al 100% un mese fa, ma

abbiamo mantenuto una quota del 60% di lavoro da remoto. Abbiamo fornito a tutti le connessioni da casa con tecnologia bonding. Non è essenziale stare in ufficio, ci teniamo però a stabilire un giorno in cui siamo tutti in presenza per mantenere al meglio lo spirito di gruppo. Importante è l'autonomia e la responsabilizzazione delle persone verso gli obiettivi aziendali, non il controllo. Ora amplieremo anche gli spazi e avremo bisogno di nuove persone, al momento ci sono quattro posizioni aperte. Nel frattempo conserviamo l'esperienza di chi lavora con noi da molto tempo,

per esempio Roberta e Michele, che collaborano con noi da quasi trent'anni.

Un'azienda ad alta tecnologia eppure storica, con quale obiettivo è stata fondata?

Nata nel 1974 come azienda di supporto ai convegni e alle attività di formazione delle aziende, Gds Communication da sempre si occupa di filmati di chirurgia in diretta utilizzati per diffondere le tecniche di intervento e le nuove tecnologie presso gli studenti di medicina e i medici chirurghi.

Mio padre ha fondato l'azienda 50 anni fa e da subito si era



LA SCHEDA

IL RICONOSCIMENTO
Great Place to Work è una società di consulenza organizzativa nell'ambito delle risorse umane che, in Italia, studia e analizza il clima aziendale. Su richiesta dell'azienda, attraverso un'indagine, sono raccolte le opinioni dei collaboratori riguardo l'ambiente di lavoro: misurando l'esperienza del personale restituiscono al management risultati, analisi e report insieme a una consulenza specialistica volta al miglioramento del contesto di lavoro. La certificazione Great Place to Work consente di essere riconosciuti come un ambiente di lavoro di qualità. Ogni anno, sono poi selezionate quelle che hanno ottenuto i risultati migliori e vengono incluse nella classifica Best Workplaces.

orientato su servizi per le aziende mediche. Quando sono subentrato io, ormai 11 anni fa, è evoluta l'offerta di servizi per le aziende di marketing e comunicazione in ambiente farmaceutico e bio medicale.

Con quali prospettive?

Oltre alla clientela italiana, dal 2011 abbiamo iniziato a lavorare direttamente con le case madri internazionali. Il livello di complessità è cresciuto ma ci ha permesso di cogliere interessanti opportunità. Siamo rientrati da poco da Amsterdam e la scorsa settimana siamo stati a Barcellona. Oggi il 60% del nostro fat-

turato proviene dalle attività all'estero.

L'internazionalizzazione ci ha dato una notevole spinta per riuscire a strutturarci meglio e oggi seguiamo diverse tipologie di servizi di comunicazione e marketing.

In un panorama in cui si muovono grandi agenzie di comunicazioni, come riuscite ad avere visibilità nel settore a livello internazionale?

Ci concentriamo sui nostri valori di alta specializzazione e flessibilità che ci hanno permesso di concludere partnership con clienti di livello globale.

Il direttore medico nel nostro staff, di formazione onco-ematologica, supervisiona tutti i contenuti, ci aiuta a essere sempre più vicini ai clienti e ad anticipare le loro esigenze comunicative. Per i clienti è una garanzia e per noi è stato anche l'investimento più efficace.

Ci sono poi competenze diversificate per gruppi di lavoro e i profili dei collaboratori riguardano principalmente la comunicazione, l'informatica e il design.

Questo alto grado di specializzazione interno e la comprensione del mercato di riferimento ha permesso, nel tempo, di trovare importante visibilità e continuità con grandi gruppi internazionali.

Quali sono i risultati economici?

Il focus principale dei nostri servizi è la gestione congressuale e quindi lavoriamo sugli eventi, partendo dalla realizzazione dei contenuti. Nel 2020, con la sospensione di ogni evento fisico, è stato necessario pensare a un modo per supportare i clienti in modo diverso. Fortunatamente eravamo già abbastanza strutturati per la gestione degli eventi in modalità remota e nella prima metà del 2020 abbiamo deciso di continuare a investire sulla nostra offerta. Nella seconda metà dell'anno c'è stata però un'esplosione di richieste che ci ha permesso di crescere del 10% nel 2020 rispetto al 2019. Concluderemo il 2021 con 3,6 milioni di ricavi con una crescita del 25% sul 2020.

Si innesca un circolo virtuoso se le persone si sentono bene nell'ambiente dove lavorano. Se nei momenti difficili si sentono sicuri all'interno di una realtà solida che investe su di loro, possono poi dare quella spinta ulteriore che permette di fare la differenza nei momenti di cambiamenti di mercato come quello che stiamo vivendo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Comunicazione digitale Focus sull'area medica

La sanità è in una fase di epocale transizione digitale.

Esistono piattaforme digitali che garantiscono ai pazienti la possibilità di ricevere video consulti rapidi attraverso un computer o dispositivo mobile, senza dover raggiungere fisicamente il medico specialista.

Le potenzialità sono enor-

mi e in questo ambito, ma non solo, opera l'agenzia di marketing e comunicazione integrata Gds communication di Como.

Dalla sua fondazione nel 1974 supporta le aziende pharma, medtech e life science nell'ideazione, realizzazione ed esecuzione di attività di marketing e comunicazione verso clinici, me-

dicci, hep e pazienti.

L'obiettivo è mettere in equilibrio, attraverso una buona comunicazione, scienza, umanità e tecnologia.

Per raggiungerlo l'agenzia di comunicazione collabora con le aziende del settore medicale per raccontare al pubblico quali sono i punti di forza per alcuni prodotti attraverso strategie e strumenti efficaci, correlati tra loro in piani di comunicazione e marketing integrati che coinvolgono tutti gli attori principali: pazienti, caregiver,

medici, istituzioni, associazioni.

Con una crescente vocazione all'internazionalizzazione, Gds communication si occupa, oltre che di telemedicina e di video riprese di chirurgia, anche di campagne di sensibilizzazione, di sviluppo di strumenti di comunicazione digitale, eventi di lancio per nuovi prodotti e congressi, anche virtuali, materiali per la forza vendita e video marketing, modellazione e animazione 3D, brand building, webinar e live streaming.

I salari

Contrattazione e produttività



Il confronto

Gli aumenti maggiori nei Paesi del Nord Europa

Rispetto al Nord Europa, ai Paesi dell'Europa occidentale e a quelli dell'ex blocco sovietico, nell'Europa meridionale nei quindici anni fra il 1995 e il 2010 gli incrementi salariali sono stati molto contenuti, con una tendenza bassa in Italia.

Secondo un'elaborazione Openpolis di dati Ocse, il nostro paese ha registrato i maggiori incrementi retributivi in questione, nel corso del quale si è passati progressivamente da un salario medio annuale di circa 37mila dollari ad uno di 42mila. Un incre-

mento estremamente contenuto soprattutto se paragonato ad altri Paesi, come l'Irlanda che negli stessi anni è passata da 31mila a quasi 50mila dollari. Considerando i trent'anni dal 1990 al 2020 in Italia il salario medio annuale è diminuito del 2,9%. M.DEL

«PESA SUI SALARI LA CRISI DEL 2008»

Francesco Seghezzi dirige la fondazione Adapt, costituita da Marco Biagi «Non ci siamo ancora ripresi dalle difficoltà nate dai mutui sub prime»

MARIA G. DELLA VECCHIA

Nel decennio 1990-2020 l'Italia si è ritrovata in fondo alla classifica europea per aumento di stipendi medi annuali. All'estremo opposto c'è la Lituania con una crescita che sfiora il 300%, mentre i grandi Paesi europei stanno nel mezzo con crescite tuttavia importanti, intorno al 50%. L'Italia è l'unico Paese europeo in cui nel 2020 si guadagna meno rispetto al 1990.

Diversi i fattori che continuano a determinare questo blocco per il nostro Paese, in primis la bassa produttività e la proliferazione di assunzioni in servizi alla persona caratterizzati da bassa qualificazione e precarietà. Ne parliamo con Francesco Seghezzi, direttore della Fondazione Adapt, fondata da Marco Biagi nel 2000, e ricercatore dell'università di Modena e Reggio Emilia, che sottolinea come «per l'Italia si tratta di una dinamica che arriva da lontano, in una situazione che si è fatta più critica dopo l'ultima crisi del 2008, dalla quale non ci siamo mai veramente ripresi».

Anche negli anni Novanta si registrava tuttavia una crisi dei salari.

Sì, ma in proposito la vera criticità arriva dopo, perché la crisi del 2008 ha messo in ulteriore difficoltà aziende che già lo erano. La crisi ha consentito di trascinare per anni e anni la



Francesco Seghezzi, direttore Fondazione Adapt

sopravvivenza di tante aziende decotte, in perenne stato di non espansione e in qualche modo una fetta dell'occupazione industriale che non beneficiava di aumento di produttività e di redistribuzione sui salari.

Quanto hanno inciso la frammentazione dei contratti e quindi la progressiva crescita del precariato?

La forte crescita di occupazione in servizi poco qualificati è stata un'altra caratteristica del mondo del lavoro in quest'ultimo decennio. Ciò ha fatto sì che si creassero tanti occupati, ma in ambiti bassi e con contratti discontinui, con poche ore di lavoro svolto e con salari comunque più bassi della media. Abbiamo visto questo cambiamento in un mix che ha coin-

volto sia l'industria che i servizi e che sta colpendo soprattutto i giovani, che vediamo occupati con contratti temporanei e bassi stipendi.

Quanta responsabilità hanno le relazioni sindacali su quello che di fatto è una penalizzazione di potere d'acquisto che non fa bene né ai lavoratori né all'industria?

È difficile giocare tutta la partita degli aumenti salariali nella contrattazione a livello nazionale. Dovrebbe quindi essere rafforzata la redistribuzione del valore sul territorio dove questo viene prodotto, vale a dire attraverso un incremento di contrattazione aziendale che purtroppo in Italia registra ancora un'applicazione molto bassa.

Sindacati e imprese dunque non hanno colpe per la mancata crescita salariale?

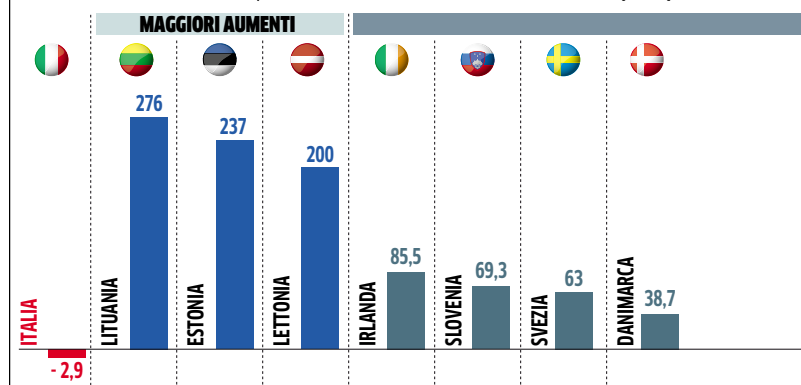
Su questo punto non incolpere né solo il sindacato né solo le aziende e ricordo che quello zero di crescita registrato dall'Italia nel decennio scorso non significa che tutti i salari non siano cresciuti. Esiste un insieme di responsabilità date dal fatto che abbiamo una gran quantità di piccole aziende soprattutto dei servizi che hanno contratti poveri. Vediamo inoltre che sono aumentati parecchio i servizi di assistenza e di cura, che vanno anche di pari passo con una componente di lavoro irregolare che inevitabilmente incide sui salari così come sulla previdenza. Questo ha fatto sì che se prendiamo l'occupazione negli ultimi anni, su un milione di nuovi occupati 300mila hanno trovato lavoro in tale tipo di servizi.

La bassa produttività continua ad essere un freno alla crescita salariale?

La produttività è un elemento principale su cui si giocano i salari. Ad incidere sull'asse della produttività sono soprattutto il basso livello di innovazione determinato da scarsi investimenti anche nei servizi. L'Italia in proposito si è posizionata su servizi a basso valore aggiunto, mentre invece dovremmo investire in servizi per l'impresa, information technology, servizi finanziari. Abbiamo inoltre un'organizzazione del lavoro verticistica, fissa, po-

I salari in Europa, il confronto

Salario medio annuale, le variazioni tra il 1990 e il 2020 (in %)

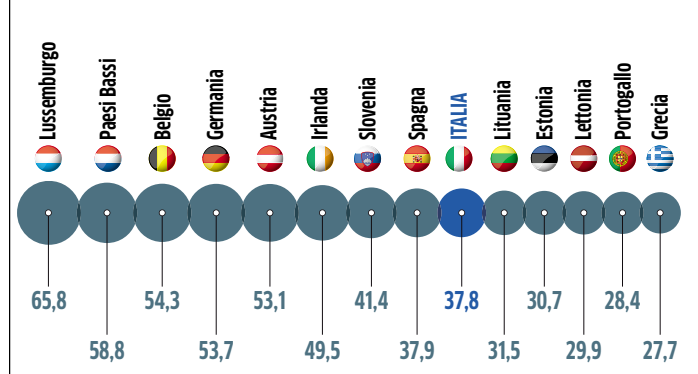


Diminuzione media della massa salariale in Europa a causa della pandemia

-6,5%

A causare questo fenomeno è stato, in maniera particolare, il taglio delle ore lavorative, mentre il problema della perdita del lavoro è stato in buona parte arginato da misure di salvaguardia a livello nazionale, che sono riuscite a contenerne gli effetti più negativi

Salario medio annuale in migliaia di dollari



«La produttività è fondamentale per i livelli delle retribuzioni»



«Va rafforzata la redistribuzione del valore sul territorio»

co dinamica in cui la flessibilità all'interno delle organizzazioni non funziona e ci troviamo a scaricare tutto sulla flessibilità del mondo del lavoro. E, non certo ultimo, c'è tutto il capitolo necessario su come portare maggiore integrazione fra scuola e lavoro. Circa l'istruzione tuttavia ricordo che purtroppo l'Italia con dieci punti sotto la media dell'Unione europea, è penultima in Europa per occupati con laurea o titolo equivalente e anche questo è un fattore che incide sulla produttività in specifici ambiti.

È aperta la discussione sul salario minimo. È la strada giusta per alzare il livello dei redditi dal lavoro?

«Le competenze sono premiate Resta il nodo del cuneo fiscale»

L'azienda

L'analisi sui livelli salariali di Mauro Califano responsabile personale in Rodacciai

«È vero che negli ultimi anni c'è stata una sorta di appiattimento sui salari, che si rileva quando ci si trova a ragionare sulle medie delle statistiche. Invece è bene distinguere: ci sono figure professionali la cui pre-

ziosità, secondo una comune dinamica di mercato, fa salire in modo vertiginoso le loro quotazioni. Nell'ultimo decennio tali figure sono cresciute, così come le loro retribuzioni».

Lo afferma Mauro Califano, Hr director di Rodacciai, manager con alle spalle una carriera nelle relazioni sindacali e nelle risorse umane che include dieci anni in Ilva e un altro decennio nel settore portuale e marittimo, prima di approdare, in Ro-

dacciai. Quindi ha attraversato e gestito una lunga serie di trattative sindacali e sulle dinamiche retributive.

Tornando alle medie che pure qualche verità rivelano, nello spiegare perché l'Italia è da lungo tempo ultima in Europa per incrementi salariali Califano osserva che il nostro è un Paese «fortemente penalizzato da un pesante cuneo fiscale che ha reso difficile aumentare i salari da parte di tante aziende che avreb-

bero voluto farlo, e ciò si è riversato sia nelle scelte operate dalle rappresentanze datoriali sulla contrattazione nazionale sia nella contrattazione integrativa aziendale per il timore sostanziale di ritrovarsi parzialmente fuori dal mercato».

Fra le cause dei mancati aumenti salariali Califano mette anche il sostanziale blocco della crescita di produttività italiana, dovuta al fatto che «per motivi economici e sociali non si è riusciti a varare politiche che potessero portarci fuori dal guado, facendo così precipitare il Paese in una semi eterna stagnazione che frena anche i salari».

Una situazione, questa, «che non vede una mancanza di responsabilità da parte delle im-



Mauro Califano, Rodacciai

prese e sotto certi aspetti neppure da parte dei sindacati. La responsabilità più grossa è della politica dei vari Governi, i quali hanno frenato la possibilità delle imprese di dare una svolta ai processi produttivi e alla loro affermazione sul mercato. Basti solo pensare agli effetti degli alti costi dell'energia sulla competitività delle imprese italiane».

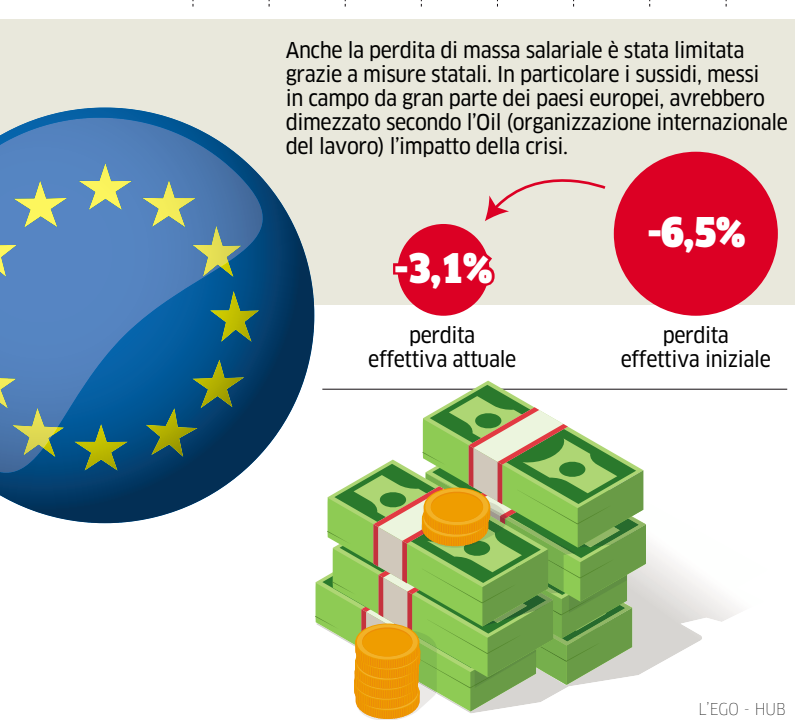
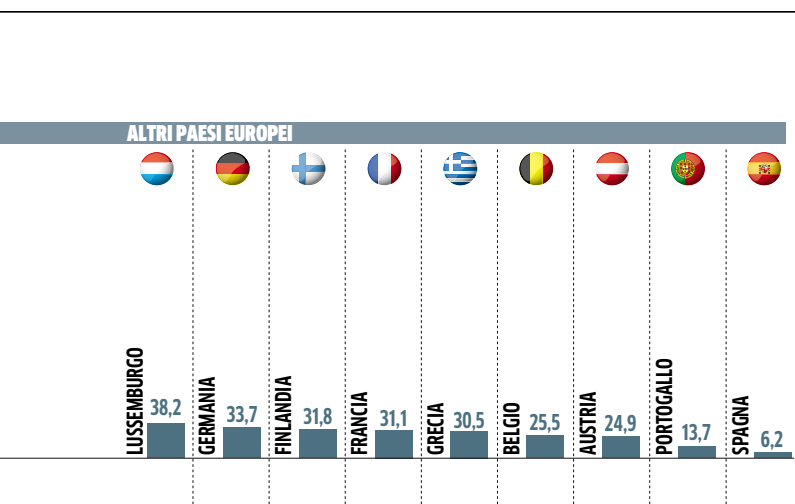
Un quadro in cui a salvare in parte la situazione interviene la contrattazione aziendale, capace di dare respiro al potere d'acquisto attraverso «seri interventi di welfare, con cui i lavoratori si mettono in tasca più soldi sotto forma di erogazione di servizi che così non pagano mentre l'azienda subisce minori costi».

M. Del.

276%



La Lituania al top, ma partiva da molto in basso
Più 276,3% è l'aumento medio registrato in ambito Ue-Ocse dalla Lituania fra il 1995 e il 2020. Secondo un'elaborazione Openpolis il Paese baltico, che è ai vertici degli incrementi salariali del periodo in quanto parte da salari medi annuali che trent'anni fa erano molto bassi rispetto a quelli degli altri Stati europei



«Paghiamo la quasi assenza nei settori più innovativi»

Il sindacato. Mirco Scaccabarozzi è il segretario della Cisl di Lecco: «Da anni lo sviluppo è frenato e la torta da spartire si è ristretta»

LECCO
Sull'andamento dei salari nel settore privato «il nostro Paese soffre della scarsità di quelle scelte industriali che danno margini di utili molto alti. Mi riferisco al potenziamento di settori produttivi che possono sviluppare tecnologie 4.0, determinanti per l'aumento di produttività». È una delle ragioni che frenano gli aumenti salariali in Italia secondo il segretario generale della Cisl di Monza e Lecco, Mirco Scaccabarozzi, che ricorda come tutto ciò accada in un Paese che in senso produttivo non cresce da decenni.



Mirco Scaccabarozzi, segretario Cisl di Lecco e Monza Brianza

mento della popolazione - osserva Scaccabarozzi - e l'aumento delle cosiddette famiglie sandwich strette magari fra la cura di minori e di un anziano non autosufficiente, una politica di integrazione sulle rette ad esempio per le residenze socio-assistenziali sarebbe di forte sostegno rispetto alle possibilità di reddito».

Obiettivo
Su quanto spazio possa esserci a un'autocritica sindacale sul mancato obiettivo di aumenti salariali generalizzati Scaccabarozzi afferma di «non aver nulla da recriminare: la torta da spartire in questi ultimi 20 anni è sempre stata molto ristretta. Nella piattaforma contrattuale unitaria abbiamo chiesto aumenti dignitosi di almeno il 2 e 3% quando c'era una situazione addirittura di deflazione o stagflazione. Ritengo - aggiunge - che non ci siano cose per cui dire oggi che avrebbero potute essere fatte meglio anche perché come Cisl siamo abituati a confrontarci con situazioni oggettive a cui dare ogni risposta possibile in un determinato contesto. E ricordo che ci sono più dinamiche che incidono sul potere d'acquisto: in Italia c'è grande divaricazione di ricchezze personali quindi serve un maggiore controllo fiscale. Molta parte della ricchezza acquisita - conclude Scaccabarozzi - viene sottratta a una redistribuzione delle risorse. 120 miliardi di evasione annua stimata penalizzano non solo i salari ma anche tutto il welfare». **M. Del.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Ho molte riserve sul tema del salario minimo legale e premetto che se ne sta discutendo ma senza alcuna ipotesi sui valori da mettere in campo.

Quali le perplessità

Penso che in Italia il tema salariale sia ampiamente garantito dalla contrattazione nazionale. Nel caso in cui non lo è ciò accade perché la contrattazione collettiva in realtà non viene rispettata. È necessario far rispettare i contratti nazionali siglati fra le organizzazioni sindacali e datoriali più rappresentative, ne sono convinto in quanto vedo maggiori rischi nell'introdurre un salario minimo per tutti. Fra questi il ri-

schio principale è quello per cui le aziende possano uscire dal contratto collettivo della propria categoria e decidere di applicare solo il salario minimo. La strada giusta è far rispettare i contratti più rappresentativi eliminando la miriade di contratti privati proliferati in questi anni in collaborazione fra parti sindacati e datoriali prive di un qualsiasi peso di rappresentanza. Credo inoltre che sia necessario incrementare i controlli dell'Ispettorato del lavoro, che in Italia per mancanza di ispettori continuano ad essere estremamente scarsi. Serve quindi un piano di controlli sull'applicazione dei contratti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

che purtroppo a intermittenza emerge nella discussione sulle retribuzioni».

Diversa l'analisi sui mancati aumenti medi nelle aziende private, dove le statistiche sugli aumenti medi non riflettono gli incrementi salariali che in realtà nella contrattazione di segmenti importanti dell'industria non sono mancati.

Scaccabarozzi parla di una situazione italiana a macchia di leopardo in cui dove la produzione ha conosciuto una crescita legata soprattutto agli investimenti tecnologici la redistribuzione del profitto in termini salariali non è mancata: «Una situazione di questo tipo non è ge-

neralizzata e il dato sugli aumenti salariali medi annui che nella classifica Ocse è intorno a zero è la cartina al tornasole di come in realtà stiano andando le cose nel nostro Paese. Tuttavia - aggiunge - non mi strapperei le vesti se a fronte del mancato aumento salariale ci fossero risorse importanti su un welfare integrativo vero, che agisca su componenti importanti come quella delle prestazioni sanitarie».

Un welfare che, dunque, passi da accordi territoriali capaci di tenere insieme diversi bisogni sanitari in una situazione sociale profondamente cambiata: «Dato il progressivo invecchia-

PROFILI STRUTTURALI E PROTEZIONI PERIMETRALI



Mechanica
Handling your future

Structural Systems

VALPOCI
FORNITURE GLOBALI
COMPONENTI PER AUTOMAZIONE

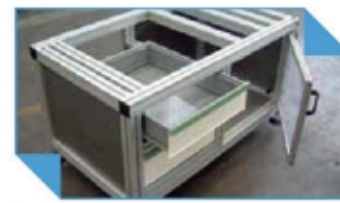
I professionisti al Vs. servizio
www.valpoci.it

+39 0342 681298

Soluzioni, innovazioni, prestazioni

...ed inoltre tanti altri articoli a completamento della nostra proposta...

STRUTTURE, NASTRINI E RULLIERE



La ripresa

L'agenda verde



La tradizione

Vino ma anche grappa
nel rispetto della Val. S. Giacomo

Vino sì, ma anche grappa. Balze grigie ha promosso la produzione di un distillato che ha molti legami con la storia della Valchiavenna, in particolare della Valle Spluga. «Abbiamo individuato una distilleria piemontese che da quattro generazioni

opera nel biologico, quindi è sempre stata all'avanguardia per quanto riguarda il tema dell'ecosostenibilità - racconta Giancarlo Geronimi -. Conferiamo a quest'azienda le vinacce per la produzione della nostra grappa "La Spiritata". Sono

davvero piccole quantità, ma con la chiusura di questo percorso rievochiamo e riportiamo, con rispetto, nel nostro territorio che è stato la patria dei grapat della Val San Giacomo, la grappa». S.BAR.

Valchiavenna e vigneti Non solo Nebbiolo, spazio a "bio" e Pinot nero

La cantina. La novità di Balze Grigie, che prende esempio dal Trentino «Puntiamo su una produzione di qualità, vogliamo creare una nicchia»

CHIAVENNA

STEFANO BARBUSCA

Da più di mille anni sui terrazzamenti della città della Mera si coltiva la vite e da molto tempo in Valchiavenna è attiva una cantina vinicola. Negli ultimi anni sono nate altre piccole aziende. Tra la frazione montana di Pianazzola e la contrada di San Giovanni c'è una novità sorta dalla passione per la terra, dall'attaccamento alla tradizione e dal desiderio di innovare e fare cultura anche con il vino. Giancarlo Geronimi, commercialista di Chiavenna, ha dato vita a Balze Grigie, una nuova esperienza che punta sulla viticoltura biologica e di montagna.

Tanta complessità

«La scelta del biologico ci è sembrata naturale, conseguente alla lettura che abbiamo del rispetto dell'ambiente, del nostro paesaggio e della nostra realtà di montagna - spiega Geronimi -. È chiaro che significa inserire un elemento di ulteriore complessità a una coltivazione di montagna che presenta forti pendenze e poca meccanizzazione, quindi anche maggiori costi di gestione. D'altro canto riteniamo che questo sia un elemento particolarmente qualificante e distintivo».

Spesso fare viticoltura vuol dire anche recuperare una parte importante del territorio. «Si tratta di un'iniziativa che è partita con il semplice recupero di vigneti di fa-



Giancarlo Geronimi, fondatore della casa vinicola Balze Grigie

miglia. Con l'ausilio di esperti abbiamo cercato vitigni storici che potessero essere riportati su questo versante: la ricerca non ha evidenziato interessanti risultati. Non dimentichiamo che la presoché totalità delle vigne erano state dismesse negli anni Cinquanta del secolo scorso». La provincia di Sondrio è la terra del Nebbiolo delle Alpi, ma Balze Grigie punta anche su altri vitigni.

«Abbiamo ben valutato l'ipotesi di mettere a dimora nel nostro principale vigneto di Sancti Johannis il Nebbiolo, che è il vitigno per eccellenza della nostra

provincia. È però prevalsa la volontà di voler puntare su qualcosa di distintivo, anche per il fatto che non si era rinvenuto nel territorio tale vitigno. La scelta è caduta sul Pinot Nero, un vitigno affascinante e delicato, difficile da coltivare in vigna e da lavorare in cantina, ma prestigioso. Abbiamo quindi preso come riferimento la zona del Trentino-Alto Adige, per una serie di assonanze e di valutazioni e per l'apprezzamento del livello qualitativo raggiunto sul Pinot Nero». Intanto anche a Chiavenna si è concluso il tempo di vendemmia. «Quest'anno abbiamo fatto

la vendemmia del Pinot Nero attorno alla prima settimana di settembre. Nonostante un mese di luglio un po' piovoso, siamo molto soddisfatti sia per la qualità delle uve che per la loro quantità».

Tre produzioni

Balze Grigie produce tre bottiglie. «Il primo vino è il "Rosso di Margherita". È un Lagrein per la percentuale maggiore, al quale abbiamo voluto abbinare un parte di Nebbiolo che abbiamo precedentemente impiantato: un mix dai buoni e interessanti risultati. Poi c'è il "Bianco persé", che è sostanzialmente composto da Gewürztraminer e da un vitigno Piwi, il Souvigner Gris. Si chiama "Persé" perché viene prodotto, oggi, in una quantità contenuta, ma con una sua peculiare qualità. La terza bottiglia è "Incanto di vino", Pinot nero vinificato in purezza, che rappresenta il nostro vitigno di riferimento. Abbiamo portato in bottiglia il 2019 che costituisce la nostra prima produzione».

I primi riscontri sono stati positivi e questo dimostra che con tanta passione, affiancata dai necessari studi, possono nascere esperienze positive per il territorio. «Questo è un auspicio e anche il nostro obiettivo. Al vino dobbiamo dare il tempo, soprattutto se ci si prefigge di arrivare a produrre con un livello qualitativo distintivo. Persinetizzare: una produzione di nicchia».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il vigneto di Sancti Johannis a Pianazzola

Il Festival della castagna Tutto esaurito in Bregaglia

In Valtellina e Valchiavenna settembre e ottobre sono i mesi della vendemmia, in Val Bregaglia è soprattutto il periodo delle castagne.

Si è chiusa ieri pomeriggio a Castasegna la diciassettesima edizione del Festival della castagna, l'evento promosso da Bregaglia Engadin Turismo che per ben quattro settimane ha conquistato l'attenzione degli abitanti della valle e dei territori li-

mitrofi e numerosi turisti. Sono state ben 1.800 le presenze ai circa ottanta appuntamenti dedicati a tutto quello che riguarda la castagna. L'ente turistico guidato da Eli Müller ha costruito un programma fatto di manifestazioni dedicate all'enogastronomia con castanicoltori, chef, visite guidate nel castagneto più grande d'Europa, percorsi dedicati alla castagna nella cosmesi e tanto altro.

Cerchi
la giusta
OFFERTA
che metta in
SICUREZZA*
la tua attività?

TUTTO
€900
COMPRESO

DOCUMENTO DI VALUTAZIONE DEI RISCHI
E PROGRAMMA DEGLI INTERVENTI SUCCESSIVI
(uscita del tecnico, relazione, consegna, consulenza sul programma degli interventi)

CORSO RSPP DATORE DI LAVORO (BASSO RISCHIO) IN MODALITÀ ONLINE
Le prime 8 ore online, le successive 8 in aula
(sede di Lecco)

CORSO PER ADDETTI AL PRIMO SOCCORSO
12 ore
(sede di Lecco)

CORSO PER ADDETTI ALLA PREVENZIONE INCENDI • BASSO RISCHIO
4 ore
(sede di Lecco)

CORSO PER LAVORATORI • BASSO RISCHIO IN MODALITÀ ONLINE
Modulo generale di 4 ore
Modulo specifica basso rischio di 4 ore

OFFERTA DESTINATA A BAR, RISTORANTI, SALONI DI BELLEZZA, UFFICI E ATTIVITÀ COMMERCIALI CON NUMERO MAX DI 6 LAVORATORI
È NECESSARIA L'ADESIONE GRATUITA DELL'AZIENDA AL NOSTRO PROGETTO DI RETE

Si può fare

Via Lavoratori Autobianchi 1
20832 Desio (MB)
0362.306216

Via Galileo Galilei 14/16
23900 Lecco (LC)
0341.1841878

fariosicurezza.it

faro

CONSULENZE. SERVIZI. FORMAZIONE.

*D.Lgs. n° 81/2008

La sfida



Stefano Marini

«Abbiamo accolto con entusiasmo l'invito di Marco Bizzarri perché crediamo che l'unico modo per affrontare il cambiamento climatico, ripristinare la biodiversità e salvaguardare il pianeta, sia lavorare tutti insieme con l'obiettivo di ridurre le emissioni generate»



Levissima, missione green «Basta CO2 già dal 2022»

L'azienda. L'impegno dell'amministratore delegato di Sanpellegrino Stefano Marini raccoglie la sfida per una produzione davvero "carbon free"

VALDISOTTO — Levissima è in prima linea per affrontare i cambiamenti climatici. Stefano Marini, amministratore delegato del gruppo Sanpellegrino, azienda leader in Italia nel settore delle acque minerali e delle bevande analcoliche, accetta la "Ceo Carbon Neutral Challenge" lanciata da Marco Bizzarri, presidente e Ceo di Gucci. Sanpellegrino si unisce alla call to action lanciata dal presidente e Ceo di Gucci che, nel novembre del 2019, ha pubblicato una lettera aperta rivolta ai vertici di aziende attive in ogni settore, chiedendo un impegno collettivo per affrontare il cambiamento climatico e per ridurre le emissioni di gas serra generate dalle proprie attività commerciali.

Impegno che dura da anni

«Abbiamo accolto con entusiasmo l'invito di Marco Bizzarri perché crediamo che l'unico modo per affrontare il cambiamento climatico, ripristinare la biodiversità e salvaguardare il pianeta, sia lavorare tutti insieme con l'obiettivo di ridurre le emissioni generate. - ha dichiarato Stefano Marini -. Da diversi anni siamo impegnati in un percorso di sostenibilità, che nel 2022 raggiungerà una tappa importante con l'annullamento delle emissioni di CO2 dei nostri principali brand».

Si punta quindi su fatti concreti. «Ma crediamo che sia giunto il momento di ampliare la portata delle nostre azioni collaborando per creare e condividere soluzioni efficaci a ge-



Linea di imbottigliamento di Levissima a Cepina, Valdisotto

stire responsabilmente le risorse e, allo stesso tempo, preservare e ripristinare la natura. Sono sicuro che la nostra condivisione di valori, quali leader di aziende riconosciute come simbolo del made in Italy nel mondo, ci porterà a tagliare nuovi importanti traguardi sul fronte della sostenibilità».

I promotori di questa campagna hanno espresso la propria soddisfazione per l'adesione di Sanpellegrino. «Sono sempre più numerose le aziende che riconoscono l'importanza di rendere conto di tutte le emissioni generate dalle loro attività con un'azione immediata, che non si esaurisce nella

riduzione delle emissioni o nella sottoscrizione di obiettivi a lungo termine che rischiano di non essere incisivi - ha dichiarato Marco Bizzarri -. Come aziende abbiamo infatti la responsabilità delle emissioni dell'intera catena di fornitura, che rappresentano la maggior parte della nostra impronta, e di agire al tempo stesso per preservare la natura. La Challenge vuole creare una via verso un'economia net zero, positiva per la natura». Da anni impegnata sul fronte della sostenibilità, Sanpellegrino ha intensificato i propri sforzi per contrastare i cambiamenti climatici annunciando a fine 2020 di vo-

ler annullare le emissioni dei propri brand di acqua minerale S. Pellegrino, Acqua Panna e Levissima e delle bibite Sanpellegrino entro il 2022. È stata anche la prima azienda del settore delle acque minerali a decidere di intervenire su tutto il perimetro dei propri marchi, nell'intero ciclo produttivo e lungo tutta la filiera, con azioni di riduzione e compensazione che comprendono il packaging, la logistica, gli stabilimenti e la tutela del capitale naturale. Sanpellegrino è stata anche la prima azienda del suo comparto ad aderire alla Ceo Carbon Neutral Challenge e a seguirne i "principi guida".

Meno 60% in 9 anni

Sul fronte della produzione, Sanpellegrino ha introdotto misure che hanno permesso di ridurre di circa il 60% le emissioni di CO2 negli ultimi 9 anni. Ha lavorato sull'alleggerimento del packaging ed è stata una delle prime aziende in Italia a realizzare bottiglie di plastica riciclata al 100%.

Nel campo della logistica, l'azienda è da anni in prima linea nella riduzione delle emissioni legate al trasporto, attraverso il miglioramento delle performance logistiche, l'ottimizzazione dei carichi e l'impiego di mezzi alimentati a Gnl, un combustibile fossile a più bassa intensità di carbonio. Per ridurre le emissioni di un ulteriore 6% entro il 2025, il Gruppo investirà oltre 4 milioni di euro all'anno nell'utilizzo di biocarburanti. **S. Bar.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'ultimo giorno è stato caratterizzato dal brunch promosso a Castasegna, a poche decine di metri dalla frontiera, con Tanya Giovanoli, macellaio di Meat Design che si occupa della produzione di salumi naturali.

L'associazione Castasegna viva, attiva nel sostegno ai negozi della zona di confine, ha promosso un mercatino con produttori locali del settore artigianale e agricolo. L'ultimo giorno di festival ha rappresentato anche la fine del periodo di eventi dedicati ai turisti. C'è stata, secondo le prime statistiche, una flessione del 10% rispetto al 2020, un anno eccezionale a

causa della pandemia, ma il trend pluriennale è comunque positivo.

Non sono mancati i visitatori provenienti dalla Valchiavenna, ma anche questo evento ha offerto lo spunto per riflettere sulla necessità di superare i confini in occasione delle iniziative che si svolgono nelle zone di confine. Il dibattito, che si sta sviluppando sui giornali e i siti grigionesi, coinvolge operatori culturali e politici italiani e svizzeri e ha l'obiettivo di fare aumentare le presenze di cittadini lombardi e grigionesi alle iniziative che vengono promosse rispettivamente in Svizzera e Italia. **S.Bar.**

**C'È QUALCOSA
DI NUOVO
SOTTO IL CIELO
DI OSNAGO**



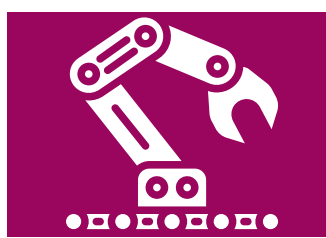
**NUOVA SEDE
NUOVI SERVIZI**

- CERAMICHE
- MATERIALI EDILI
- COPERTURE

OSNAGO - Via Milano, 8

Innovazione

Tecnologia e fattore umano



La scheda

Un valore che fa la differenza anche nella retribuzione

I lavoratori under 35 che hanno competenze digitali guadagnano di più, rispetto ai coetanei che non le hanno, in tutti i profili professionali dell'industria, dallo specialista in controllo di gestione al tecnico di manutenzione, dal progettista-prodotto al tecni-

co di assistenza fino allo specialista di logistica. Solo in relazione a un profilo le competenze digitali non influiscono sullo stipendio: il responsabile di produzione.

Nella dinamica retributiva tra i giovani che hanno e che non hanno competenze digitali spic-

cano lo specialista del controllo di gestione (la differenza retributiva è +12%), il tecnico di manutenzione (+14%) e il progettista di prodotto (+9%). Più attenuate le differenze retributive per il tecnico di assistenza (+3%) e lo specialisti di logistica (+2%).

Flessibilità e formazione Il cambiamento 4.0 si fa attraverso le persone

Il confronto. Al Manufacturing Forum di Villa Erba il modello di Gi Group «Servono nuove competenze: la rivoluzione riguarda le risorse umane»

LEA BORELLI

Il mercato cambia così come i modelli di business e le tecnologie: cosa devono fare le persone in ambito lavorativo per adattarsi al cambiamento? Cambiare. Cambiano i ruoli e le competenze e deve cambiare anche la percezione delle aziende nei confronti delle proprie risorse umane. Le parole d'ordine sono flessibilità e formazione continua a tutti i livelli, anche per la leadership.

All'interno del World Manufacturing Forum di Villa Erba, si è tenuto l'appuntamento "L'evoluzione delle competenze per l'industria 4.0" partendo dalla convinzione che in un contesto manifatturiero in continua evoluzione, il capitale umano e le competenze stanno diventando il driver fondamentale della sfida.

I quesiti

«La rivoluzione industriale 4.0 sarà la rivoluzione delle risorse umane» ha affermato Domiziano Pontone global sales director Gi Group. La multinazionale italiana che si occupa di lavoro e formazione, ha ideato un modello per aiutare le imprese a capire come muoversi per organizzare al meglio le proprie risorse umane, il Gi Group Star Matrix che si basa su alcune domande fondamentali come: ho un adeguato numero di persone impiegate nei



Cristina Reduzzi



Domiziano Pontone

ruoli per cui si prevede un'evoluzione futura? Quante persone ricoprono ruoli che sono destinati a sparire? Quali azioni si prevedono per coprire i ruoli strategici ed emergenti che risultano oggi sottodimensionati?

Il modello prevede la segmentazione dei ruoli (l'evoluzione del ruolo nel tempo) e la segmentazione delle persone (valutazioni individuali) che generano 12 classi di individui, per ciascuna classe è possibile identificare interventi di gestione ed eventuali movimenti all'interno dell'organizzazione.

Il modello

«Sulle ascisse l'importanza del ruolo, ordinario/straordinario, sulle ordinate la previsione della crescita del ruolo nel futuro» spiega Pontone. Si può così scoprire per esempio che

alcune figure che perderanno il loro ruolo nel tempo a causa del cambiamento delle tecnologie o del mercato, possono essere riposizionate attraverso la loro riqualificazione.

«Il mercato, le evoluzioni socio-culturali e tecnologiche stanno profondamente modificando il lavoro. Cambia il metodo: la collaborazione uomo-macchina e la complessità della continua evoluzione. Cambiano i ruoli che diventano ibridi e polifunzionali. In merito alle competenze l'apprendimento permanente è essenziale a tutti i livelli sia in termini di qualificazione che riqualificazione. Cambiano i tempi, gli spazi e i luoghi: linee automatizzate, IoT, ML, AR, simulatori, realtà aumentata e cloud, consentono maggiore flessibilità».

Da dimenticare il concetto del lavoro immutabile negli

anni, lo stesso da quando si entra in azienda fino alla pensione: «Sono richieste flessibilità e nuove competenze. Il posto fisso si dimostra poco attrattivo per le nuove generazioni che si avvicinano a quello che già succede in Europa dove cambiare posto di lavoro è considerato fondamentale per la propria crescita professionale, in Olanda il 50% del lavoro è temporaneo ed è una situazione normale».

Se i cambiamenti del mercato, dei modelli di business e delle tecnologie sono stati più volte sondati, il lato socio-culturale è spesso meno preso in considerazione e comprende oltre al diverso approccio delle nuove generazioni anche i trasferimenti di competenze, la mentalità digitale, la proattività, l'attenzione all'ambiente e gli eventi imprevedibili come le pandemie.

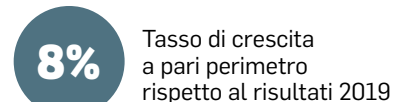
Gli investimenti

«Innovazione tecnologica e capitale umano sono i migliori investimenti per le organizzazioni», ha spiegato Cristina Reduzzi, division manager industrial machinery Gi Group.

Il contesto si evolve e deve cambiare anche il modo in cui le aziende fanno selezione del personale: «L'approccio - dice Cristina Reduzzi - deve diventare diverso, prima si prendevano in considerazione solo il titolo di studio e le esperienze,

La trasformazione

Il mercato dell'industria 4.0 in Italia nel 2020



Industrial IoT
60%
2,4 miliardi €



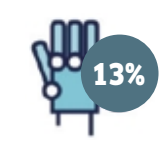
Industrial Analytics
17%
685 milioni €



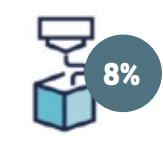
Cloud Manufacturing
8%
390 milioni €



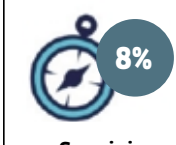
Advanced HMI
1%
57 milioni €



Advanced Automation
5%
215 milioni €

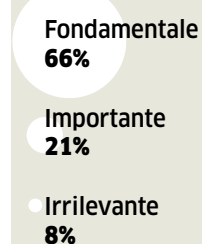


Additive Manufacturing
2%
91 milioni €



Servizi di consulenza e formazione
7%
275 milioni €

Il ruolo delle operations è...



Conoscere il credito di imposta per...



«Per la selezione fondamentali motivazione e soft skills»



«Il posto si cambia Già ora in Olanda il 50% del lavoro è temporaneo»

oggi bisogna puntare sulle competenze a 360 gradi. Le soft skill sono le vere risorse trasversali al ruolo che cambia con il tempo, su questi mattoncini è possibile costruire le competenze tecniche che si possono apprendere in azienda e che evolvono nel tempo. Altro fattore fondamentale la motivazione personale che in questo momento permette alle persone di cambiare settore molto più di quando avvenisse prima».

Il problema del mismatch tra domanda e offerta di lavoro si instaura anche per una sbagliata ricerca del personale: «Ha poco senso per esempio cercare una figura che conosca perfettamente l'inglese se poi



IO LAVORO,
AL RESTO CI PENSA API

apilecco.it



TEAM ENERGIA E GAS
Api

AMBROGIO BONFANTI
Metalreti Felice Bonfanti
Sas

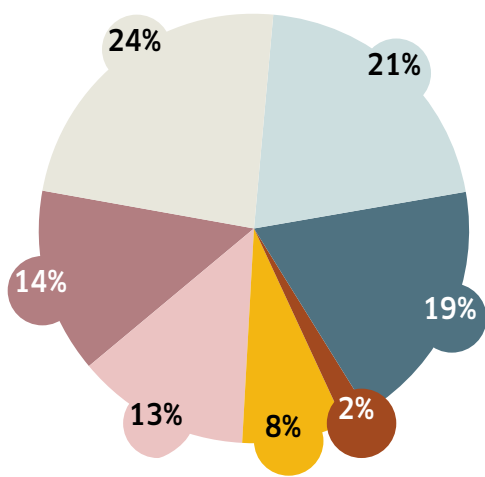
25



Sotto la media

L'Italia occupa la posizione numero 25 (su 28) nell'indice DESI 2020, il report annuale della Commissione Europea che misura l'indice di digitalizzazione dell'economia e della società degli Stati UE. Il punteggio italiano è di ben 9 punti inferiori alla media UE (43,6 vs 52,6)

I principali drivers per implementazioni



- Rispondere ai bisogni dei consumatori e anticipare i trend di mercato
- Allineare le operations alla strategia di sostenibilità aziendale
- Costruire un'immagine di brand sostenibile
- Previsto aumento della domanda di risorse scarse
- Soddisfare la richiesta di adesione ad uno standard da parte di un cliente o fornitore (B2B)
- Anticipazione di leggi e regolamenti
- Mitigazione dei cambiamenti climatici

Vi è una generale comprensione dell'importanza della sostenibilità e diffusione di progetti a riguardo impattanti sulle operations



I KPI di sostenibilità più monitorati sono relativi ai consumi durante i processi produttivi, a scarti ed emissioni di processo e alla salute e sicurezza dei lavoratori

in concreto dovrà scrivere solo due mail l'anno in questa lingua».

Altro punto fondamentale per le aziende oggi è quello di riuscire ad attrarre i talenti: «L'impresa deve diventare attrattiva, deve mostrare i percorsi, le possibilità di carriera, gli orari di lavoro, l'organizzazione interna. Non si può più pensare di aspettare che i curriculum arrivino da soli».

I dipendenti devono essere pronti a cambiare ma anche la leadership non può rimanere ferma: «Deve ispirare attraverso l'empatia non solo utilizzando le tecnologie dell'Industria 4.0 in modo etico ma anche trasmettendo una visione del futuro». Innovare attraverso la

condivisione di un obiettivo comune «non più gerarchie, ma collaborazione diffusa, accettando la sperimentazione di nuove soluzioni che coinvolgono una molteplicità di stakeholder».

Utilizzare la tecnologia per promuovere umanità, trasparenza e fiducia «per promuovere lo sviluppo di una mentalità digitale, accompagnando tutti nel cambiamento, liberando il potenziale riconoscendo contributi e aspirazioni personali. Confrontarsi e collaborare con altri soggetti come startup, università, consulenti, aziende della filiera, associazioni, per mantenersi al passo con i tempi, crescere e innovare».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Economia circolare

I lavoratori saranno decisivi

Formare la forza lavoro per sostenere l'economia circolare e il digitale: questa una delle dieci raccomandazioni che il Comitato scientifico del World manufacturing Forum ha suggerito a conclusione della settimana dedicata al futuro della manifattura.

«I lavoratori hanno un ruolo chiave nella transizione all'economia circolare - si legge nel Mwf Report 2021 - Dal momento che le aziende adottano tecnologie digitali per sostenere gli obiettivi di circolarità, anche i lavoratori devono essere attrezzati con le giuste competenze e capacità per lavorare con

queste tecnologie». **Fondamentale colmare le lacune sulle competenze, fenomeno inevitabile nel settore manifatturiero guidato dalla rapida evoluzione della tecnologia, sommato all'ulteriore complessità portata dall'economia circolare.**

«Le aziende devono tenere il passo fornendo frequenti riqualificazioni ai propri lavoratori. Un'attenzione particolare dovrebbe essere riservata a determinate categorie come i lavoratori più anziani, che potrebbero non essere consapevoli delle proprie lacune nelle competenze e della formazione richieste».



Studenti di Iath durante una lezione

**“Digital Nomads”
Piano di accoglienza dell'area lariana**

Formazione/1

Una classe di 25 studenti di Iath Academy ha sviluppato un progetto di marketing digitale

Una classe di 25 studenti di Iath Academy ha concluso il progetto “Digital NOMads”, ovvero “Dino”: si tratta di una applicazione di digital marketing turistico, tema che vede impegnati diversi Istituti tecnici superiori italiani.

Iath, alta formazione post-diploma nel settore del turismo e dell'ospitalità a Cernobbio, ha scelto di declinare questa modalità sul nostro territorio con un'attenzione specifica verso le persone che lo scelgono per lavoro.

Il progetto è stato sviluppato con il metodo del design thinking: un modello progettuale che si fonda su tecniche creative non convenzionali.

«Un metodo che è stato utilizzato dagli studenti e che parte dall'individuazione dei bisogni concreti - spiega Anita Longo, alla guida di Iath Academy - osservando le persone si comprende cosa è rilevante per loro e si sviluppano idee per definire nuovi modelli di business e prototipi che possono offrire soluzioni innovative a un problema».

Gli studenti, molti fuori sede, hanno individuato come terreno utile per l'esercitazione proprio le persone che studiano o lavorano lontano da casa. Chi sceglie Como affitta gli appartamenti che in inverno sono vuoti e ha esigenze e desideri del tutto specifici. Si tratta di persone che possono svolgere il loro lavoro ovunque e che vanno accolti prima ancora che ospitati, professionisti che rimangono sul territorio diventando una risorsa per allungare o superare il tema della stagionalità dell'offerta turistica.

Li hanno chiamati “nomadi digitali” e su di loro hanno costruito un progetto di accoglienza inedito che utilizza una ampia gamma di strumenti digitali.

Si è costruita una rete tra Cernobbio, Tremezzina e altri centri sul lago dove proporre una innovazione tecnologica dei modelli di business, della sostenibilità ambientale e sociale. Grazie al progetto, i “nomadi digitali” di tutto il mondo potranno scegliere dove soggiornare per alcuni periodi dell'anno sul lago filtrando servizi, esperienze e prodotti rispondenti ai loro bisogni.

Per lavorare in questa prospettiva, gli studenti di Iath Academy hanno intervistato e analizzato le diverse tipologie di “personas”, ovvero i modelli tipici dei nomadi digitali, individuando le esigenze più importanti per questa ampia categoria di ospiti. Informazioni necessarie per sviluppare il progetto di accoglienza.

In concreto hanno sviluppato un nuovo sito (www.dino.community) che si arricchisce di aziende ed esperienze capaci di rispondere ad ogni esigenza. Hanno individuato un assistente vocale che può essere installato nelle strutture ricettive per rispondere alle richieste degli ospiti con informazioni e proposte originali. Si sono poi impegnati in uno studio per rendere smart le strutture extra-alberghiere, aumentare il comfort e l'esperienza di accoglienza, stimolando la produttività dei Nomadi Digitali. Attraverso la blockchain si è voluto creare un registro di tutti i nomadi digitali che viaggiano nel mondo così da offrire delle recensioni veritiere e realizzare un primo passo per raccogliere, verificare e condividere dati in modo sicuro e trasparente. Infine è stato realizzato un piano di comunicazione che include un video nel quale studenti e docenti raccontano la loro esperienza in tutte le fasi di elaborazione del progetto. **M. Gls.**



Diego Prato durante una lezione

**Transizione digitale
I nuovi saperi per il cambiamento**

Formazione/2

In forte crescita la richiesta delle aziende La svolta arrivata con l'anno della pandemia

Cresce la domanda di formazione digitale nelle aziende secondo l'osservatorio di Mediadream e Md Academy, ente di formazione accreditato con sede a Como e impegnato su tutto il territorio nord Lombardia. Le aziende che richiedono corsi sono circa 600 su un territorio che da Varese e Como prosegue fino alla Brianza lecchese e oltre.

«Abbiamo da pochi giorni acquisito come cliente una nuova azienda, un resort di proprietà tedesca, a Salò sul lago di Garda spiega Diego Prato, direttore - e la domanda di competenze evolute sui temi dell'innovazione tecnologica e digitale è sempre più alta».

L'ente di formazione si occupa dell'erogazione di progetti formativi per la qualificazione professionale. Fondata nel 1999 come Mediadream, nel 2014 è affiancata da Md Academy. A oggi l'ente conta circa 60 addetti tra dipendenti e docenti formatori.

La richiesta è amplissima sia per i corsi a cui le aziende sono tenute per legge, sono le formazioni per i dipendenti in ambito sicurezza, hccp o movimentazione carichi secondo la legge 81, sia per quelli che servono a colmare il gap di competenze digitali o per implementarle.

Gran parte dei corsi sono sostenuti dai fondi che, per legge, le aziende devono destinare alla formazione. Risulta quindi che la formazione per i dipendenti è nella quasi totalità già finanziata se erogata da un ente certificato.

«A volte in alcuni contesti le persone non sanno utilizzare strumenti che diamo per scontati come excel - continua Diego Prato - ora, sia per la necessità di strutturare maggiormente i gruppi di lavoro sia perché la pandemia ha accelerato l'evoluzione digitale, abbiamo osserva-

to una esplosione delle richieste di corsi in ambito digitale. Se prima del 2020 la richiesta da parte delle aziende era per il 90% di corsi di formazione obbligatoria per legge e solo un restante 10% era per un aggiornamento in ambito digitale, oggi le richieste sono al 50% per entrambe le tipologie».

La domanda proviene da tutti i settori, non solo dalle officine che hanno implementato i processi di automazione, ci sono richieste per competenze cad, per poter utilizzare le macchine a controllo numerico, per gli aspetti tecnici e grafici, per il design 3D e soprattutto per l'analisi dei dati utilizzando l'intelligenza artificiale.

«Proprio su questo argomento abbiamo fondato una start up come aiuto alle aziende per l'utilizzo dell'AI nell'analisi dei dati funzionale all'acquisizione di informazioni utili per prendere decisioni più consapevoli - aggiunge Prato - in questo modo gli imprenditori possono orientare alcune scelte in autonomia, senza ricorrere alle grandi società di consulenza che a volte per le Pmi possono dare risposte meno specifiche».

Online è ampio il catalogo dei corsi e alcuni possono essere anche personalizzati per una singola azienda. Per le modalità di erogazione c'è un'era pre covid, quando erano preferite le lezioni in presenza, e una nuova sensibilità post covid che fa preferire a tutti, aziende e docenti, la formula delle lezioni da remoto.

«Ogni anno vengono erogate più di 2500 ore di formazione - conclude Diego Prato - e, di queste, nell'anno della pandemia, più di 1500 erano on line. Ora, se escludiamo i corsi obbligatori che necessitano la presenza fisica, oltre l'80% delle lezioni è in streaming. Si è capovolta la tipologia di richiesta, sia per la modalità che per l'argomento. A questo si aggiunge, talvolta, la necessità di formare quei profili professionali che le aziende ricercano. Ma anche noi non riusciamo a trovare persone disponibili ad apprendere nuove competenze». **M. Gls.**

Tradizioni

Il valore dell'artigianalità

I tessuti più esclusivi Fatti solo a mano su dieci telai in legno

La storia. A Vertemate continua la grande tradizione avviata quasi un secolo fa, in Veneto, da Gegia Bronzini «Il vero problema è trasmettere il saper fare ai giovani»

VERTEMATE CON MINOPRIO

Nell'epoca dell'industria 4.0 i telai in legno di Gegia Bronzini continuano a tessere preziose opere artigianali.

Il laboratorio di Gegia Bronzini, nato nel 1936 a Venezia, oggi fa parte di Tessile Officina che si occupa della produzione di accessori per la moda. A rilevare il marchio nel 2007 Cesare Agliati, titolare di Tessile Officina che ha preso questa decisione sia per motivi affettivi (aveva iniziato a lavorare proprio sui telai Bronzini, Marisa la figlia di Gegia era stata la sua mentore), che per evitare la dispersione dell'immenso patrimonio artistico e culturale. Agliati ha acquisito infatti anche parte dell'archivio storico che si continua a mantenere vivo attraverso l'attività delle tessitrici che lavorano sui telai in legno.

La storia

«Gegia Bronzini è stata una tessitrice e designer che ha iniziato la sua attività negli anni Trenta, paragonabile per figura e stile alla tedesca Anni Albers - racconta Cesare Agliati - Un mondo che arriva dal Bauhaus con l'idea di sperimentare filati diversi da quelli tradizionali».

Gegia Bronzini nasce a Milano e si sposta in Veneto per seguire il marito agronomo,

qui viene a contatto con il lavoro delle contadine locali e decide di acquistare un telaio iniziando così il suo percorso. Giovane donna dall'energia imprenditoriale non comune, impara come autodidatta a tessere, apre un laboratorio gratuito per le donne della comunità di Marocco nel Veneto che poi trasforma in un laboratorio di produzione ma lo scopo primario rimane sempre quello di aiutare queste ragazze a trovare un lavoro.

«Aprì il primo negozio a Venezia in piazza San Marco, da qui il lavoro si diffonde e nel 1939 apre un altro punto vendita a Milano in Galleria del Toro, subito dopo la Guerra un altro negozio a Cortina. Nel 1946 si sposta a Cantù nel cuore del distretto del mobile ed entra nel vivo di questo territorio tessendo legami e collaborazioni con molti architetti tra i quali Ico Parisi, Osvaldo Borsani e diverse aziende come la Capo Reti Italia, con i quali sviluppa tessuti per particolari prodotti».

L'attività produttiva si concentra sul tessuto per arredamento, testimoniata da numerose citazioni sulle più prestigiose riviste del settore, partecipando inoltre dagli anni '50 alle Triennali di Milano e alle Selettive del Mobile. Non mancano esperienze legate al

tessuto per abbigliamento con le realizzazioni di abiti presentati in defilés nella cornice del negozio di Cortina.

Gegia Bronzini muore nel 1976 e nel 1982 il laboratorio si trasferisce a Carimate, nelle vicinanze del castello «in un edificio storico i cui spazi esaltano, come per contrasto, la modernità e il rigore delle produzioni tessili che per i successivi venticinque anni saranno create e realizzate a completamento di progetti d'arredo esclusivi».

Il presente

L'attività viene portata avanti dalla figlia Marisa Bronzini fino alla sua scomparsa nel 2007. L'azienda è poi acquisita da Punto Como ma il progetto non va a buon fine e Agliati decide di acquistare il marchio oggi in attività: «Le modalità non sono cambiate, tutto viene prodotto esclusivamente su telai a mano in legno a due licci, che consentono di creare, oltre alle collezioni, progetti su misura per designer con lo sviluppo e la creazione di tessuti specifici per poltrone e divani oppure architetti che declinano il tessuto nell'ambiente interno». Con la tessitura manuale è possibile utilizzare una gamma infinita di fili, sete e lini finissimi, strisce di pelle, filati metallici, cri-



Gegia Bronzini



Uno dei telai dell'azienda a Vertemate con Minoprio



Nel 2007 il brand "Gegia Bronzini" è stato acquisito da Tessile Officina

stallo e pietre dure.

Oggi funzionano 10 telai ed è ancora presente una tessitrice storica che arriva da Bronzini e altre che la affiancano e stanno imparando l'antica arte: «Il problema è la trasmissione di questo sapere dell'artigianalità e della tecnica. Le persone che lavorano con noi stanno imparando ma non ci sono molti corsi disponibili su questo tipo di lavorazioni». A

Cantù c'era un corso proposto dalla scuola d'arte, oggi esiste un corso di arazzo presso l'Accademia di Brera a Milano, ma non è facile trovare percorsi formativi dedicati ai telai a mano. Tessile Officina aveva pensato di aprire al suo interno dei laboratori specifici per l'apprendimento ma la pandemia ha fatto per ora accantonare il progetto. **L. Bor.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La scheda

La mostra a Venezia e l'approdo a Cantù

«I sei telai d'oro di Gegia Bronzini» così li aveva ribattezzati Carla Porta Musa in un articolo scritto nel 1964 per la rivista Como: «Soltanto sei: e pare impossibile che da quei sei telai a mano escano migliaia e migliaia di metri di tessuti di seta pura, alti centotrenta centimetri, tessuti pesanti flessuosi lucidi vivaci scattanti parlanti affascinanti».

«L'incontro tra eleganza della struttura e raffinatezza del tessuto consente di sottolineare la validità della proposta italiana nell'arredamento» scrive invece Home Italia nel 1981 a proposito di "Dream", bergère presentata dalla Saporiti Italia al Salone del Mobile con i tessuti di Marisa Bronzini.

L'attività di Gegia Bronzini ha un'impennata a partire dal successo della mostra del 1936 alla Loggetta del Sansovino, ai piedi del campanile di San Marco che porta l'anno successivo all'apertura, nella stessa piazza, del primo negozio "Antiqua Ars Nova", un nome scelto per indicare una produzione fondata su una antica tecnica riattualizzata con l'uso di filati particolari, disegni e tipologie di prodotto contemporanei: rimanere ancorati ad una tecnica antica per poter creare prodotti attuali. L'entusiasmo, l'intraprendenza, la sensibilità creativa di Gegia Bronzini, che è anche la direttrice delle Tesserie Rurali di Venezia, e Marisa Bronzini hanno modo di svilupparsi in un ambiente che è particolarmente sensibile al complesso di attività che ruotano attorno alla tessitura. Già prima dello scoppio della guerra viene aperto il negozio di Milano, nel 1939 in Galleria del Toro, e subito dopo quello di Cortina. I tre negozi e il punto vendita di Cantù restano attivi fino alla fine degli anni Settanta. Dopo la morte di Gegia Bronzini l'attività si concentra nel canturino dove Marisa si dedica alla ricerca sui tessuti ottenuti con filati e materiali particolari. **L. BOR.**

L'amaro del territorio lariano Racconto attraverso cinque sensi

Il progetto

Valori e cultura locali in un liquore
E sulla bottiglia una striscia di seta

È possibile sigillare in un solo prodotto i sentori, lo stile e la storia di un territorio ricco e affascinante come quello comasco? Sabrina Consonni, Clara Donetti, Matteo Gerosa e Matteo Schiavone rispondono con "Amaro Seta", ambasciatore dei valori e della cultura che volevano testimoniare e sintetizzare attraverso il loro progetto (amaroseta.it). La dolcezza della mora di gelso, l'aroma del prezioso zafferano e il cuore mediterraneo dell'arancio amaro si fondono per dare vita a un racconto

che parte dal gusto, ma che arriva a coinvolgere tutti i sensi, in un gioco di simbologie, colori e esperienze tattili.

«Veniamo dal mondo dell'architettura, del design e del marketing e abbiamo concepito un prodotto che ci consente di far conoscere la storia e la cultura lariane» spiega Matteo Gerosa, cofondatore.

In effetti, ogni elemento di Amaro Seta si fa interprete di un aspetto del territorio da valorizzare, perché ormai dato per scontato, o da scoprire. A partire dalla formulazione: proprio perché il gelso è stato notoriamente fondamentale per la bachicoltura e, di conseguenza, per il tessuto economico e sociale del territorio, i quattro imprenditori hanno voluto sottolineare l'origine di questa attività le-



Una bottiglia di "Amaro Seta"

gata a Ludovico Sforza, detto "il Moro". Questo appellativo sembra, infatti, riconducibile a "moròn", termine dialettale che identifica il gelso, pianta che si è diffusa grazie al suo impulso, al fine di incentivare

la produzione della seta nel territorio lariano. E la nobile fibra caratterizza anche la confezione dell'amaro. «Su ogni bottiglia viene annodata una striscia di seta del setificio Bellieni 1954, azienda sto-

rica locale. Ogni pezzo nasce dal recupero di differenti ritagli industriali che, dopo un accurato lavoro sartoriale, oltre a impreziosire la confezione, trovano nuova vita come nastri per capelli, da polso o da borsa» sottolinea Gerosa.

La bottiglia stessa è decorata con una sottile simbologia riconducibile a diversi aspetti: in primo luogo, riporta una serigrafia realizzata con una tecnica di stampa che originariamente si serviva di un telaio proprio in tessuto serico, mentre le righe verticali riprodotte rievocano la Como razionalista, i fili tesi di trama e ordito, ma anche le infinite righe di un gessato. Inoltre, gli altri elementi stilizzati celebrano il sole, le montagne, il lago e il vento che lo increspa.

I toni elegantemente bilanciati dell'amaro hanno ispirato non solo la creazione

di alcuni cocktail serviti in prestigiosi locali, ma anche la composizione di interi menu che lo vedono protagonista per marinature o riduzioni destinate a piatti dolci e salati, utilizzo che ne auspica il successo in ambito enogastronomico anche oltre i confini locali. «Una collaborazione della quale siamo particolarmente soddisfatti è quella con il Museo della Seta di Como, poiché abbiamo avuto modo di attingere immagini dagli archivi fotografici che documentano proprio quel mondo che desideriamo raccontare» puntualizza Gerosa.

E così le foto di vecchi telai, di esperti stampatori e di minuziosi incisori ritratti al lavoro risvegliano il ricordo di antiche radici oggi ricoperte anche attraverso un amaro che attiva amabilmente tutti i sensi. **Daniela Mambretti**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Matteo Gerosa

**Settimana
per l'Energia**



**L'ENERGIA PER LA
TRANSIZIONE**

Mercoledì 27 ottobre 17.00 - 19.00

SINERGIE SOSTENIBILI PER LA RIGENERAZIONE URBANA

**Lecco - Politecnico di Milano Polo Territoriale di Lecco
Via Gaetano Previati, 1/C**

Puoi seguirci anche in streaming

EVENTO GRATUITO

Evento promosso da



Con il patrocinio di



17.00 _Introduzione ai lavori

FEDERICA COLOMBINI, Responsabile Sportello Casa Confartigianato Imprese Lecco
Consulente Tecnico ANAEP Confartigianato Edilizia

17.30 _TAVOLA ROTONDA

MAURO GATTINONI, Sindaco di Lecco con delega alla Sostenibilità
STEFANO CRESTINI, Presidente Nazionale ANAEP Confartigianato Edilizia
VINCENZO BUIZZA, Ingegnere civile Studio Tecnico INARTECH SRL Lecco
ANDREA BIANCHI, Direttore Generale Confidi Systema

modera:

GIULIANA IANNACCONE, Docente di Architettura Tecnica Politecnico di Milano

18.45 _Conclusioni

DANIELE RIVA, Presidente Confartigianato Imprese Lecco

Per iscriversi:

<https://www.settimanaenergia.it/eventi/sinergie-sostenibili-per-la-rigenerazione-urbana/>

Il titolo conferito da Regione Lombardia riconosce lo straordinario patrimonio di esperienza e tradizione

Di padre in figlio e nipote: targa d'oro

Regione Lombardia ha riconosciuto la scorsa settimana il titolo di «attività storica» a sette botteghe lecchesi. «Sono realtà straordinarie che rappresentano un patrimonio economico e di tradizioni socioculturali dei nostri territori molto importante - ha affermato nell'occasione l'assessore allo Sviluppo economico di Regione Lombardia, Guido Guidesi - È il saper fare lombardo, unico e incomparabile, che fa della Lombardia eccellenza nel mondo».

Un patrimonio che, con l'aggiunta delle sette lecchesi e di altre 155 attività ubicate in altre province lombarde, attualmente annovera 2.397 imprese iscritte nell'apposito albo regionale e alle quali Regione Lombardia dedica risorse economiche specifiche oltre all'inserimento in un sito a loro dedicato.

«Don Abbondio», da un secolo l'hotel nel cuore di Pescarenico

LECCO (sm2) Aperta oltre cent'anni fa, sul finire della Grande Guerra, data la sua ubicazione in piazza Era, cuore dell'antico borgo di Pescarenico, a due passi dall'ex convento dei Cappuccini, per l'insegna non poteva che ispirarsi al romanzo manzoniano. La titolare della «Trattoria da Renzo», **Luigia Colombo**, deliziava i suoi avventori con bolliti e altre specialità a base di pesci di lago. Solo negli anni Sessanta in pieno boom economico, quando il figlio **Umberto Bianchi** prese le redini dell'attività ampliando l'edificio, divenne «Hotel Don Abbondio», un tre stelle. Con l'attuale proprietaria, **Giuseppina Bianchi**, siamo alla terza generazione di un albergo che davvero ha fatto la storia.

«Negli ultimi anni la nostra clientela è composta per il 60 per cento da turisti provenienti dal Nord Europa, mentre il rimanente 40 per cento sono persone che approdano a Lecco per motivi di lavoro, oppure perché hanno parenti ricoverati all'ospedale Manzoni e necessitano di una sistemazione per poter stare loro vicino - spiega Giuseppina Bianchi - Nei fine settimana abbiamo poi clienti provenienti da città e regioni limitrofe che apprezzano le nostre bellezze lacuali e montane. Ultimamente è in forte aumento la presenza di appassionati di cicloturismo e ciclocross. In particolare arrivano dalla vicina Svizzera». Il Don Abbondio è anche stato tra le poche strutture ricettive rimaste aperte durante il lockdown del 2020. «Regione Lombardia aveva chiesto la nostra disponibilità ad ospitare medici ed infermieri provenienti da tutta Italia per operare nei nostri reparti ospedalieri Covid e far fronte all'emergenza terribile di quei mesi. Siamo dunque rimasti aperti, fornendo a questo personale sanitario volontario il ser-



Giuseppina Bianchi, terza generazione alla guida dell'Hotel Don Abbondio nato come trattoria nel 1918

vizio di ristorazione e pernottamento». Il riconoscimento di attività storica attesta anche questa continuità, mai venuta meno anche nei mesi più bui della pandemia. «E' un titolo molto importante per noi, che dà merito a oltre cent'anni di lavoro in questa città - conclude Giuseppina Bianchi - Riceverlo ci ha davvero fatto piacere».

Mario Stojanovic



A Costa Masnaga dal 1964

Macelleria Buzzi 57 anni di storia iniziata con Marino e Adriana



COSTA MASNAGA (mi2) Con 57 anni di storia alle spalle la macelleria Buzzi si classifica tra le attività storiche lombarde. Fondata nel 1964, l'attività si è ampliata diventando mini-market nel 1981, quando si è spostata in via Cesare Battisti.

«Il papà di Marino commerciava bestie da macello - racconta **Adriana Corno**, 83 anni, moglie e cofondatrice del negozio insieme al marito **Marino Buzzi** - Quando si è trattato di sposarci, mio suocero ci ha preso in affitto uno spazio a Costa Masnaga per aprirci la macelleria. Di fatto però l'attività era nata ancora prima di arrivare a Costa». Il signor Buzzi aveva

creato uno stretto rapporto con la propria clientela, supportato dalla qualità e professionalità del suo lavoro. Negli anni infatti aveva vinto anche diversi premi e diplomi alla mostra zootecnica Sant'Ambrogio proprio a Costa Masnaga. Ora, dopo la scomparsa del suo fondatore nel 2012, a gestire l'attività è il terzo figlio della coppia, Matteo. «Io ho continuato a lavorare in negozio fino ad oggi e se posso voglio continuare ancora. Adesso è Matteo che porta avanti la macelleria ma ancora oggi vengono le clienti a fare la spesa "da Marino". Nella memoria dei clienti è rimasta una persona dalla gentilezza incredibile».

Villa Scale è bottega artigiana storica

L'azienda di Vamadrera, specializzata nella realizzazione di scale, è stata fondata nel 1967

VALMADRERA (vst) Fondata nel 1967, anche «Villa Scale» ha ricevuto il prestigioso riconoscimento di Bottega Artigiana Storica, da parte di Regione Lombardia.

L'azienda con sede a Valmadrera realizza su misura scale in legno per interni, accompagnando il cliente lungo tutto il percorso che va dalla progettazione alla posa in opera del manufatto.

«Villa Scale» effettua tutte le lavorazioni di rifinitura prima di installare la scala a giorno, così da garantire al



cliente la possibilità di utilizzarla immediatamente dopo la posa in opera. Villa conta su una professionalità acquisita in oltre 90 anni di presenza nel settore e proprio grazie alla sua lunga storia ha ricevuto il prestigioso riconoscimento regionale che la colloca tra le botteghe artigiane. Una grande soddisfazione per la realtà valmadrerese conosciuta sull'intero territorio leccese e non solo per la sua qualità e professionalità.

L'attività nacque nel 1930, inizialmente basata sulla realizzazione di serramenti in legno, scale e ceppi da macellaio Falegnameria Villa Riccardo, passione da sei generazioni

VALMADRERA (vst) La falegnameria «Villa Riccardo» è Bottega Artigiana Storica, Storica Attività Artigiana della Regione Lombardia e ha ricevuto, proprio la scorsa settimana, il prestigioso titolo.

La falegnameria Villa di Valmadrera nasce dalla passione di una famiglia che da sei generazioni è saldamente legata al settore dei serramenti e porte. «L'attività di falegnameria fu intrapresa nel 1930 ed era inizialmente basata sulla realizzazione di serramenti in legno, scale e ceppi da macellaio. Con il passare degli anni

l'attività si è sempre più specializzata nella realizzazione di serramenti in tutte le tipologie e ha portato alla costituzione dell'attuale Falegnameria Villa», si legge sul sito dell'attività. Falegnameria Villa è anche membro della «Prima rete d'impresa di falegnami leccesi» e grazie all'esperienza acquisita nel tempo e tramandata di padre in figlio, il laboratorio offre un'accurata progettazione e l'esecuzione dettagliata su misura di ogni richiesta con i migliori materiali attenti anche all'ambiente.



Una foto storica della Falegnameria Villa Riccardo (foto tratta dal sito)

condizione che le attività imprenditoriali, negozi e laboratori artigiani, rappresentano per il territorio

di storicità a sette attività lecchesi



La Gioielleria Gallarati, in via Roma a Lecco dal 1959

LECCO (sm2) La Gioielleria Gallarati aprì i battenti nel dicembre del 1959 al civico 16 di via Roma. Dopo 62 anni è ancora lì, con la sua vetrina nel cuore del centro storico, a due passi sia da piazza XX Settembre che da piazza Garibaldi. La titolare, Pinuccia Gallarati, è la figlia del fondatore, Bruno, che prima di approdare nel capoluogo aveva avviato la propria attività di commerciante orafa nei paesi circconvicini.

«Ricordo la sua professionalità e serietà, doti riconosciute e apprezzate da una clientela sempre più ampia. Tanto che alla fine degli anni Cinquanta maturò la decisione di aprire un piccolo punto vendita nel cuore di Lecco, dove ancora oggi è ubicata la gioielleria - racconta la signora Gallarati - Un avvio di attività felice,



Pinuccia Gallarati, titolare della gioielleria, con la figlia Luana

Una presenza preziosa da oltre sessant'anni

ma papà non poté goderselo come avrebbe meritato: nel dicembre del 1965, infatti, venne improvvisamente a mancare. Del negozio dovette farsi carico mia mamma Tina, coadiuvata da me e da mio fratello Pietro che contestualmente imparò l'arte orafa a Valenza Po. Questo apprendistato artigianale gli permise di occuparsi del laboratorio del nostro negozio fino alla morte di mia mamma, nel

1993. In seguito ho continuato io l'attività, come ditta individuale».

Nel dicembre del 2019 la gioielleria ha festeggiato sessant'anni di attività, con riconoscimenti ai clienti più affezionati. «Durante il lockdown, il nostro negozio, come tutti gli altri, è rimasto con le serrande abbassate. Ma non siamo rimasti con le mani in mano: abbiamo impiegato quei lunghi

mesi per sistemare il nostro magazzino - racconta Pinuccia Gallarati - La nostra clientela era ed è tutt'ora costituita da persone di ceto medio che ora è un po' in sofferenza a causa della perdurante crisi. Sappiamo di essere un punto di riferimento per loro, grazie alla professionalità e all'affidabilità che ci hanno contraddistinto in questi oltre sessant'anni di negozio. Siamo orgogliosi di aver ricevuto questo

riconoscimento che riconosce pubblicamente la longevità della nostra attività e va a significare che i lecchesi hanno avuto un occhio di riguardo per noi. Auspichiamo di poter accogliere anche nuove generazioni di clienti, che avremo sempre il piacere di accogliere e servire cercando di essere al passo con i tempi, anche grazie ai corsi di aggiornamento che puntualmente frequentiamo».



Come era la Gioielleria Gallarati nei primi anni



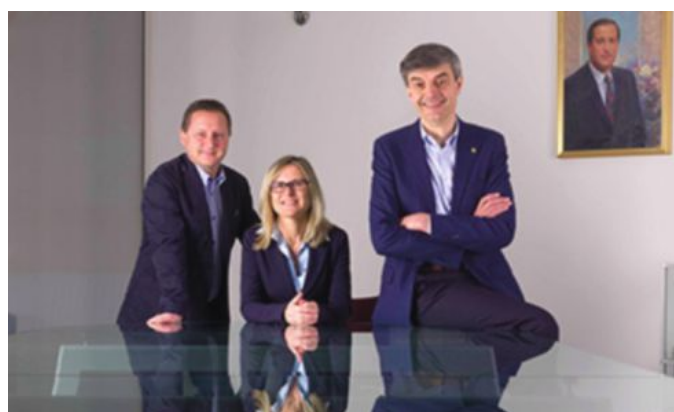
«Venerota»: in sessant'anni il piccolo negozio di veneziane è diventato grande ferramenta

LECCO (cmc) «Venerota»: in quasi sessant'anni il piccolo negozio è diventato una grande ferramenta con quaranta dipendenti. Era infatti il 1962 quando **Amedeo Rota** avviò la produzione di tende alla veneziana. Al suo fianco fin dall'inizio di quest'avventura c'era la moglie **Silvana Sala** (oggi nonna a tempo pieno). Dall'unione tra il cognome del titolare con la tipologia del prodotto era nato appunto «Venerota», sintesi di veneziane Rota. Dalla piccola bottega di via Risorgimento a Lecco, Amedeo Rota si è sempre più ingrandito. Ed ecco che allora al fianco delle tende alla veneziana aveva inserito la ferramenta con maniglie, le serrature e tutto il necessario per realizzare un serramento. Nel frattempo dalla vecchia bottega di via Risorgimento nel 1970 si era passati in via Graziano Tubi, dove era stato aperto il primo punto vendita al pubblico. Con l'aumentare degli spazi aumentò anche il personale. Vennero predisposti nel corso di quegli anni due magazzini satellite, in via Cantarelli e in via Cortisella.

Si arrivò così agli anni Ottanta, quando la ditta individuale di Amedeo Rota si trasformò in Snc (1980) e poi in Srl (1984). Amedeo morì prematuramente nel 1994 a soli 55 anni e nella nuova società entrarono i figli **Nicoletta** e



Amedeo Rota, fondatore dell'impresa nel 1962



La seconda generazione, i figli Nicoletta e Massimo, con Marco Milani

Massimo, oltre a **Marco Milani**, in azienda dal 1982. «Siamo molto soddisfatti per questo riconoscimento - ha commentato Massimo Rota - Soprattutto dopo il periodo non

facile della pandemia che abbiamo vissuto. Malgrado questo, la nostra azienda è riuscita a far fronte agli impegni presi con l'entusiasmo e la professionalità di sempre».



TUTTO IL COMFORT POSSIBILE
CON PRIVACY E RISERVATEZZA SEMPRE GARANTITE

Via Rossino, 3 - Vimercate (MB) - Tel. 039.5973862
info@overmotel.com - www.overmotel.com

ECONOMIA

Un'edizione, la 48^a di Lariofiere, che valorizza il saper fare artistico e le tradizioni

Mostra dell'Artigianato

ERBA (mbn) E' stata presentata ieri, venerdì 22 ottobre alla Scuola d'Arte di Cabiante la 48^a edizione della Mostra dell'Artigianato di Lariofiere, la prima in presenza dopo il lockdown e l'edizione esclusivamente online del 2020. E non a caso, per questo evento è stata coinvolta una scuola del territorio, una realtà capace di coniugare estro artistico e valori della tradizione nella proposta formativa degli alunni. «E' partendo dal passato che possiamo andare verso un futuro migliore», ha detto il sindaco di Cabiante **Maria Pia Tagliabue** nel presentare il ruolo della scuola, fiore all'occhiello del paese e il grande progetto di recupero delle scuderie di Villa Padulli, in cui la scuola stessa è coinvolta. Alunni e insegnanti avranno uno spazio riservato negli stand di Lariofiere.

«Le fiere sono state tra i settori più colpiti dalla pandemia - ha spiegato **Daniele Riva**, presidente di Confartigianato Lecco - Nel nostro settore serve andare a toccare con mano perchè ha un altro effetto che non andare a vedere su internet. Così abbiamo aperto al pubblico, ma per i più timorosi abbiamo lasciato la possibilità di un collegamento virtuale per visitare le botteghe. Inoltre l'ingresso è gratuito. E per lo sforzo ringraziamo il presidente di Lariofiere **Fabio Dadati**. Nei padiglioni vedremo tutto il saper fare

La presentazione della 48^a edizione della Mostra dell'Artigianato: **Roberto Galli**, **Fabio Dadati**, **Ilaria Bonacina** e **Daniele Riva** con il sindaco di Cabiante **Maria Pia Tagliabue**



che si coniuga con l'attività industriale. Per noi questa è l'edizione della rinascita». Anche il presidente di Confartigianato Como **Roberto Galli** ha parlato di «rinascita dopo un anno di stop. Siamo finalmente tornati in presenza per dare la possibilità al visitatore di entrare e vedere i manufatti dei nostri artigiani». E proprio all'interno della fiera si terrà anche l'assemblea annuale di Confartigianato Como. «In questo particolare momento tutti ci stiamo reinventando, abbiamo adottato un metodo diverso di vivere, di lavorare, di produrre.

Ma quello che ereditiamo dal passato non lo abbandoniamo, lo tramandiamo ai nostri giovani, il nostro futuro».

Alla presidente del comitato della mostra **Ilaria Bonacina** il compito di presentare gli appuntamenti salienti e le esposizioni permanenti di questa edizione dell'artigianato 2021.

«Per noi è un ritorno al futuro. L'anno scorso abbiamo riscoperto delle abitudini che non avevamo più, come andare a piedi e in bicicletta. Oggi ripartiamo da lì per il futuro».

La Mostra Artigianato 2021 aprirà con l'inaugurazione ufficiale

sabato 30 ottobre, alle 10, alla presenza del presidente nazionale di Confartigianato, **Marco Granelli** a cui faranno seguito numerosi momenti di approfondimento per il pubblico e per le imprese. Fra i temi dominanti di quest'edizione il Sistema Casa con le novità in ordine alle detrazioni fiscali, agli altri incentivi per le ristrutturazioni e all'efficientamento degli impianti domestici.

Il percorso espositivo ospita un'area dedicata alle Gravel Bike, biciclette che rappresentano l'anello mancante tra la bici da strada e la mountain bike. In esposizione diversi modelli esem-

plificativi delle diverse funzionalità del mezzo. L'area espositiva, frutto della collaborazione tra Confartigianato e il Museo del Ghisallo, sarà completata con strumenti e accessori per chi ama la bici. Il tema della bici sarà inoltre oggetto del convegno curato da Confartigianato, in programma sabato 6 novembre, durante il quale verrà ufficialmente presentato il rapporto ArtiBici e si parlerà di filiera produttiva, della crisi che ha investito il settore nell'anno della pandemia e delle opportunità per avviare un necessario processo di reshoring.

Spazio anche alla moda con la mostra «La spina dorsale di un uomo: storia della cravatta» a cura del Museo della Seta di Como, con l'esposizione di modelli di alta sartoria, proposti dalle aziende della categoria moda di Confartigianato Como e Lecco e con i pezzi unici proposti dal Comitato per la Promozione del Merletto di Cantù.

La mostra rende omaggio anche alla Moto Guzzi, nell'anno del centenario, con l'esposizione di una selezione di modelli, componenti e documenti d'archivio di proprietà della storica azienda di Mandello del Lario.

La mostra sarà aperta a ingresso gratuito dal 30 ottobre al 7 novembre con i seguenti orari: sabato e festivi dalle 10 alle 22, nei giorni feriali dalle 15 alle 22. Domenica 7 novembre dalle 10 alle 20.

Per la vetrina online si può visitare il sito www.bottegheartrigiane.com.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il presidente di Lariofiere **Fabio Dadati** spiega la nuova formula innovativa della nuova Mostra dell'artigianato

Intelligenza e creatività artigianali in vetrina

Dopo la pandemia serviva un'offerta espositiva rinnovata rispetto al passato per un progetto innovativo

ERBA (mbn) Creatività e saper fare degli artigiani. Sono questi i tratti premiati dalla mostra di quest'anno.

«Il periodo appena trascorso - spiega **Fabio Dadati**, presidente di Lariofiere - è stato utile per una profonda riflessione sul ruolo e sulle funzioni che il progetto Mostra Artigianato deve perseguire. E' emersa l'esigenza di rappresentare i valori e i tratti di unicità propri del mondo artigiano; elementi che dif-

ficilmente possono essere trasmessi attraverso un'esperienza di tipo digitale. Per questa ragione abbiamo investito grandi risorse nella ricerca e nella selezione di espositori che possano esprimere il saper fare, la creatività, l'intelligenza degli artigiani. Ne è risultata un'offerta espositiva molto rinnovata, ricca di prodotti ricercati e suggestioni che, siamo certi, incontreranno l'interesse e la curiosità del pub-

blico. Altrettanta attenzione è stata dedicata alla costruzione dei contenuti culturali e di approfondimento che verranno proposti nel corso di incontri e approfondimenti fruibili tanto in presenza che attraverso i canali digitali. Un particolare da evidenziare è l'attenzione di Lariofiere nel progettare un evento che risponda a requisiti di fruibilità e sicurezza. Per il primo aspetto si è scelto di adottare la formula dell'ingresso gra-

tuito che permette di snellire le procedure di accesso al quartiere oltre che favorire le visite alla mostra. Parallelamente è stata riservata la massima attenzione alle misure per garantire la sicurezza di chi visita così come di chi espone. A questo proposito, Lariofiere ha già sperimentato con successo, il protocollo Fiera Sicura che consente un puntuale controllo degli accessi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'azienda di Garbagnate Monastero - che occupa 350 collaboratori - continua ad innovare
Cama Group festeggia i primi 40 anni

GARBAGNATE MONASTERO (ces) Sono passati 40 anni da quando, nel 1981, **Paolo Bellante** fonda l'azienda che oggi, guidata dai figli **Annalisa Bellante** e **Daniele Bellante**. E' Cama Group: una realtà solida, che ha fatto dell'innovazione il driver di crescita più importante.

È infatti questa la caratteristica, sostenuta dall'investimento annuale del 5% del fatturato, che ha consentito a Cama Group di non arrestare il trend positivo nemmeno durante il periodo caratterizzato dalla pandemia, che per il Gruppo basato a Garbagnate Monastero ha significato spingere ancora di più verso la digitalizzazione e Industry 4.0, avanzando in un percorso avviato già da tempo.

Cama Group, leader nelle macchine per l'imballaggio nel settore alimentare ma anche per prodotti per l'igiene del corpo e della casa, propone al mercato sistemi di confezionamento secondario

completi e ad alta tecnologia, fornendo clienti in tutto il mondo.

Il Gruppo comprende infatti sei filiali sui mercati internazionali con Cama North America a Buffalo Grove (Illinois), oltre alle realtà in Francia, Regno Unito, Asia, Australia e Paesi Bassi.

L'approfondita conoscenza del settore del packaging, unita ad una gamma unica di macchine (Packaging Division) e alle unità di carico robotizzate (Robotic Division), consentono a Cama Group di proporre linee complete a partire da prodotti primari fino all'imballaggio in cartone prima della palletizzazione.

Ben 350 i dipendenti diretti e indiretti tra cui ingegneri e tecnici altamente qualificati, consulenti di vendita, ingegneri di vendita e un reparto packaging interamente dedicato alla consulenza sugli imballaggi che, forte dell'esperienza maturata dall'azienda in questo ambito, supporta i clienti nel

raggiungimento di un'elevata efficienza, nell'implementazione della sostenibilità e nella riduzione dei costi dei materiali.

«Quest'anno è un anno molto speciale per Cama Group, che festeggia i 40 anni - commentano **Annalisa Bellante** e **Daniele Bellante** - Siamo orgogliosi di poter dire che la nostra azienda ha fatto molta strada da quando è stata prodotta la prima macchina, nel 1981. Oggi il nostro fatturato, le filiali internazionali, la capacità innovativa che abbiamo dimostrato di avere hanno portato Cama ad affermarsi come uno dei marchi più noti e affidabili nello scenario internazionale dei costruttori di linee d'imballaggio secondario per l'industria alimentare e non alimentare. Il successo di Cama è da condividere con le nostre filiali e fabbriche in tutto il mondo e soprattutto con tutti i nostri collaboratori che hanno contribuito alla sua continua crescita».



Daniele e Annalisa Bellante, nella foto, sono i figli di **Paolo Bellante** che fondò l'azienda nel 1981 e che oggi guidano Cama Group

Appuntamento il 5 novembre presso la Camera di Commercio promosso dal deputato Fragomeli Confcommercio Pnrr e sviluppo del territorio: un seminario Gandola sulle opportunità per imprese e Comuni e i segreti del risotto

LECCO (gmc) Il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza visto come opportunità di sviluppo e di crescita sia per le aziende del territorio che per gli Enti locali. Questo il tema del seminario in programma venerdì 5 novembre, a partire dalle ore 13.30, presso l'Auditorium Casa dell'Economia della Camera di Commercio Como-Lecco.

L'iniziativa è promossa da **Gian Mario Fragomeli**, deputato lecchese del Partito Democratico, Capogruppo della VI Commissione Finanze alla Camera e della Commissione parlamentare per l'attuazione del federalismo fiscale, organizzata in collaborazione con Confindustria Lecco e Sondrio, Confartigianato Imprese Lecco, Acsm-Agam Spa e Lariofiere Como Lecco.

«I lavori - spiega l'onorevole Fragomeli - si apriranno con i saluti del presidente della Camera di Commercio Como-Lecco, **Marco Galimberti**, del prefetto di Lecco, **Castrese De Rosa**, e del vice presidente della Provincia di Lecco, **Bruno Crippa**. Successivamente, insieme ai diversi relatori che hanno accettato il nostro invito a partecipare, analizzeremo gli obiettivi e le sei Missioni della Next Generation EU, articolate in linea con i sei pilastri del Regolamento Rrf (Recovery and Resilience Facility) per la ripresa dell'economia italiana, all'insegna della transizione ecologica, della digitalizzazione, della competitività della formazione e dell'inclusione sociale e territoriale».

Il seminario sarà strutturato in due parti distinte della durata di due ore ciascuna. Nel corso della prima sessione verranno approfondite le opportunità offerte dal Pnrr



Il deputato Gian Mario Fragomeli

per lo sviluppo del territorio degli Enti locali grazie alla partecipazione di **Sonia Caffù**, dirigente dell'Ispettorato Generale per la finanza delle pubbliche amministrazioni della Ragioneria Generale dello Stato; **Andrea Ferri**, responsabile Finanza locale di Anci-Ifel (Fondazione dell'Associazione Nazionale

dei Comuni Italiani), e **Maurò Gattinoni**, sindaco di Lecco.

Nella seconda sessione, invece, si affronterà il tema del Pnrr come opportunità di crescita per le nostre imprese, a cui parteciperanno **Giorgio Centurelli**, dirigente della Ragioneria Generale dello Stato e componente del team Ministero dell'Economia e delle Finanze di supporto per la definizione e l'attuazione del Pnrr; **Lorenzo Riva**, presidente Confindustria Lecco e Sondrio; **Daniele Riva**, presidente Confartigianato Imprese Lecco; **Marco Canzi**, presidente Acsm Agam; e **Fabio Dadati**, presidente Lariofiere.

«Un doveroso riconoscimento - aggiunge il parlamentare dem - va ad Acsm Agam Spa, una dinamica realtà locale, tra le principali del nord Italia, operante nel settore delle multiutilities, la quale ha ben compreso l'importanza che il Pnrr rivestirà anche per le società partecipate pubbliche e che



Marco Canzi, presidente Acsm Agam

ha quindi deciso di offrire il proprio fattivo contributo alla realizzazione dell'evento». Sottolinea, a tale proposito, Marco Canzi, presidente di Acsm Agam: «Siamo un gruppo diretta espressione dei territori in cui operiamo, con il proposito di concorrere alla crescita e allo sviluppo locali. È importante che il nostro

tessuto socio-economico ritrovi slancio dopo i mesi difficile della pandemia che ha penalizzato fortemente le famiglie e le imprese. Ecco perché abbiamo deciso di sostenere un momento di approfondimento qualificato dedicato agli strumenti messi in campo dal Pnrr. È un'occasione importante proprio al fine di cogliere opportunità di rilancio fondamentali per le nostre comunità».

«Come sempre, infine - conclude Fragomeli - un ringraziamento particolare va alla Camera di Commercio Como-Lecco che, sempre attenta alle istanze del territorio, non manca mai di offrire la propria, preziosa, collaborazione».

La partecipazione al seminario è libera e gratuita previa registrazione sul sito dell'evento (Pnrr e ripresa economica/Eventbrite.it). Secondo la normativa vigente, l'ingresso sarà subordinato al possesso e all'esibizione del Green Pass.

LECCO (ces) Apprendere i segreti da uno chef di grido come **Luigi Gandola**, imparando così a rendere il proprio risotto speciale per ogni occasione. E' questo l'obiettivo del corso di cucina organizzato da Confcommercio dedicato ai risotti e rivolto a quanti si divertono ai fornelli per diletto... ma non vogliono sfigurare davanti a ospiti e parenti. Sono 7 le ore previste (divise in due appuntamenti) per scoprire nuove proposte capaci di valorizzare le diverse tipologie di riso: le ricette avranno ingredienti biologici di stagione, verdure, pesce, formaggi per soddisfare tutti i palati. Il programma del corso - aperto a tutti è in calendario mercoledì 10 e 17 novembre dalle ore 17.30 alle ore 21. Gandola è figlio d'arte, ha lavorato prima come stagista, poi come chef-turnante presso il Grand Hotel Villa d'Este di Cernobbio per 10 anni. Nel 2005 diventa titolare del ristorante Salice Blu di Bellagio, aperto nel 1973 dai genitori.

Le due aziende brianzole sono state premiate all'interno della World Manufacturing Week svoltasi a Villa Erba ElectroAdda e Milani hanno vinto il Tech Beauty Contest

CERNOBBIO (ces) Electro Adda di Brivio e Milani di Osnago sono state protagoniste della World Manufacturing Week, l'evento internazionale ospitato da Villa Erba e dedicato all'industria manifatturiera. Le due imprese brianzole hanno vinto la prima edizione del Tech Beauty Contest 2021, il concorso dedicato alle PMI italiane. Electro Adda si è aggiudicata il riconoscimento per l'innovazione di processo e Milani per l'innovazione di prodotto.

Il reparto R&D di Milani - l'azienda di Osnago specializzata in progettazione, installazione e manutenzione di impianti elettrici - ha sviluppato soluzioni innovative per migliorare la sicurezza e l'ecosostenibilità degli edifici industriali o di terziario avanzato. Una delle soluzioni è Freeway, ovvero un sistema avanzato di controllo degli accessi basato su un sofisticato software a reti neurali per il controllo puntuale degli accessi e dei transiti senza l'impiego di barriere fisiche e

senza necessitare di dati biometrici (patent pending). Un'altra soluzione è Aetos, un sistema per il tracciamento di asset mobili e di indoor navigation all'interno di edifici di pubblica utilità che riduce di circa 10 volte il costo di installazione rispetto ai prodotti concorrenti di mercato (patent pending). Infine, un'altra soluzione è B-power, un sistema molto evoluto di back-up energetico per edifici basato su Fuel Cell idrogeno e soluzioni di storage energetico al litio molto compatte.

Electro Adda - azienda che dal 1948 progetta e produce motori elettrici di potenza fino 1500kW nello stabilimento di Beverate di Brivio - si è aggiudicata il concorso Tech Beauty Contest 2021 per la categoria innovazione di processo grazie al progetto di "configuratore adattativo", che è stato completato grazie alla collaborazione dell'azienda con il Politecnico di Milano e al supporto dei laboratori dell'Università di Modena e Reggio Emilia.

MOSTRA ARTIGIANATO

**30 OTTOBRE
7 NOVEMBRE
LARIOFIERE ERBA**

CASA

- Arredamento su misura
- Complementi d'arredo
- Tessuti e biancheria
- Finiture per interni/esterni
- Artigianato artistico
- Oggettistica artigianale

MODA

- Abbigliamento
- Accessori moda
- Gioielli fatti a mano
- Calzature

ENOGASTRONOMIA

- Prodotti tipici
- Vini, liquori, birre
- Prodotti da forno
- Pasticceria

BENESSERE

- Cosmesi
- Profumeria



INGRESSO E PARCHEGGIO GRATUITI - WWW.MOSTRARTIGIANATO.COM

Il Gruppo di Costa Masnaga (160 milioni di fatturato e 850 dipendenti) pensa anche alla Borsa

Limonta & TIP, partnership per accelerare la crescita

LECCO (ces) Limonta 1893 ha sottoscritto un accordo vincolante per l'ingresso nel proprio capitale di Tamburi Investment Partners SpA, gruppo industriale indipendente e diversificato quotato al segmento Star di Borsa Italiana. L'operazione permetterà l'ingresso della società milanese, con una quota del 25% in Limonta SpA, in parte mediante aumento di capitale e in parte mediante acquisto di azioni. L'investimento complessivo sarà di circa 89 milioni di euro.

L'operazione ha l'obiettivo di affiancare la famiglia Limonta e il management nel percorso di crescita del Gruppo - anche per linee esterne - affinché il colosso di Costa Masnaga possa assumere il ruolo di aggregatore nel settore del tessile ad alto valore aggiunto in Italia, nell'ottica di "fare sistema" in un comparto ancora molto frammentato.

Limonta, leader a livello europeo nel settore tessile, con un fatturato stimato per il 2021 di oltre 160 milioni e 850 dipendenti, dispone di una filiera tessile completa che si combina con le tecnologie di resinatura, spalmatura, coagulazione e stampa, con un'attenzione particolare sullo sviluppo di prodotti sostenibili.

La coesistenza di queste due "anime" produttive e tecnologiche la rende un

unicum nel panorama dei tessuti uniti, jacquard e spalmati per abbigliamento, accessori e arredamento.

L'azienda ha sviluppato capacità, know-how e una vasta gamma di lavorazioni e soluzioni tecniche innovative che, unite ad un consolidato orientamento alle tematiche ESG - in termini di rispetto e tutela dell'ambiente e gestione responsabile della catena di fornitura - le ha permesso di posizionarsi quale partner strategico delle più grandi maison internazionali del lusso.

«Crediamo che T.I.P. sia il partner ideale per affiancare la famiglia che mantiene il controllo, nella realizzazione del progetto di crescita industriale accelerata del Gruppo», afferma l'Amministratore Delegato **Paolo Limonta**. «Abbiamo infatti, condiviso fin da subito, valori, strategie e soprattutto, un approccio di lungo periodo. Dopo oltre 120 di storia siamo molto felici di iniziare un'ulteriore fase di sviluppo», prosegue l'Ad.

L'esecuzione dell'operazione è prevista entro la fine del 2021. Limonta e T.I.P.

hanno inoltre concordato di prevedere la quotazione in Borsa in un orizzonte di medio termine.

La famiglia Limonta in questa operazione è stata assistita da Equita K Finance, partner di Clairfield International e parte di Equita Group, in qualità di advisor finanziario con un team composto da **Filippo Guicciardi** e **Andrea Dubini**, da Hilex per gli aspetti legali con un team composto da **Fabio Cappelletti** e **Giovanni Caniggia**, dallo Studio Bordoli di Erba per gli aspetti fiscali e in particolare da



Paolo Limonta, amministratore delegato del Gruppo Limonta di Costamasnaga, ha stretto un accordo strategico con Tamburi Investment Partners. Sotto alcune immagini della produzione



Emilio Bordoli. Tamburi Investment Partners è stata assistita dallo Studio 5Lex per gli aspetti legali.

Limonta rappresenta una delle imprese tessili lombarde e italiane più rilevanti, una storia di successo nata nel 1893 e che ha sempre fatto dell'innovazione e della creatività la propria filosofia di crescita. Nel corso degli anni ha poi diversificato la propria produzione sviluppando oltre al settore tessile anche quello chimico. Una scelta strategica e lungimirante, avvenuta agli inizi degli Anni Cinquanta, che ha permesso di aprire la strada alla nobilitazione del tessile. Successivamente questa integrazione ha fatto sì che si potesse potenziare lo sviluppo della ricerca nelle sezioni dedicate a pelletteria, accessori, abbigliamento, calzatura e persino automotive. Oggi il colosso industriale di Costa Masnaga conserva un'anima ar-

tigianale che la rende unica. L'azienda opera su cinque siti industriali ed è caratterizzata da quattro divisioni: Limonta Fabrics & Coatings (produzione tessuti), Limonta Interiors (tessuti per arredamento molto sofisticati), Limonta Wall (carta da parati) e Society (è il marchio italiano che ha rivoluzionato la biancheria per la casa). Il Gruppo di leccese comprende anche la Tessitura di Lurago, Tiba (la tintoria del gruppo), Bridge Shanghai (piattaforma asiatica che integra la supply chain e distribuisce prodotti sviluppati in Italia e prodotti in Cina), Limonta Usa (sede commerciale e operativa), Limonta Informatica (azienda di servizi). Il Gruppo detiene poi partecipazioni in Aunde Italia (prodotti tessili altamente innovativi per il settore automotive) e Limonta Sport (produce erba sintetica per lo sport).

«Mi occuperò comunque del mercato del lavoro, dell'artigianato e dell'occupazione»
Enzo Mesagna è stato eletto nella segreteria regionale della Cisl guidata da Ugo Duci

LECCO (pia) Ottima notizia per la Cisl di Lecco, che può festeggiare una bella promozione. **Enzo Mesagna**, leccese, 54 anni, entra infatti a far parte della segreteria della Cisl Lombardia. Lo ha eletto venerdì mattina il consiglio generale del sindacato, riunito a Erbusco (Bs). Restano invariati gli altri componenti della segreteria regionale della Cisl Lombardia, guidata dal segretario generale **Ugo Duci**, affiancato da **Paola Gilardoni**, **Fabio Nava**, **Pierluigi Rancati**.

«Mi occuperò comunque del mercato del lavoro, dell'artigianato e dell'occupazione, però lo faccio da un osservatorio più alto che è quello regionale, quindi i rapporti da oggi in poi saranno con Regione Lombardia, con i livelli regionali delle altre associazioni datoriali - spiega Mesagna - Lecco sarà comunque tra le province di cui mi occuperò, però insieme a tutte le altre della regione, quindi in città qualcuno prenderà il mio posto».

Molti i temi importanti che transiteranno sul suo tavolo, quindi: «Mi occuperò per esempio delle ricadute del Pnnr sui temi occupazionali, discutendone con Regione Lombardia per vedere come avverrà l'applicazione nei nostri territori».

Da oggi, lunedì, dunque, Mesagna sarà a lavorare a Milano. Con quali obiettivi? «E' stata una decisione improvvisa, con una proposta arrivata poco tempo fa. Ieri (ve-

Enzo Mesagna è stato eletto nella segreteria regionale della Cisl: da oggi comincia la nuova «avventura»



nerdi, ndr) ha avuto seguito con la votazione del Consiglio generale della Cisl Lombardia, che è espressione di tutti i territori e di tutte le categorie. Un po' mi sono già messo a studiare e a guardare cosa dovrò fare, ma le linee di indirizzo arriveranno più avanti. Comunque le persone che con cui lavorerò all'interno della Cisl le conosco tutte, dovrò poi conoscere quelle con cui mi dovrò rapportare».

Entrato nel 1995 in Cisl Lecco come operatore referente delle Politiche sociali, per occuparsi di immigrazione, dipendenze, disabilità, Mesagna

nel 1998 in Cisl ha fondato l'Anolf Lecco, associazione che segue i cittadini e i lavoratori stranieri. Nel 2002 ha accettato di impegnarsi a tempo pieno come operatore di una categoria ed è entrato in Fim, per seguire i lavoratori metalmeccanici. Nel 2010 è stato eletto segretario generale della Fai Cisl Lecco, il sindacato degli alimentaristi. Nel 2020 è stato eletto nella segreteria della Cisl Monza Brianza Lecco, con la delega ai temi del mercato del lavoro, dell'artigianato e della salute e sicurezza. Ora l'elezione nella segreteria regionale Cisl.

Le nuove misure economiche di Regione Lombardia
Pronti 460 milioni per le imprese

MILANO (ces) Sono 460 i milioni che la Giunta di Regione Lombardia, su proposta dell'assessore allo Sviluppo economico **Guido Guidesi**, metterà a disposizione delle imprese lombarde. Questo pacchetto economico è stato presentato giovedì scorso dal presidente della Regione, **Attilio Fontana**, e dallo stesso Guidesi. Un pacchetto che parte con gli indennizzi a 57.000 imprese e lavoratori autonomi per l'emergenza provocata dalla pandemia.

«Dopo l'emergenza abbiamo cambiato gli strumenti e messo in campo tutte le risorse che avevamo a disposizione creando un moltiplicatore di investimenti. Ora siamo nella fase strategica: filiere, settori e internazionalizzazione e far sistema con una Regione che si inserisce con i propri strumenti dove c'è bisogno, in un sano rapporto tra pubblico-privato. I dati ci stanno dando ragione e noi stiamo continuando a lavorare per rendere strutturale la crescita», ha spiegato Guidesi.

«Stiamo uscendo gradualmente - ha ricordato invece il presidente Fontana - da uno dei periodi più bui della storia mondiale che la Lombardia ha dovuto affrontare per prima. Un prezzo troppo alto è stato pagato anche da lavoratori e imprese. E la Regione, con tutte le iniziative già avviate e quelle progettate per il futuro, gio-



L'assessore Guido Guidesi e il presidente Attilio Fontana

ca un ruolo da protagonista nel sostegno e accompagnamento verso la ripartenza. Ripartenza che i numeri dimostrano già avvenuta. Come certificato, anche oggi, dai dati comunicati da Assolombarda che indicano un aumento del 6,4% per le stime del Pil 2021».

Sei sono gli assi su cui è costruito il pacchetto: Investimenti per la ripresa (19,3 milioni di euro); Bando Si 4.0 2021 (1,7 milioni); Bando nuova impresa (4 milioni); Manifestazione di interesse Arest (vale 75 mi-

lioni), Fondo Confidiamo nella ripresa (composto da 60 milioni) e Credito Adesso Evolution (finanziamenti per 300 milioni).

L'obiettivo degli Investimenti per la ripresa è di sostenere le PMI lombarde che, nonostante il momento di forte rischio d'impresa, intendano investire sul proprio sviluppo e rilancio nell'ambito di interventi volti alla transizione digitale, green o di sicurezza sul lavoro anche in ambito Covid e interventi ordinari e straordinari per l'efficienza di impianti e macchinari.

Conclusi i primi interventi di Lario Reti Holding finanziati da Regione Lombardia

4,3 milioni per l'ATO di Lecco

Per reagire alla situazione di grave difficoltà e incertezza provocata dall'emergenza Covid-19, Regione Lombardia ha stanziato 64 milioni di euro per finanziare la realizzazione di opere infrastrutturali attinenti al Servizio Idrico Integrato. Il riparto stanziato per l'ATO di Lecco è di oltre 4,3 milioni di euro, che contribuiranno per circa il 20% alla realizzazione di 16 interventi, con termine entro e non oltre il 2023; la rimanenza del fabbisogno economico sarà coperta dal gettito tariffario. Nel 2021, in particolare, i fondi sono stati utilizzati per la realizzazione di tre importanti progetti nella Provincia di Lecco.

450mila euro per il potenziamento del depuratore di Erve



ERVE (bsh) Il progetto di ammodernamento e potenziamento del depuratore di Erve è stato avviato con l'obiettivo di aggiornare il trattamento dei reflui provenienti dal paese e quindi la qualità dell'acqua restituita al torrente Gallavesa. Il primo lotto di intervento, dal valore di 280.000 euro, iniziato a giugno 2018 e conclusosi nel maggio dell'anno seguente, ha riguardato i trattamenti primari dell'impianto, tra cui la realizzazione di un nuovo manufatto di grigliatura grossolana e l'installazione di un macchinario di dissabbiatura per migliorare la resa depurativa. Il secondo lotto, da 170.000 euro, con il contributo di 85.000 euro di Regione Lombardia, è iniziato ad aprile 2021 e terminato sei mesi dopo ed ha riguardato il rifacimento dell'impianto di sollevamento e del sistema di disinfezione, nonché l'inserimento di un trattamento terziario di filtrazione, oltre alla copertura della vasca di accumulo fanghi per la riduzione degli odori.

L'adeguamento della rete fognaria di Noceno da 317mila euro



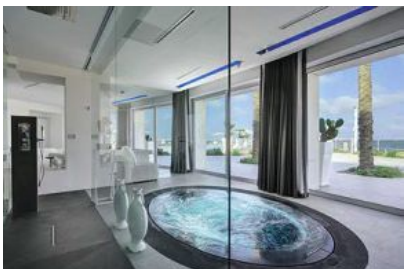
BELLANO (bsh) L'opera di adeguamento della rete fognaria di Noceno, frazione di Vendrogno in Comune di Bellano, è stata realizzata con lo scopo di superare la situazione esistente, in cui la rete fognaria veniva recapitata all'interno di una sola fossa biologica situata a valle del paese, in una zona di difficile accesso per operazioni di spurgo e manutenzione. Il progetto ha previsto la dismissione dell'attuale fossa biologica e la posa di una nuova condotta, per collettare la rete di Noceno, fino all'innesto nella rete esistente in località Pernice, nei pressi dell'abitato di Bellano. L'intervento, che ha consentito un deciso miglioramento degli scarichi finali, ha un valore di circa 317.000 euro, di cui 159.000 finanziati da Regione Lombardia, ed è iniziato nel febbraio 2021, concludendosi nel settembre del 2021.

Lavori da 735mila euro per il collettore fognario di Annone



ANNONE DI BRIANZA (bsh) Il progetto di adeguamento e spostamento del collettore fognario intercomunale nel Comune di Annone Brianza, iniziato nel marzo 2021 e con previsione di completamento entro novembre 2021, ha visto la posa di una nuova rete di fognatura nera in via Lavanderia, oltre alla realizzazione di una stazione di sollevamento e la posa di un nuovo collettore lungo la pista ciclopedonale verso il depuratore di Valmadrera. Inoltre, lungo le vie San Cristoforo e Ponte è stata rimossa la condotta esistente e sono state posate due nuove reti dedicate rispettivamente alla raccolta delle acque nere e delle acque bianche, potenziando inoltre la rete di acquedotto esistente. Le opere hanno un valore di circa 735.000 euro, di cui 368.000 finanziati da Regione Lombardia.

**SOLE
INME**
RESORT
★★★★L



Può un nuovo concetto di turismo generare benefici che vanno oltre la tradizionale idea di vacanza? La risposta è affermativa: in Puglia, e per la precisione a Ostuni, è ai nastri di partenza la possibilità di prendersi cura di se stessi secondo modalità differenti dal solito. Ed è qui che entra in gioco il biohacking weekend, un servizio innovativo che coniuga "leisure" e benessere, opportunità unica per fare una sorta di reset psicofisico e metabolico.

Lo start dell'innovativo concept è in programma da gennaio 2022 presso l'esclusivo resort "Sole in Me", struttura a cinque stelle lusso in *via del Mare, 4 - Costa Merlata* Ostuni (BR).

Ma che cosa significa biohacking?

Questa disciplina è nata circa vent'anni fa negli Stati Uniti e si rivolge in particolare a manager, atleti, artisti, attori e a chi tutti i giorni richiede parecchio al proprio corpo e ha a cuore le proprie performance. Il termine "hackerare" significa "alterare" e, in questo caso, nella sua

da Gennaio a Ostuni i Biohacking weekend

accezione positiva, è riferito alla biologia e alle reazioni del nostro corpo. In sostanza è nato per creare alterazioni attraverso un nuovo "stile di vita", che innescano miglioramenti psicofisici e che possano arginare i problemi elencati in precedenza.

Perché allora il biohacking resort è così diverso da un centro benessere? 1) Il Biohacking è una disciplina COMPLETA che abbraccia tutte le aree più importanti della vita: dall'alimentazione, all'antiaging, dall'antistress, al rinforzo delle difese immunitarie, per finire al potenziamento delle facoltà mentali; 2) Durante le sessioni di Biohacking non ci si limita a ricevere passivamente i trattamenti ma si apprendono tecniche pratiche per gestire, anche da soli, le proprie performance (tecniche di respiro, mindfulness e via dicendo); 3) Il Biohacking Weekend permette alle persone di apprendere e provare

subito, sulla loro pelle, nuove abitudini che poi con facilità si possono rispettare una volta tornati alla vita "normale";

4) Poiché noi siamo tutti diversi, al termine di un Biohacking weekend ogni partecipante avrà il suo

personale piano di azione da seguire per continuare ad ottenere e incrementare i risultati benefici, con l'ausilio di un'innovativa App di "digital coaching";

5) Il Biohacking si aggiorna continuamente grazie a nuove metodologie, nuovi device e nuovi integratori: ecco perché gli ospiti dei Biohacking weekend vengono aggiornati durante il resto dell'anno con sessioni di e-learning e webinar!



PER INFO E PRENOTAZIONI: T 0831 1706832 • INFO@SOLEINMERESORT.COM

Dopo l'edizione virtuale 2020, l'evento di Confartigianato Lecco e Como riparte con grande entusiasmo

**"Nel nostro settore le fiere sono indispensabili perché il prodotto
artigiano va toccato con mano"**

CABIATE (CO) - Si ricomincia dall'edizione numero 48. Dopo lo stop imposto dalla
pandemia, con una edizione totalmente virtuale nel 2020, la **Mostra dell'Artigianato** torna
a **Lariofiere** a **Erba** dal **30 ottobre al 7 novembre**. E' tanta la soddisfazione in primis per
Confartigianato Lecco e **Confartigianato Sondrio** che organizzano il tradizionale evento
dedicato alla valorizzazione del **lavoro artigiano**.



Evocativo il luogo dove si è scelto di presentare questa 48^a edizione, ossia la **Scuola d'Arte
di Cabiato** (CO), dove vengono effettuati numerosi corsi. E così, visto che il lavoro artigiano

è considerato a buon diritto una forma d'arte, la scuola di Cabiato sarà presente alla fiera con uno stand dove mostrare attraverso i propri maestri questa realtà.



Daniele Riva

“Nel nostro settore le fiere hanno un valore fondamentale perché il prodotto artigiano va toccato con mano - ha ribadito il presidente di Confartigianato Lecco **Daniele Riva** -. Resta comunque, come l'anno scorso, la possibilità di visitare la mostra on-line da casa propria attraverso il sito www.mostrartigianato.com, all'interno della vetrina '**Botteghe Artigiane**'. Grazie a Lariofiere che ha messo a disposizione i padiglioni gratuitamente abbiamo deciso di fare uno sforzo in più, nonostante il momento complicato, con l'ingresso gratuito. Potremo tornare a vedere dal vivo il saper fare artigiano, questa per noi è senza dubbio l'edizione della rinascita”.



Roberto Galli

Sulla stessa lunghezza d'onda anche **Roberto Galli**, presidente di Confartigianato Como: "Insieme a Lariofiere abbiamo costruito questa 48^a edizione della rinascita - ha detto -. Tutto è cambiato, la pandemia ci ha costretto a reinventarci però senza dimenticare quello che è il nostro passato. Un passato che abbiamo il compito di tramandare ai giovani per fare in modo che possano costruire e vendere un prodotto nuovo. Per farlo, però, serve anche l'aiuto di chi ci Governa: noi stiamo dimostrando la capacità di reinventarci, ora però il Governo deve mettersi in gioco e sburocratizzare".



Fabio Dadati

Soddisfazione anche da parte di **Fabio Dadati**, presidente di **Lariofiere Erba** che ha ricordato con orgoglio il ruolo che la struttura ha avuto e ha tuttora come centro vaccinale massivo: "Il periodo appena trascorso ha sottolineato il ruolo che la Mostra dell'Artigianato deve perseguire, ad esempio l'esigenza di rappresentare i valori e i tratti di unicità propri del mondo artigiano; elementi che difficilmente possono essere trasmessi attraverso un'esperienza di tipo digitale. Per questa ragione abbiamo investito grandi risorse nella ricerca e nella selezione di espositori che possano esprimere il saper fare la creatività l'intelligenza degli artigiani".



Ilaria Bonacina

Ad entrare nel merito dei contenuti della mostra è stata **Ilaria Bonacina**, presidente del comitato promotore della 48^a edizione: "L'evento sarà fatto di tanti momenti a partire dal Premio Fedeltà dedicato alle aziende iscritte a Confartigianato da oltre 40 anni. Ci sarà un momento dedicato ai sanitari perché vogliamo ringraziarli per quanto fatti in questi mesi difficili. La mostra, poi, sarà un ritorno al futuro perché dopo aver riscoperto durante il lockdown la nostra casa, il cibo e abitudini che avevamo perso, vogliamo portare questi valori all'interno di questa nuova edizione della mostra. Saranno presenti un buon numero di espositori (128), tutti qualificati; saranno organizzati convegni (in presenza e webinar) dedicati all'edilizia e relativi bonus, e poi daremo spazio alla bicicletta con uno stand dedicato grazie a **Gravel Lario** e **Artibici**. Non dimentichiamo nemmeno l'aspetto sociale con la presenza in fiera di Aido Como e Aido Lecco e un focus dedicato all'Afghanistan con un evento che vedrà la presenza della Principessa Soraya Malek. Un grazie, infine, a Lariofiere perché è un vero polo di collegamento tra Como e Lecco. **L'invito a visitare la mostra è aperto, perché il nostro valore artigiano deve essere comunicato a tutti**".



La mostra sarà inaugurata sabato 30 ottobre alle ore 10 e sarà aperta fino al 7 novembre (sabato e festivi dalle 10 alle 22; feriali dalle 15 alle 22; domenica 7 novembre dalle 10 alle 20). Informazioni www.mostrartigianato.com.

[PROGRAMMA DETTAGLIATO DELLA MOSTRA ARTIGIANATO 2021](#)

Cassa integrazione totale in diminuzione nei primi nove mesi del 2021

UIL: “La situazione migliora anche se resta una forte instabilità sul mercato”

LECCO - Il 9° rapporto UIL del Lario sulla cassa integrazione nelle Province di Como e Lecco relativo al periodo Gennaio-Settembre 2021 rispetto allo stesso periodo anno 2020 rileva **il miglioramento della situazione economica nei due territori nei primi 9 mesi di quest'anno** rispetto all'anno scorso, una situazione che non è però, sottolineano dal sindacato, tutta rose e fiori.

“Una analisi più articolata dell'utilizzo della cassa da parte dei singoli settori produttivi e della tipologia di cassa nei singoli territori - spiegano dalla Uil - evidenzia **una forte instabilità del mercato con variazioni altalenanti** aumento e decrescita dell'utilizzo degli ammortizzatori nei vari mesi. La situazione registrata a settembre offre una doppia lettura della situazione nelle due province: la richiesta di ore di cassa integrazione totale nel mese di settembre diminuisce in entrambe le province rispetto allo stesso mese dell'anno precedente, ma **cresce in entrambe per la cassa straordinaria**: Como +164,4%; Lecco +874,2%”.

Mentre incrementa a settembre la cassa totale rispetto al mese precedente di agosto 2021 in Provincia di Como e diminuisce in quella di Lecco, in quest'ultima provincia aumenta notevolmente la richiesta della cassa integrazione straordinaria.

Cassa Integrazione Totale Settembre 2021 confronto Agosto 2021: Como +32,2%, Lecco -16,8%;

Cassa Integrazione Totale settembre 2021 confronto settembre 2020: Como -2,5% ; Lecco -16,5%

Cassa Integrazione Totale primi 9 mesi (gennaio-settembre) 2021 confronto stesso periodo 2020: Como -30,4%; Lecco -50,2%;

La diminuzione della cassa integrazione, nei primi nove mesi del 2021 rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso, **si registra nel settore dell'edilizia, commercio e dell'industria, ed aumenta nell'artigianato in provincia di Como**, mentre nello stesso periodo diminuisce in tutti i settori in Provincia di Lecco.

Cassa Integrazione Totale Gennaio-Settembre 2021 confronto con lo stesso periodo 2020 nei settori produttivi:

Industria: Como -21,7 %; Lecco -51,8%.

Edilizia: Como -81,2%; Lecco -84,7%.

Artigianato: Como +192,8%; Lecco -64,2%.

Commercio: Como -43,1%; Lecco -34,6%

Il numero di lavoratori mediamente in cassa integrazione nei primi 9 mesi del 2021, **Como 15.839 (-6.927 rispetto allo stesso periodo 2020), Lecco 6.726 (-6.779 rispetto allo stesso periodo 2020)**, a questi vanno aggiunti quelli in FSBA: Como 962; Lecco 416 e quelli del FSI dei quali non ci sono i dati relativi ad ogni singola provincia.

“In conclusione - sottolinea il segretario sindacale Salvatore Monteduro - continua l'oscillante e difficile situazione dell'economia del nostro territorio in special modo per la Provincia di Como determinata principalmente dal distretto tessile, con una media di oltre 6.351 lavoratori/lavoratrici in cassa integrazione nei primi 9 mesi del 2021. Resta alto il numero complessivo di lavoratori/lavoratrici in cassa integrazione nelle due province, mediamente oltre 23.943 ai quali vanno aggiunti quelli coperti dal FSI”.

“Tutto ciò - aggiunge - dimostra che non siamo ancora usciti definitivamente dalla situazione di difficoltà economica, e l'incremento della cassa straordinaria evidenzia che è in atto un processo di ristrutturazione delle aziende. Abbiamo bisogno che siano prolungati gli ammortizzatori sociali covid relativi al settore tessile e dei servizi e il divieto di licenziamento che scade al 31 ottobre almeno fino alla fine di dicembre, in attesa che si verifichi e stabilizzi la ripresa economica”.

La fotografia post pandemia scattata dall'Osservatorio di GoDaddy sulle imprese italiane

Il digitale conquista le piccole

La metà delle Pmi ha modificato il modo di fare business

Pagina a cura
DI MATTEO RIZZI

La pandemia ha spinto la digitalizzazione delle Pmi italiane, che sono tra le più tech in Europa. È quanto ha rilevato il nuovo Osservatorio Piccole Imprese di GoDaddy, il più grande provider al mondo di domini, attraverso l'elaborazione del GoDaddy Digital Index. Una fotografia rilevante, visto che le Pmi rappresentano il 97,7% delle unità produttive italiane, secondo il Censimento permanente delle imprese 2019. L'analisi, realizzata in collaborazione con la società di ricerca Kantar, evidenzia come le piccole imprese italiane abbiano raggiunto un livello di digitalizzazione di 44/100, meglio di quelle tedesche (42/100) e francesi (37/100), e seconde solo alle Pmi spagnole (45/100). La crisi causata dal COVID-19, sottolinea GoDaddy, è stata un grande passo avanti per la digitalizzazione in Italia, specialmente in quei settori che prima facevano affidamento solo sui canali di vendita fisici, come il retail, i negozi di alimentari, la piccola ristorazione o l'artigianato. In particolare, è stata rilevata un'accelerazione della penetrazione degli strumenti di marketing digitale. L'indice ha preso in esame circa 5.100 piccole e medie imprese con un numero di dipendenti compreso tra 1 e 49, e ha rilevato il grado di maturità digitale delle società in Italia, Spagna, Francia e Germania. Sono stati quindi analizzati una serie di parametri suddivisi in due categorie: da una parte l'attitudine delle piccole imprese a utilizzare un approccio innovativo e strumenti digitali, dall'altro l'effettivo utilizzo degli strumenti digitali nel business quotidiano.

Le Pmi italiane hanno in parte recuperato un gap digitale che permaneva da tempo. Il 54% delle aziende italiane intervistate ritiene di aver raggiunto un livello più alto di digitalizzazione durante la pandemia di Covid-19, stesso numero dalla Spagna (53%), rispetto al 41% delle francesi e il 40% delle tedesche.

A livello di business, le impre-

se italiane sono state duramente colpite dalla pandemia: il 51% ha dichiarato di aver subito perdite. Si è registrato però anche un buon livello di adattamento: il 46% delle piccole imprese italiane ha modificato il proprio modo di fare business. Nel 20% dei casi le Pmi sono riuscite a sviluppare nuove aree, con performance migliori rispetto a Germania (18%) e Francia (15%), e superate solo dalla Spagna (25%). Ben il 14% delle imprese italiane ha aperto o sviluppato ulteriormente il proprio e-commerce o i propri canali di vendita online, superando i cugini europei (7% in Germania, 8% in Francia e 12% in Spagna).

Procedendo nell'analisi dal punto di vista del commercio online, il 69% delle micro e piccole imprese italiane ha dichiarato di avere almeno un canale di vendita online, superando la Francia (63%) ma mostrando ancora un buon margine di miglioramento rispetto alle performance di Germania (77%) e Spagna (73%). Concentrandoci sull'Italia, il 49% delle attività ha affermato di utilizzare il sito web aziendale come canale di vendita, mentre il 34% utilizza i canali social per promuovere i propri prodotti o servizi, solo il 12% si affida ai marketplace. In Italia, il 55% delle imprese che usa canali di vendita sul Web ha iniziato a vendere online da 3 o più anni, mentre il 35% lo ha fatto negli ultimi due anni, dato che mostra un buon aumento nell'utilizzo di Internet per vendere direttamente i propri prodotti o servizi.

Il 62% delle attività italiane ha dichiarato di avere un sito web, e il 71% di queste usa il sito e i social network per attività di marketing. La piattaforma social più amata è Facebook, utilizzata dall'86%: più di Francia (82%), Germania (81%) e Spagna (80%). Segue Instagram, usato dal 58% delle PMI italiane che utilizzano i social. Infine, tra le altre piattaforme utilizzate dalle PMI italiane a scopo di marketing troviamo LinkedIn (36%), YouTube (27%) e Twitter (18%).

Uno degli aspetti più peculiari emersi dalla ricerca è il ruolo di WhatsApp, indica GoDaddy, ca-

nale che ha giocato un ruolo strategico soprattutto durante la fase più complicata della pandemia, soprattutto per le attività da 1 a 9 dipendenti. Il 54% delle imprese italiane che usano i social ha dichiarato di aver utilizzato questa applicazione per restare in contatto con i clienti e promuovere prodotti e servizi.

Nel campo marketing, i business italiani mostrano un crescente interesse nell'utilizzo degli strumenti e canali digitali: il 71% delle imprese intervistate usa il proprio sito web o i social media per attività di marketing. Proseguendo nell'analisi delle iniziative di marketing, altri canali utilizzati dalle imprese italiane per farsi conoscere sono: l'invio di newsletter e email di marketing (25%), l'uso di un profilo Google My Business per gestire la propria presenza tra le ricerche e sulle mappe del motore di ricerca (15%), la gestione di un blog legato all'attività (11%), la creazione di un'app (7%).

L'83% delle Pmi italiane afferma che la digitalizzazione ha migliorato il livello di competitività e ha permesso di vendere con più successo sia online che offline (per il 78% del campione) e di lavorare in modo più flessibile (77%). In Italia, le Pmi spiccano anche per un maggior utilizzo dei pagamenti digitali (50%). Le carte o i bancomat sono preferiti solo dal 29% delle francesi, dal 37% delle tedesche, dal 45% delle spagnole.

Tuttavia, sottolinea GoDaddy, anche se il periodo della pandemia ha dato un'accelerazione verso l'impiego di strumenti e sistemi digitali per la gestione del proprio business e dei rapporti con i clienti, il margine di miglioramento è ancora ampio. Soprattutto in Italia, le piccole attività fanno ancora un utilizzo limitato delle strategie di marketing online e degli strumenti più recenti come i podcast e l'influencer marketing.

Le categorie. L'Osservatorio ha classificato le piccole imprese in quattro diverse categorie in base all'attitudine alla digitalizzazione e all'effettivo utilizzo di strumenti innovativi: Digital Innovators (caratterizzati da un for-



te approccio innovativo e al frequente utilizzo di strumenti digitali); Digital Settled (aziende ben equipaggiate con dispositivi tecnologici, ma con una visione scettica sull'evoluzione della digitalizzazione), Digital Starters (che sono convinte dei vantaggi della digitalizzazione, ma non dispongono ancora di strumenti innovativi) e Digital Sceptics (aziende che non hanno ancora investito in attrezzature tecniche e mostrano un basso impegno nel digitale).

Tra i mercati analizzati, l'Italia detiene la percentuale più alta, al pari con la Spagna, di Digital Starters (22%), ossia le Pmi giovani, sul mercato da non più di quattro anni, che sebbene abbiano un livello di digitalizzazione leggermente sotto la media, hanno una forte predisposizione all'innovazione, e credono fortemente che l'utilizzo di strumenti digitali sia un fattore fondamentale per la crescita. Si tratta di aziende che lavorano sia all'ingrosso che al dettaglio con un modello tradizionale, nei settori marketing, pubblicità, PR e design.

Altrettanto importante in Italia la percentuale di Digital Innovator (24%), quelle imprese che hanno già una grande affinità con gli strumenti digitali, come l'utilizzo dei social media per attività di marketing o l'e-commerce per la vendita dei prodotti. In questa categoria rientrano aziende che operano nel settore dell'ospitalità e della ristorazione, dei servizi finanziari, delle assicurazioni e dell'amministrazione.

Tuttavia, esiste un'alta percentuale, il 30%, di Pmi che rientrano nella categoria Digital Settled, con un buon livello di digitalizzazione, ma reticenti ad utilizzare strumenti di marketing digitale o ad utilizzare l'e-commerce. Rientrano in questa categoria aziende del settore dei servizi professionali, della consulenza manageriale, dei servizi di tecnologia e telecomunicazioni, immobiliare, noleggio e leasing.

— © Riproduzione riservata — ■

Digitalizzazione delle Pmi*

54% ritiene di aver raggiunto un livello più alto di digitalizzazione durante la pandemia di Covid-19

46% ha modificato il proprio modo di fare business durante la crisi sanitaria

14% ha aperto o sviluppato ulteriormente il proprio e-commerce o i propri canali di vendita online

62% ha dichiarato di avere un sito web

86% utilizza Facebook

*Su un campione di 1.300 Pmi intervistate, Osservatorio Piccole Imprese 2021, GoDaddy

I dati dell'Osservatorio transizione della School of management del Politecnico di Milano

Industria 4.0, il mercato avanza

Gli investimenti puntano su connettività e acquisizione dati

Pagina a cura

DI ANTONIO LONGO

Il mercato italiano dell'Industria 4.0 ha raggiunto nel corso dell'anno 2020 un valore di 4,1 miliardi di euro, facendo registrare una crescita pari all'8%, spinta soprattutto dalle tecnologie It che rappresentano l'85% della spesa. Seppur la crescita sia stata inferiore rispetto alle previsioni formulate nel 2019 (+20%), si tratta di un trend positivo considerato che le stime effettuate durante il primo lockdown delineavano un calo del 5%. È lo scenario che emerge dalla lettura degli esiti della ricerca condotta dall'Osservatorio transizione Industria 4.0 della School of management del Politecnico di Milano secondo cui gli investimenti delle imprese manifatturiere si concentrano prevalentemente in progetti di connettività e acquisizione di dati, che valgono 2,4 miliardi di euro e il 60% della spesa, e negli Industrial Analytics, ossia l'analisi dei dati in campo industriale, con 685 milioni di euro e una quota di mercato pari al 17%.

Più distanziata la spesa in altre soluzioni 4.0 quali la gestione di sistemi su provider esterni (cloud manufacturing, 390 milioni, 8%), servizi di consulenza e formazione (275 milioni, 7%), sistemi di produzione automatizzati (advanced automation, 215 milioni, 5%), fabbricazione di prodotti partendo da modelli tridimensionali computerizzati (additive manufacturing, 92 milioni, 2%), infine interfacce avanzate per migliorare il rapporto uomo-macchina (advanced human machine interface, 57 milioni, 1%). In base alle previsioni degli analisti, nel 2021 si stima un'ulteriore accelerazione della spesa ad un tasso compreso tra il 12% e il 15%. Le opportunità offerte dal Piano nazionale transizione 4.0 sono ben conosciute dalle aziende manifatturiere. Infatti, in base alle informazioni riportate nel report, l'83% delle grandi imprese e Pmi coinvolto nell'indagine conosce il credito d'imposta per gli investimenti

in beni strumentali, il 55% quello per ricerca, sviluppo e innovazione e il 52% quello per la formazione.

Smart working. Durante la pandemia lo smart working si è diffuso anche nelle imprese manifatturiere, in particolare il 37% delle aziende ha introdotto forme di flessibilità nella gestione degli orari di lavoro, un altro 37% di mansioni e postazioni di lavoro, un quinto nella gestione dei turni, il 28% utilizza strumenti per tracciare le competenze, il 19% monitora le condizioni di salute dei lavoratori e il 17% lascia libera scelta fra lavoro in presenza o in remoto. Inoltre, sono state remotizzate il 40% delle attività di formazione, controllo e audit della qualità e di monitoraggio degli impianti, e il 25-30% delle attività di manutenzione, gestione delle officine, collaudo delle macchine. Nell'ambito di tale contesto, le tecnologie smart hanno giocato un ruolo decisivo nell'abilitare tale repentina trasformazione e così per le imprese è fondamentale dotarsi di strumenti di IoT per la datificazione dei processi (38%), utilizzare dashboard digitali (34%), piattaforme per la collaborazione a distanza (25%) e tecnologie per la cybersecurity (22%).

La sostenibilità. Anche le imprese manifatturiere sono sempre più consapevoli del vantaggio competitivo che può offrire un forte impegno per la sostenibilità. Infatti, il 15% del campione intervistato ha già terminato progetti di sostenibilità, circa un terzo ne ha attivati alcuni e solo il 3% non è interessato. Il 43% ha inteso anticipare le tendenze del mercato e rispondere alle richieste dei clienti, oltre un terzo per costruire l'immagine di un marchio sostenibile. Nello specifico, le aziende monitorano, soprattutto, indicatori relativi agli scarti di processo, come rifiuti ed emissioni inquinanti (51%), consumo di acqua, materiali ed energia lungo le diverse fasi del processo produttivo (48%) anche se un quarto del campione ancora non misura alcun indicatore

di performance relativo alla sostenibilità. Le principali barriere all'impiego del digitale per migliorare la sostenibilità sono rappresentate da mancanza di cultura aziendale (37%), di indicatori che colleghino la performance di sostenibilità al valore di un'azienda (30%), dalla difficoltà a comprendere quali siano i benefici attesi (29%).

I servizi. Nel 2020 i servizi 4.0 hanno raggiunto un valore di circa 275 milioni di euro, registrando un +8% rispetto all'anno precedente, spinti in particolare dalla consulenza operativa, mentre la consulenza strategica continua a trovare poco spazio. Le aziende di consulenza sono riuscite a trasferire le loro attività sui canali digitali, riducendo notevolmente i possibili effetti della pandemia e aprendosi a un modello di business basato sulla fornitura di prodotti e servizi più sostenibili e di valore per il cliente. Gli analisti sottolineano che due terzi delle imprese è abituato a utilizzare beni strumentali e software a fronte di un canone mensile o annuale, ma le opportunità offerte dalla connessione dei macchinari sono ancora poco sfruttate dalle aziende. Solo un quarto degli intervistati usa servizi informativi associati a un macchinario, come l'individuazione di guasti o malfunzionamenti, o servizi di manutenzione preventiva basati sulle condizioni della macchina, meno di uno su 10 utilizza servizi per una migliore gestione energetica delle macchine e pochissime sono le aziende che hanno sviluppato soluzioni di manutenzione predittiva, meno del 5%.

— © Riproduzione riservata — ■



Gli investimenti 4.0 delle imprese manifatturiere

Progetti	Valore	Quota di mercato
Connettività e acquisizione di dati (Industrial Internet of Things)	2,4 miliardi di euro	60%
Industrial Analytics	685 milioni di euro	17%
Cloud Manufacturing	390 milioni di euro	8%
Servizi di consulenza e formazione	275 milioni di euro	7%
Advanced Automation	215 milioni di euro	5%
Additive Manufacturing	92 milioni di euro	2%
Advanced Human Machine Interface	57 milioni di euro	1%

Fonte: Osservatorio Transizione Industria 4.0 della School of Management del Politecnico di Milano

L'Erario tassa i soci per i crediti non recuperati dell'impresa estinta

Società cancellate

L'implicita remissione ai soci di debiti certi a bilancio è come distribuzione di utili

La Ctr Piemonte legittima la rivalsa del Fisco per inerzia del liquidatore

Alessia Urbani Neri

Il mancato colpevole recupero da parte del liquidatore di una società di capitali, estinta per cancellazione, dei crediti che l'impresa vantava nei confronti dei soci ed esposti nel bilancio di liquidazione, costituisce remissione del debito e conseguente indiretta distribuzione degli stessi ai soci. L'Erario può agire verso i soci per soddisfare il debito fiscale della società sebbene formalmente il bilancio di liquidazione sia stato chiuso senza distribuzione di utili.

La Ctr del Piemonte nella sentenza 599/2/21 (presidente Pisanu, relatore Rinaldi) ha ritenuto legittima la pretesa per il recupero pro-quota, nei confronti dei soci, del credito che la società, ormai estinta per cancellazione dal registro, avrebbe implicitamente rimesso ai medesimi per non aver il liquidatore agito per il recupero degli stessi, con ciò beneficiando i soci, in sede di liquidazione della società, di una mancata loro "formale" distribuzione.

Dai bilanci societari dell'ultimo triennio precedente, risultavano prelevate dai soci somme di rilevante entità, appostate in contabilità come crediti verso di loro, che non trovava-

no giustificazione in operazioni societarie. La mancata ingiustificata riscossione di tali somme da parte del liquidatore fa presumere che vi sia stata una remissione del debito, di cui hanno beneficiato i soci in termini di distribuzione indiretta delle somme. Ciò indipendentemente dalla circostanza, dedotta da parte avversa, della mancata anticipata riscossione di tali crediti da parte della società negli ultimi anni "di vita" e dall'incapienza di utili distribuiti ai soci in sede di liquidazione.

È principio ormai noto in giurisprudenza che l'articolo 2495 Codice civile, disciplinando la sorte dei soli debiti della società estinta rimasti insoddisfatti, stabilisce che per essi opera la successione in capo ai soci, anche se nei limiti di quanto ognuno di essi ha riscosso in sede di bilancio di liquidazione (Cassazione 7168/21; 16365/2020). Quanto, invece, ai rapporti attivi, il legislatore nulla ha previsto per essi, non venendo presi in considerazione nella disposizione in questione. Ciò ha spinto la giurisprudenza di legittimità a colmare il vuoto di disciplina formando un orientamento in base al quale la cancellazione della società dal registro viene interpretata quale espressione di rinuncia tacita alle mere pretese ed ai crediti litigiosi o illiquidi, con conseguente non operatività del trasferimento per successione in capo ai soci ed estinzione dei crediti stessi (Cassazione sezioni unite n. 29108/20).

In conformità a tale orientamento, il collegio ha ritenuto che tale sorte non si estende ai crediti certi e liquidi che la società aveva verso i soci, non potendo ritenersi rinunciati laddove risultino dal bilancio ed il liquidatore non abbia posto in essere azioni per il loro recupero.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948



Beni d'impresa rivalutati e riallineamenti: slalom in Redditi 2021

Dichiarazioni

Il nuovo importo si perfeziona indicando in RQ i maggiori valori

Mentre il riallineamento contabile e fiscale passa dalla compilazione di RV

Giorgio Gavelli

Occhi puntati sul quadro RQ del Redditi 2021 per le imprese che intendono perfezionare l'opzione del riallineamento tra i valori contabili e fiscali delle immobilizzazioni e attribuire efficacia fiscale alla rivalutazione (ex articolo 110 del Dl 104/2020).

L'agenzia delle Entrate ha infatti sempre sostenuto – da ultimo con la circolare 14/E/2017 – che «l'esercizio dell'opzione per la rivalutazione dei beni d'impresa è senz'altro perfezionato con l'indicazione in dichiarazione dei redditi dei maggiori valori rivalutati e della relativa imposta sostitutiva» e non con il versamento (che può anche essere oggetto di ravvedimento). Ciò vale a maggior ragione per il riallineamento, che ha essenzialmente significato fiscale e non contabile.

La posizione delle Entrate è rafforzata dalle pronunce di Cassazione (ordinanze 32592/2019 e 2927/2018), secondo cui «il tenore letterale della norma lascia ritenere che il perfezionamento della procedura di rivalutazione dei beni dell'impresa non è subordinato all'avvenuto versamento dell'imposta sostitutiva, ma piuttosto alla indicazione, nella dichiarazione dei redditi, dei maggiori valori conseguenti alla rivalutazione e della relativa imposta sostitutiva». Per cui:

- chi ha scelto la rivalutazione con effetto meramente contabile non compila il quadro RQ;
- chi, invece, ha voluto rivalutare con

effetto fiscale o eliminare il disallineamento contabile/fiscale deve stare attento a compilare il quadro.

Per chi si accorge di un'omissione, ci sono due rimedi da ponderare. Da un lato c'è la (difficile) strada che porta a riconoscere nell'omissione un errore «di fatto di diritto» che abilita il contribuente a «far valere, anche in sede di accertamento o di giudizio» la propria diversa volontà, in base all'ultimo periodo dell'articolo 2, comma 8-bis, del Dpr 322/98 (ad esempio, Cassazione 1291/2019 e 23993/2018). Dall'altro, la possibilità di ravvedersi – anche in caso di opzioni non evidenziate – entro i termini ordinari della dichiarazione (con un modello «correttivo nei termini» o nei 90 giorni successivi (con una «integrativa»), come riconosciuto con risoluzione 325/02. Possibilità che quest'anno deve fare i conti con l'anticipo del termine per ottenere il contributo perequativo del Dl Sostegni bis, che crea incertezze sulle scadenze effettive (si veda Il Sole 24 Ore del 6 ottobre).

La compilazione del quadro RQ è piuttosto semplice, anche se nasconde due insidie riguardanti:

- 1 le società con periodo d'imposta non solare, con bilancio dell'esercizio in corso al 31 dicembre 2019 approvato dal 14 ottobre 2020 in poi, che avevano la facoltà di eseguire la rivalutazione in tale bilancio: in Redditi SC 2020 non è prevista la sostitutiva del 3%, il che costringe a forzature e a predisporre un prospetto di riepilogo;
- 2 le imprese del settore alberghiero/termale con rivalutazione «gratuita» ex articolo 6-bis del Dl 23/20, che non hanno voluto affrancare la riserva in sospensione d'imposta con la sostitutiva del 10%: non hanno alcun rigo da compilare nel quadro RQ, e l'Agenzia non ha mai chiarito quale sia lo strumento alternativo per formalizzare l'efficacia della rivalutazione (forse un qualche comportamento «concludente» come l'iscrizione a registro cespiti).

Monitoraggio dei disallineamenti

Un altro tema è quello del quadro RV, destinato al monitoraggio dei disallineamenti contabili e fiscali per soggetti in contabilità ordinaria. Il riallineamento è l'operazione che tende a ricondurre a unità i distinti valori e, a nostro avviso, ciò si verifica dall'esercizio 2021 (quindi nel quadro da compilare il prossimo anno), fermo restando che vi sono casi in cui resta un disallineamento da monitorare.

Se la rivalutazione meramente contabile non comporta particolari problemi (il maggior valore «nasce» nel 2020, pur senza essere ammortizzabile, e si inizia – o si continua – a compilare il quadro con valore fiscale immutato), più controverso è il caso della rivalutazione sostitutiva del 3 per cento. Secondo alcuni il maggior valore fiscale andrebbe esposto dal 2024 (quando avrà effetto su plus e minusvalenze), ma riteniamo che sia condivisibile la compilazione dal 2021, così da indicare da tale anno i maggiori ammortamenti fiscali alla voce «decrementi». Chi opta per allocare il maggior valore già quest'anno, si trova a indicare importi già riallineati, rendendo inutile la compilazione.

Prospetto del patrimonio netto

Rivalutazione e riallineamento impattano anche sulla compilazione del prospetto del patrimonio netto (società di capitali). La rivalutazione solo contabile crea un'ordinaria riserva di utili; quella fiscale determina una riserva che, a nostro avviso, al 31 dicembre 2020 (per i soggetti «solari») va ancora indicata come «in sospensione d'imposta», salvo evidenziare l'intervento affrancamento nel modello riferito al 2021. Analogamente si procede nel caso del riallineamento, con la differenza che la riserva non va aggiunta, ma ricavata da quelle già esistenti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'esempio

La Società Gamma Srl ha rivalutato l'immobile sede della società (dal costo contabile e fiscale di 80.000 euro) per un importo di 1.200.000 euro (metodo dell'incremento del solo costo storico). Ha quindi iscritto nel bilancio al 31 dicembre 2020 un debito di 36.000 euro per l'imposta sulla rivalutazione pari al 3%, oltre a 120.000 euro per l'affrancamento del saldo attivo di rivalutazione, pari al 10 per cento. Questa imposta del 10% è stata calcolata sull'importo rivalutato al lordo (e non al netto) della sostitutiva del 3%, prudentemente, dopo aver letto la risposta a interpello 539/2021. Entrambe le imposte sostitutive vengono rilevate a decurtazione della riserva di rivalutazione, che quindi ammonta a 1.044.000 euro. Ecco la compilazione del quadro RQ:

SEZIONE XXIV		Importo		Aliquota		Imposta	
Rivalutazione generale dei beni d'impresa e delle partecipazioni 2020	RQ100 Maggiori valori dei beni ammortizzabili, non ammortizzabili e delle partecipazioni	1.200.000,00		3%		36.000,00	
	RQ101 Maggiori valori dei beni ammortizzabili, non ammortizzabili e delle partecipazioni				3%		,00
	RQ102	Totale imposte				Prima rata	
		36.000,00				12.000,00	
	RQ103 Saldo di rivalutazione/riserva vincolata	1.200.000,00		10%		120.000,00	40.000,00

Ecco invece la compilazione del prospetto del patrimonio netto (l'affrancamento della riserva verrà indicato l'anno prossimo):

Prospetto del capitale e delle riserve		RS131		RS132		RS133		RS134		RS135		RS136		RS136A		RS136B		RS137		RS138		RS139		RS140			
	Riserve di capitale		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00
	Riserve ex art. 170, comma 3		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00
	Riserve di utili da trasparenza		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00
	Riserve di utili		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00
	Riserve di utili prodotti fino al 2007		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00
	Riserve di utili prodotti fino al 2016		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00
	Riserve di utili prodotti fino al 2017		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00
	Riserve di utili prodotti fino al 2019		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00
	Riserve di utili antecedenti al regime SIQ		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00
	Riserve di utili della gestione esente SIQ		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00
	Riserve di utili per contratti di locazione		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00
	Riserve in sospensione di imposta		,00		1.044.000,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		,00		1.044.000,00		,00

Il quadro RV verrà così compilato quest'anno:

SEZIONE I		Tipo di beni/Voce di bilancio		IMMOBILI		Causa		IAS/IF lgs. 139/2015		Valore precedente	
RCONCILIAZIONE DATI DI BILANCIO E FISCALI	RV1	Valore contabile	Valore iniziale	Incrementi	Decrementi	Valore finale				Valore di realizzo	
		80.000,00	1.200.000,00	2.400,00	1.277.600,00					,00	
		Valore fiscale	Valore iniziale	Incrementi	Decrementi	Valore finale					
		80.000,00	,00	2.400,00	77.600,00						

E così invece l'anno prossimo:

SEZIONE I		Tipo di beni/Voce di bilancio		IMMOBILI		Causa		IAS/IF lgs. 139/2015		Valore precedente	
RCONCILIAZIONE DATI DI BILANCIO E FISCALI	RV1	Valore contabile	Valore iniziale	Incrementi	Decrementi	Valore finale				Valore di realizzo	
		1.277.600,00	,00	38.400,00	1.239.200,00					,00	
		Valore fiscale	Valore iniziale	Incrementi	Decrementi	Valore finale					
		77.600,00	1.200.000,00	38.400,00	1.239.200,00						

Dai beneficiari agli immobili le incognite per alberghi e terme

Agevolazione

Resta ancora incerto
il perimetro dei requisiti
soggettivi e oggettivi

**Andrea Cioccarelli
Giorgio Gavelli**

La rivalutazione “gratuita” del settore alberghiero e termale, pur essendo stata oggetto di ben due provvedimenti (l’articolo 6-bis del Dl 23/2020 e la norma interpretativa dell’articolo 5-bis del Dl 41/2021), è una sorta di “oggetto misterioso”. Ad eccezione di qualche sporadica risposta a interpello, su casi particolari, non c’è stato alcun intervento di prassi a supporto delle imprese, che hanno dovuto così “arrangiarsi da sole” per risolvere le tante perplessità emerse.

Il nodo della platea

Partiamo dall’aspetto soggettivo: cosa comprende l’espressione «soggetti operanti nei settori alberghiero e termale» che non adottano gli Ias? Conta il codice Ateco (quale?) e ci si riferisce all’attività prevalente? Non ha di certo aiutato la risposta ad interrogazione parlamentare n. 5-05916 del 5 maggio 2021, in cui si è affermato che il Mef e l’Agenzia stavano effettuando «approfondimenti che permettano di ricostruire la ratio legis del regime agevolativo (...) anche in considerazione degli eventuali profili di copertura e stime di gettito». La ricognizione è terminata? Con quale esito?

Il tema diventa poi estremamente controverso leggendo la norma di interpretazione autentica del decreto Sostegni, che ha incluso tra i destinatari non solo chi affitta l’azienda alberghiera mantenendo la deduzione delle quote di ammortamento in deroga all’articolo 2561 del Codice civile (come già previsto dalle risposte a interpello 637/2020 e 200/2021) ma anche i proprietari di «immobili a destinazione alberghiera concessi in locazione a soggetti operanti nei settori alberghiero e termale», o di «immobili in corso di costruzione, rinnovo o completamento». Pare evidente che l’immobiliare che loca l’immobile all’impresa alberghiera rientra quindi tra i soggetti che possono rivalutare

gratuitamente. Ma a quali condizioni soggettive? E quali immobili possono essere oggetto dell’incremento gratuito di valore con effetto fiscale?

Non può sfuggire che il legislatore, nella disposizione interpretativa, ha operato un’estensione riferendosi non ai soggetti – come la norma principale – ma agli “oggetti” (gli immobili), creando un cortocircuito con il principio delle categorie omogenee di cui al comma 2, articolo 6-bis, del Dl 23/2020. Tale disposizione prevede che la rivalutazione debba riguardare tutti i beni appartenenti alla stessa categoria omogenea, concetto disciplinato dall’articolo 4 del Dm 162/2001. La “matrice” tra requisiti soggettivi e oggettivi diventa, a questo punto, estremamente complessa e densa di incognite (si veda Il Sole 24 Ore del 22 giugno scorso).

Il nodo dei beni agevolati

Per la categoria principale dei soggetti ammessi all’agevolazione (imprese Oic operanti nei settori alberghiero e termale, quando sarà chiaro chi vi rientra effettivamente) la rivalutazione dovrebbe poter riguardare i beni d’impresa (immobilizzati) e le partecipazioni “per categoria omogenea”. Ma “tutti” i beni o solo quelli destinati ad albergo/terme?

E come si devono comportare le imprese che affittano l’azienda alberghiera ma dispongono anche di altre aziende (affittate o meno)? O quelle che locano l’immobile alberghiero ma dispongono di altri beni immobili strumentali per natura, usati direttamente o concessi a loro volta in locazione (ad esempio, negozi)? Ci sarebbero due soluzioni estreme: consentire a questi soggetti una rivalutazione gratuita indiscriminata, anche per i beni che nulla hanno a che fare con l’attività alberghiera; oppure “costringerli” a una rivalutazione onerosa (con il dubbio peraltro sull’aliquota applicabile ai beni diversi dall’albergo). Un’interpretazione plausibile starebbe nel mezzo: gli immobili a destinazione alberghiera concessi in affitto d’azienda o in locazione a soggetti operanti nel settore alberghiero e termale costituiscono una nuova “categoria omogenea”, aggiuntiva rispetto a quelle definite dall’articolo 4 del decreto 162/2021. Vedremo se sarà la soluzione sposata dalle Entrate.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948

