

# Economia

ECONOMIALECCO@LAPROVINCIA.IT  
Tel. 0341.599.064

ECONOMIASONDRIO@LAPROVINCIA.IT  
Tel. 0342.211227



Un'immagine del forno inceneritore di Valmadrera



La presidente Francesca Rota e il direttore Pietro Antonio D'Alema

## Il bilancio di Silea Ricavi su del 25% e utile a 6,2 milioni

**Municipalizzata.** Positivi i dati del conto economico  
L'aumento del fatturato deriva dalla vendita di energia  
e dalla valorizzazione della raccolta differenziata

CHRISTIAN DOZIO  
LECCO

Un utile netto di 6,2 milioni di euro, quasi raddoppiato rispetto al 2021, rispetto al quale è cresciuto di 2,9 milioni di euro.

Silea continua a crescere in modo deciso e a confermarlo sono giunti i numeri del bilancio 2022, approvato in occasione dell'assemblea che ha riunito gli 87 Comuni soci nella sede di Valmadrera.

Un percorso, quello che sta caratterizzando la società or-

mai da anni, che si articola non soltanto in risultati di rilievo (nel 2022 la redditività operativa è migliorata sia a livello di margine operativo lordo, pari al 24% - rispetto al 17% del 2021 - sia a livello di risultato operativo, pari al 17% - rispetto all'11% del 2021) ma anche in una serie di progetti importanti, tra i quali spicca naturalmente il teleriscaldamento.

A segnare un importante incremento sono in primo luogo i ricavi, aumentati del 25% rispetto all'anno precedente e

composti per il 38% da proventi riferiti ai servizi di igiene urbana e raccolta differenziata, per il 34% servizi di trattamento rifiuti, per il 16% da vendita di energia elettrica e per la restante quota pari al 12% dalla valorizzazione dei materiali della raccolta differenziata.

### Misurazione

«La nostra sostenibilità finanziaria - ha commentato la presidente Francesca Rota - è il riflesso dei risultati ambientali raggiunti, grazie ai nuovi im-

pianti ed alla raccolta differenziata che ha toccato il 77%».

Approfondendo il tema dei risultati ambientali citati dalla presidente, nel bacino Silea la quota di differenziazione sta aumentando regolarmente. Basti pensare che nel 2021 la percentuale di raccolta differenziata era pari al 73,7% e nel 2020 al 71,8%. Un balzo in avanti di oltre 5 punti percentuali in due anni ottenuto grazie all'introduzione della misurazione puntuale dei rifiuti in 52 comuni, per un totale di oltre 250mila cittadini.

### Particolare

Nel corso dell'ultimo anno, in particolare, è aumentata del 25% la raccolta differenziata di plastica e metalli. «Puntiamo - ha aggiunto Rota - a raggiungere la soglia di 80% di raccolta differenziata nell'intero bacino servito. Un traguardo che siamo già riusciti a superare abbondantemente in 32 comuni, dove è attiva la misurazione puntuale dei rifiuti».

Tornando ai dati di bilancio sottoposti positivamente al giudizio dell'assemblea di ieri, che ha deliberato la distribuzione agli 87 Comuni soci di dividendi per un totale di circa 1,5 milioni di euro, la presidente rimarca che «è un risultato di grande va-

### Gli investimenti

## L'impianto di Seruso all'avanguardia

**Il 2022 è stato per Silea un anno di importanti traguardi e investimenti per lo sviluppo impiantistico. È stato avviato il nuovo impianto Seruso per il riciclo dei materiali - un'eccellenza nazionale per il recupero di plastica e metalli, che tratta la frazione riciclabile del 10% dei cittadini lombardi - ed il nuovo impianto di trattamento dei fanghi di depurazione, in grado di garantire la piena autosufficienza del territorio e di mettere in sicurezza tutte le fasi del ciclo idrico integrato.**

**Sono inoltre stati avviati altri cantieri - per un valore di ulteriori 61 milioni di euro - finalizzati alla realizzazione del nuovo digestore anaerobico per la produzione di biometano (12 milioni di euro di investimento) ad Annone di Brianza e per la nuova rete di teleriscaldamento (49 milioni di euro di investimento) nei comuni di Lecco, Malgrate e Valmadrera che permetterà di recuperare i cascami termici ora dissipati.** C. DOZ

lore, che conferma il trend di crescita positivo che stiamo registrando anno dopo anno, tanto nelle performance economiche quanto nei traguardi ambientali. Silea - ha spiegato la presidente - è un'azienda in continua espansione ed in continua evoluzione: nel 2022 abbiamo consolidato lo sviluppo dell'economia circolare grazie alla realizzazione di nuovi impianti tecnologici per il recupero di materia ed abbiamo dato il via a cantieri e progetti - il teleriscaldamento, il nuovo digestore anaerobico, il nuovo parco solare nell'ex cava di Alpetto - che potenzieranno il nostro ruolo di produttori di energia green».

Il direttore generale Pietro Antonio D'Alema, invece, si è soffermato sul fatto che «complessivamente il valore della produzione è cresciuto del 25% rispetto al 2021. In questo bilancio comincia a riflettersi il nuovo posizionamento strategico di Silea: i ricavi da valorizzazione dei materiali riciclabili rappresentano infatti il 12% del nostro fatturato e la vendita di energia il 16%. Abbiamo inoltre aumentato il volume e la gamma dei servizi erogati ai Comuni che, a tariffe invariate, sono cresciuti del 6%».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Progetti nel segno dell'economia circolare e sempre più integrati in una rete digitale

Nella progettualità che sta interessando i tecnici degli uffici di Silea, un ruolo importante è anche quello rivestito dal Piano nazionale di ripresa e resilienza.

Sono infatti 62 i progetti finanziati con i fondi del Pnrr per l'economia circolare: con circa 20 milioni di euro complessivi (pari all'8,1% di tutti i contributi destinati al Nord Italia dalla linea di intervento di "miglioramento e meccanizzazione della rete di raccolta differenziata

dei rifiuti urbani") si andrà infatti a realizzare opere in 59 diversi territori comunali della provincia di Lecco.

Andando ad approfondire le caratteristiche e i contenuti di questi progetti, 45 riguardano il restyling e potenziamento tecnologico dei centri di raccolta comunali, con l'obiettivo di trasformarli in "riciclerie 4.0" ad alto tasso di innovazione.

A questi si aggiungono investimenti per l'automazione delle raccolte differenziate: isole

ecologiche ad accesso controllato, postazioni di conferimento interrate, cestini compattatori dotati di sensori volumetrici, distributori automatici di sacchi. Il tutto gestito da un'unica infrastruttura informatica, indispensabile per rilevare i dati e monitorare i servizi.

Si proseguirà inoltre nel lavoro intrapreso ormai da anni nella valorizzazione delle località che vantano una marcata attrattività turistica. Sono infatti previsti specifici interventi

su misura per la gestione dei rifiuti di visitatori e villeggianti, che a volte rappresentano difficoltà gestionali per i territori che li accolgono. Accanto a queste opere, l'azienda procederà anche con l'ulteriore sviluppo della rete dei centri del riuso.

Silea, che nelle scorse settimane ha già curato e coordinato la presentazione delle domande di accesso ai fondi, si sta ora occupando dell'espletamento delle gare per l'avvio e l'esecuzione dei lavori. C. DOZ



L'innovativo impianto Seruso a Verderio per il recupero della plastica

# «Sangalli ha dato voce a tutti noi»

**Confcommercio.** Una delegazione guidata dal presidente Antonio Peccati ha partecipato all'assemblea nazionale Peppino Ciresa: «Le assise hanno messo a fuoco i problemi della categoria», Severino Beri: «Lotta all'abusivismo»

MARIA G. DELLA VECCHIA  
LECCO

«L'assemblea annuale è sempre un appuntamento di grande rilevanza. Sono contento della risposta da parte dei commercianti e dei territori. Il lungo applauso finale ha sancito un sentimento comune verso quanto fatto da Confcommercio, ma anche verso questa stagione economica di ripresa, pur nelle difficoltà, con un Governo che sembra attento alle nostre esigenze».

Lo afferma il presidente di Confcommercio Lecco, Antonio Peccati, presente con la delegazione lecchese all'assemblea nazionale dell'associazione che si è tenuta a Roma.

## Numeroso

Sono stati numerosi i temi che hanno coinvolto gli imprenditori presenti, dalla crescita differenziata di Pil e consumi fra Nord e Sud spinta anche da un calo demografico che a fine 2023 registrerà in Italia un milione di persone in meno, di cui la metà al Sud, rispetto al 2019 alla tenuta di un settore, quello del terziario commerciale, che nel Paese resta comunque più vivo che mai. Ma si è parlato anche, sia riferendo i dati della "Nota sulle economie regionali" sia nell'intervento del presidente Carlo Sangalli, di transizione ecologica e di una crisi economica che ha pesantemente colpito i settori del commercio, alle prese anche con una carenza di personale nelle attività del turismo e del commercio. E, ancora, di contratto nazionale del terziario, di Pnrr, di rallentamento negli investimenti privati.

Fra i riscontri più sentiti in sala quelli relativi al passaggio di Sangalli sulla necessità di tenere insieme semplificazione e legali-



Sangalli durante la relazione

tà, sulle azioni di contrasto ad abusivismo e contraffazione e sulla moneta elettronica: «Siamo da sempre favorevoli - ha detto in proposito Sangalli - ma bisogna abbassare costi dei Pos e serve più trasparenza delle commissioni».

Per il direttore di Confcommercio Lecco, Alberto Riva, quella di Sangalli «è stata una relazione molto bella che ha affrontato temi centrali per i commercianti: dalle preoccupazioni per la mancanza di manodopera ai timori per le tasse, passando per le riforme e gli interventi strutturali che attendiamo da anni. In quest'ottica non possiamo che apprezzare l'atteggiamento del ministro Urso e gli sforzi messi in atto finora dal Governo per venire incontro alle nostre richieste».

Per Peppino Ciresa, ex presidente di Confcommercio Lecco

**Ferruccio Adamoli:**  
«Abbiamo passato in rassegna le varie prospettive»

e ora presente in giunta, «è stata un'assemblea molto partecipata caratterizzata da due interventi articolati e significativi. Il presidente Sangalli ha fatto un discorso a 360° di grande lucidità. Ho ascoltato un ministro Urso davvero molto determinato: se dovesse fare anche solo metà di quanto dichiarato sarebbe molto positivo per il nostro mondo».

## Classico

Secondo Severino Beri, vicepresidente Confcommercio Lecco e presidente Federalberghi «è stato un classico intervento del presidente Sangalli, un intervento che conferma la bontà delle nostre iniziative. Ha rimarcato temi che da anni chiediamo, come il rispetto delle regole nel nostro settore per chi affitta un appartamento. Occorre contrastare quella concorrenza sleale che penalizza noi albergatori, che eroghiamo servizi di alta fascia confrontandoci con realtà che si sottraggono alle norme esistenti».

Per Cristina Valsecchi, presidente Zona Valle San Martino e componente della giunta, «il momento dell'assemblea è sempre molto significativo. Mi sono piaciuti l'approccio e la determinazione del ministro: le sue parole danno sicurezza sul futuro e trasmettono positività», mentre Ferruccio Adamoli, presidente Zona Lago, ricorda che «nella sua relazione il presidente Sangalli ha passato in rassegna tutte le problematiche e ha toccato tutti gli argomenti: ora ci aspettiamo risposte. Il Governo sta facendo molto per andare incontro a queste esigenze, quindi siamo fiduciosi. Per i commercianti c'è aria nuova come non accadeva da tempo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La delegazione di Confcommercio Lecco che ha partecipato all'assemblea nazionale a Roma

## Il saluto di Mattarella: «Siete motori di crescita»

L'assemblea generale 2023 di Confcommercio si è tenuta a Roma, nell'Auditorium Conciliazione.

La giornata che ha preso il via con un messaggio del presidente della Repubblica, Sergio Mattarella che ha ricordato come il commercio, il turismo, i servizi, i trasporti siano «comparti che contribuiscono significativamente alla realizzazione di uno sviluppo equilibrato, sostenibile e inclusivo a vantaggio di una so-

cietà più coesa e delle generazioni presenti e future. Sono settori della vita economica che concorrono al progresso della Repubblica».

I lavori sono proseguiti con l'intervento del presidente nazionale dell'associazione, Carlo Sangalli. Presenti fra gli altri anche il ministro delle Imprese e del Made in Italy Adolfo Urso. Per la delegazione di Confcommercio Lecco guidata dal presidente Antonio Peccati e dal di-

rettore Alberto Riva erano presenti i componenti di giunta Severino Beri (vicepresidente), Peppino Ciresa e Cristina Valsecchi, e dai consiglieri Raffaella Beri, Giuseppina Gallarati, Ferruccio Adamoli, Giulio Bonaiti, Marco Caterisano, Lucio Corti, Luca Spreafico, Roberto Tentori.

Nel corso dell'incontro l'ufficio studi di Confcommercio ha presentato la "Nota sulle economie regionali" nella quale si stima una crescita dell'1,2% per i Pil nazionale nel corso di quest'anno, mentre nel Sud Italia l'aumento previsto (+0,5%) è di quasi tre volte inferiore rispetto al Nord (+1,4%). **M. Del.**

## «Resta la carenza di lavoratori È un problema per le aziende»

### Il bilancio

Al termine dei lavori assembleari unanimi i commenti positivi dei lecchesi

Reazioni positive da presidenti di categoria e consiglieri di Confcommercio Lecco su diversi passaggi degli interventi del presidente nazionale Carlo Sangalli e del ministro delle Imprese e del Made in Italy Adolfo Urso.

La presidente degli orafi, Giuseppina Gallarati, si dice soddisfatta di un'assemblea dalla quale «arriva un messaggio forte e chiaro che conferma la presenza autorevole di Confcommercio». Reazioni positive dai commercianti anche all'intervento di Urso che fra l'altro a proposito della difficoltà

segnalata dalle imprese nel trovare personale ha ricordato come sia «importante che i giovani tornino a capire che ci si realizza anche con il lavoro» e che «tre milioni di persone non lavorano, non studiano e non cercano occupazione».

Un problema, quello dei Net, sottolineato anche da Sangalli che l'ha definito «una vera emergenza», citando le parole di don Milani per cui «se si perdono i più fragili la scuola diventa un ospedale che cura i sani e respinge i malati». Per Sangalli «occorre intervenire per colmare la distanza tra formazione ed esigenze delle imprese, così come per programmare adeguati flussi di lavoratori immigrati». E ha aggiunto, si deve, «mettere al centro le persone che anche nelle stagioni più complicate costruiscono la spe-



La delegazione lecchese in platea a Roma

ranza e il nostro futuro». Apprezzato da tutti, in apertura dell'intervento di Sangalli, il passaggio in solidarietà delle popolazioni dell'Emilia Romagna, della Toscana e delle Marche colpite dall'alluvione, un passaggio che per Luca Spreafico, presidente della categoria "prodotti informatici" di Confcommercio Lecco, «mostra la grande attenzione alle persone e alle comunità da parte di Confcommercio».

Per Marco Caterisano, presidente Fipe (che associa gli esercenti pubblici in Confcommercio) quella di Sangalli è stata «un'analisi condivisibile: chiaramente il passaggio sulla difficoltà di trovare personale e sulla carenza di manodopera nel turismo e nel commercio mi è parso particolarmente significativo perché di grande urgenza. Così come centrale è la questione del calo dei consumi dovuto all'inflazione. La platea ha dimostrato di gradire anche le parole del ministro Urso, la sua concretezza e il suo orgoglio nell'elencare i numeri positivi dell'Italia».

Fra i consiglieri dell'associa-

zione lecchese Luigi Corti spiega di aver apprezzato «il passaggio relativo agli agenti relativo all'aggravio fiscale sulla benzina. Speriamo che ci sia qualche intervento concreto da parte del Governo, anche sul fronte dell'acquisto auto che per noi è un ufficio anzi quasi una seconda casa».

A Giulio Bonaiti (consigliere) è «piaciuta molto l'energia che il presidente riesce sempre a trasmettere. Un discorso pieno di contenuti, fatto sempre con una grinta encomiabile. Così come ho apprezzato l'intervento del ministro Urso e il suo approccio propositivo senza piangersi addosso».

Per Roberto Tentori, presidente dei grossisti alimentari, «il presidente Sangalli è sempre il numero uno come carisma. Mi è piaciuto l'intervento del ministro Urso: fa piacere sentire numeri positivi per l'Italia». Idem per Raffaella Beri, presidente del gruppo fioristi: «Per me è stata la prima esperienza a una assemblea nazionale di Confcommercio. Molto interessante: il presidente Sangalli è davvero carismatico». **M. Del.**

DALLE ECCELLENZE DEL MADE IN ITALY ALLE PMI CHE SI SONO DISTINTE CON LE LORO ATTIVITÀ

# La migliore Italia a Shanghai

*Alla 12<sup>a</sup> edizione dei Panda d'Oro la Camera di Commercio italiana in Cina premia le strategie e i risultati ottenuti dopo il Covid da 15 aziende tricolori attive nel Paese asiatico*

DI SILVIA VALENTE

La Cina si conferma sempre di più un mercato strategico per le imprese italiane, come dimostrato dai dati sull'interscambio commerciale che nel 2022 ha raggiunto quota 74 miliardi di euro, con una crescita del 36% su base annua. In particolare, grande importanza è ricoperta dagli scambi bilaterali con Shanghai, pari a 16,1 miliardi di dollari nel 2022, valore che garantisce all'Italia il primo posto tra i Paesi dell'Ue. Proprio su questa consapevolezza è stata strutturata la 12esima edizione della cerimonia dei Panda d'Oro che vuole premiare il lavoro e le strategie d'impresa oltre che i risultati che le aziende italiane hanno saputo portare avanti nella loro attività in Cina, e soprattutto nell'area di Shanghai.

All'evento, organizzato dalla Camera di Commercio Italiana in Cina, con il supporto dell'Ambasciata d'Italia e del Consolato Generale d'Italia a Shanghai, e con la partnership media di Class Editori, hanno partecipato oltre 530 tra aziende, imprenditori, soci e amici della Camera nonché i rappresentanti di istituzioni italiane e cinesi. Tra questi l'Ambasciatore d'Italia in Cina, S.E. Massimo Ambrosetti e la Vicedirettrice dello Shanghai Commission of Commerce, Mme. Zhu Yi; come anche la Console Generale d'Italia a Shanghai, Tiziana D'Angelo e il Direttore dell'isti-

tuto per il Commercio Estero, Gianpaolo Bruno.

Le protagoniste assolute della serata sono state però le 22 aziende italiane che hanno partecipato alla gara, di cui 15 sono state premiate in 10 diverse categorie. Il premio **Made in Italy** è stato assegnato a GbMax, che dal 2007 commercializza i prodotti MaxMara in Cina, rappresentando un esempio di qualità italiana nel settore della moda.

Nella categoria **Resilienza**, dedicata alle aziende italiane che hanno perseguito risultati proficui nonostante le turbolenze dell'ambiente commerciale condizionato dalla pandemia, sono state premiate ben tre aziende: Bracco Sine Pharmaceutical, Faam China e Savino del Bene. Nella **Gestione della Crisi** ha invece trionfato l'azienda agroalimentare Isu, in quanto dopo aver perso metà della base clienti a causa del blocco di Shanghai è riuscita da giugno 2022 ad aprile 2023 a ricostruire la sua quota di mercato pre-lockdown.

Anche il Panda d'Oro per l'**Innovazione** è stato assegnato in ex-aequo a tre aziende: Comau (parte del gruppo Stellantis), Icona Design Group, specializzato nella produzione di veicoli a guida autonoma, e Pirelli che ha aperto il «Pirelli APAC R&D Innovation Center» a Yanzhou, nella provincia dello Shandong.

Ad aggiudicarsi il premio **Responsabilità Sociale d'Impresa** è stata l'Eni, ormai da tempo un'azienda leader nella transi-

zione energetica e alla continua ricerca della trasformazione delle risorse tradizionali in bio e green power.

La categoria **Migliore piccola-media impresa** è stata vinta da due aziende localizzate nell'area di Suzhou, la Carel e la Pelliconi. La prima si occupa di soluzioni di controllo per aria condizionata, refrigerazione e riscaldamento mentre la seconda produce tappi per l'industria agroalimentare.

Nell'edizione di quest'anno sono state inoltre aggiunte due nuove categorie, ossia **Educazione e Formazione** per cui è stata premiata la Nuova Accademia delle Belle Arti e **Miglior posto di Lavoro** che ha visto trionfare l'azienda specializzata in risorse umane Kilpatrick.

Infine del **Panda d'Oro 2023** vero e proprio è stato insignito il gruppo Radici, fornitore mondiale di poliammide e poliestere, che puntando su ricerca e sviluppo ha aumentato del 17% la sua profittabilità e reso il 2022 il suo anno migliore.

A tutti questi premi per aziende italiane è stato infine affiancato un riconoscimento dedicato all'**Amicizia** con un'azienda cinese riconosciuto alla Hantang Culture, uno dei gruppi media e di comunicazione leader in Cina, che collabora da anni con molti brand del Made in Italy e con la Fondazione Altagamma, di cui è diventato il primo International Honorary Member. (riproduzione riservata)



MF FOCUS

# Il futuro dell'assicurazione imprese è scritto nei metadati

Con un vasto ecosistema di dati e analisi innovative sulle dimensioni ESG, CRIF supporta le compagnie nel potenziare le tecniche di pricing e underwriting. Le aziende più sostenibili mostrano un Loss Ratio inferiore del 50% rispetto alla media di portafoglio

**O**rmai da diversi anni le imprese, con particolare riferimento alle PMI, sono al centro degli obiettivi commerciali delle compagnie assicurative, costantemente alla ricerca di nuovi profit pool in area Property & Casualty in uno scenario in cui il business Auto è segnato da pressioni competitive e margini risicati. Questo segmento di clientela nel nostro paese sembra offrire grandi opportunità di sviluppo, essendo caratterizzato da una diffusa sottoassicurazione pur in presenza di rischi significativi, come testimoniato dai rischi fisici connessi agli evidenti, drammatici cambiamenti climatici in corso. Secondo lo studio «Next Level for Insurance – SME Segment», realizzato da CRIF in collaborazione con Nomisma, **quasi il 40% delle PMI italiane è attualmente senza copertura assicurativa.**

«A una domanda contenuta da parte delle imprese corrisponde un'offerta assicurativa non sempre adeguata, con processi assuntivi ancora troppo spesso poco digitali e un pricing non sufficientemente raffinato. In particolare le compagnie, attraverso una filiera che comprende agenti e broker, investono ancora molto tempo nella raccolta di informazioni sull'azienda da assicurare, utilizzando corposi questionari e non di rado ispezioni sul campo. Si tratta di un approccio oneroso, che risulta giustificato solo per le aziende di grandi dimensioni, con bisogni assicurativi complessi e peculiari» – spiega **Giuseppe Dosi, Head of**

**Insurance di CRIF.** L'analisi del tessuto imprenditoriale italiano mostra però una realtà in cui le grandi aziende sono solo una piccola minoranza, a fronte di un enorme numero di operatori economici piccoli o piccolissimi. Degli oltre 5 milioni di imprese italiane infatti solo un 5% ha più di 9 dipendenti, il resto è piccola impresa, con un numero elevatissimo di ditte individuali. Un target così fortemente connotato e frammentato, con bisogni assicurativi per lo più standard e capacità di spesa contenuta, richiede necessariamente un approccio industriale, digitale e fortemente automatizzato che massimizzi i margini operativi. **«La disponibilità di dati sulle imprese, di facile accesso e qualità elevata, assume in questo senso una rilevanza cruciale.** Oggi, a fronte della sola partita IVA, è possibile acquisire automaticamente in tempo reale un gran numero di informazioni su ciascuna azienda, utili per il pricing e l'underwriting. Si tratta non solo di informazioni tradizionali – come le visure camerale, i dati catastali o quelli economico-finanziari del bilancio (per le aziende tenute a depositarlo) – ma anche di dimensioni di analisi innovative, quanto meno dal punto di vista dell'utilizzo assicurativo. La conoscenza dell'azienda si arricchisce così, ad esempio, di elementi come l'andamento dei pagamenti commerciali, l'affidabilità creditizia, la valutazione delle dimensioni ESG (Environmental, Social e Governance), l'esposizione al rischio cyber, la propensione



Superficie 100 %

all'innovazione e all'export e molto altro ancora» – continua Dosi.

01948

La disponibilità di queste nuove variabili apre ampie prospettive per il **miglioramento del pricing e dell'underwriting, abilitando vantaggi competitivi** considerevoli per le compagnie. Sotto questo aspetto, se la correlazione inversa fra affidabilità creditizia e sinistrosità è da tempo ben nota, emergono ora nuove e interessanti evidenze che riguardano, ad esempio, i dati della **sostenibilità dell'azienda**. Ad esempio, le aziende con certificazione ISO14001 per la **gestione ambientale** presentano una sinistrosità due volte inferiore alla media. Allo stesso modo, per quanto riguarda gli **aspetti social e quelli di governance**, le aziende certificate ISO18001 per la salute e la sicurezza dei lavoratori, così come quelle che si avvalgono di una società di revisione del bilancio, mostrano performance assicurative nettamente migliori, con una rischiosità inferiore fino a due o tre volte alla media. Test effettuati applicando lo Score ESG sintetico di CRIF alle aziende presenti nei portafogli di un pool di compagnie mostrano risultati incontrovertibili: **le aziende con la migliore valutazione di sostenibilità presentano un Loss Ratio del**

## 50% inferiore alla media di portafoglio.

01948

«Grazie a una conoscenza approfondita delle caratteristiche ESG delle aziende, sia clienti che prospect, le compagnie assicurative possono quindi migliorare concretamente la selezione della clientela, premiando attraverso il pricing le aziende che hanno fatto scelte chiare di sostenibilità e aumentando allo stesso tempo competitività e margini» – commenta Dosi. «Un altro esempio di come l'utilizzo avanzato dei dati può portare benefici al business assicurativo sulle imprese è **l'attenta considerazione del territorio** in cui l'azienda opera, adottando una vista ad 'alta risoluzione' che spinge la granularità dell'analisi di molteplici dati geo-spaziali fino alla singola cella censuaria. Questo permette di evidenziare, per determinati rischi, differenze significative tra aziende simili e fisicamente vicine tra loro».

Il futuro dell'assicurazione imprese, dunque, è scritto nei dati, o meglio nei **Metadati**. Da trent'anni leader nella data industry, CRIF mette a disposizione una combinazione unica di informazioni di qualità, data science per l'elaborazione di analytics avanzati, piattaforme tecnologiche e servizi specializzati in outsourcing. Questi sono gli asset distintivi alla base dei CRIF Metadati, che supportano già oltre 600 compagnie in 50 paesi nel mondo per fronteggiare con successo le sfide presenti e future.



Giuseppe Dosi, Head of Insurance di CRIF

Tutti i dati e le informazioni contenuti nel presente focus sono stati forniti dal cliente, che ne garantisce la correttezza e veridicità, a soli fini informativi

**BREVI**

01948 **Il Fondo europeo per gli investimenti, sostenuto dal programma InvestEU, ha firmato tre nuovi accordi con Endeke SGR, Banca Cassa di Risparmio di Savigliano S.p.A. e Azimut Investment SA per un valore totale di 88 milioni di € a sostegno della transizione verde e delle piccole e medie imprese in Italia.**

—● Riproduzione riservata —■

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - L.1601 - T.1674



Superficie 3 %

Molte piccole e medie imprese pianificano una piattaforma online: strategica per il business

01948

01948

# Mai più senza un e-commerce

## Per i pagamenti, la tendenza verso smartphone e dispositivi

Il 50,4% delle imprese già oggi utilizza l'e-commerce per vendere

DI MATTEO RIZZI

**E**-commerce, una miniera d'oro per le piccole e medie imprese. Secondo i risultati della ricerca «Step into the Next Economy: il digitale come leva strategica per il futuro delle pmi», condotta in collaborazione con AstraRicerche e presentata durante il Mastercard Innovation Forum 2023, oltre l'80% delle pmi intervistate (su un campione di 804) utilizzerà in futuro una piattaforma di vendita online. Il 50,4% delle imprese a oggi già utilizza l'e-commerce per vendere i propri prodotti o servizi, ma il 32,1% che attualmente non se ne avvale non esclude di farlo. Il 65,7% di chi vende online (2 su 3) lo ritiene comunque una leva strategica per il proprio business. La preferenza è per i siti web di proprietà (35,1%) rispetto ai marketplace di terze parti (15,3%).

**Per quanto riguarda l'acquisizione** degli ordini online, il metodo più diffuso è quello dei siti web (73,3%), seguito da canali più tradizionali utilizzati principalmente da realtà di dimensioni più contenute, come WhatsApp/Telegram (32,8%), telefono (25,9%) e Sms (17%). Per la consegna dei prodotti, la tendenza più comune è quella di affidarsi a servizi di consegna esterni (46,9%), seguita dal ritiro dei prodotti da parte dei clienti presso i punti vendita (41,5%) - sottolineando l'importanza delle modalità di acquisto «phygital» - e infine dalla consegna diretta effettuata dai rivenditori stessi (39%).

**Ma c'è la volontà di fare di più** per le attività online. Oltre la metà delle imprese (59%) è interessata a conoscere meglio le diverse soluzioni digitali disponibili sul mercato, con una buona percentuale di real-

tà che ha già utilizzato soluzioni come siti web e piattaforme e-commerce avanzate (68,5%), soluzioni di sicurezza informatica (68%), strumenti digitali (64,4%), analisi dei dati (58%) e intelligenza artificiale generativa (51,7%).

C'è una grande consapevolezza dei temi digitali tra le pmi. Secondo la ricerca, infatti, il 43,4% è molto coinvolto nei temi della digitalizzazione e dell'innovazione, e il 39,1% si mostra fiero e orgoglioso delle proprie iniziative. Tuttavia, quando si tratta di valutare concretamente il livello attuale di digitalizzazione delle proprie attività, il 24,5% degli intervistati si considera ancora indietro, sottolineando le enormi possibilità di miglioramento.

**Passando alle modalità di pagamento**, le transazioni in contanti rappresentano ancora la modalità principale (3,54 pagamenti su 10), seguite dai pagamenti con carta di credito o debito (3,02). Se si dovesse scegliere un unico strumento di pagamento, la preferenza delle pmi ricadrebbe sulle carte, che per la prima volta superano i pagamenti in contanti, raggiungendo il 27,9%, seguite da questi ultimi con il 23,3%, e dal 20,7% dei pagamenti tramite smartphone o dispositivi come smartwatch.

**Guardando al medio termine**, i pagamenti tramite smartphone o dispositivi sono in cima alle preferenze delle pmi come metodo di pagamento (48,4% a 3 anni e 44,2% a 10 anni). Seguono i pagamenti con carta di credito o debito come preferenza a 3 anni (45,7%) e a 10 anni (37,7%), e i pagamenti tramite piattaforme web o app collegate direttamente ai conti correnti, rispettivamente con il 33,6% e il 36,1%.

© Riproduzione riservata

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 1948 - L.1601 - T.1601

