Osservatorio sul Merito
Attestato di eccellenza made in Italy
Genio. Merito. Vision.
In allegato alla stampa nazionale

L'ITALIA CHE VOGLIAMO



Arianna Meloni, responsabile della Segreteria politica di Fratelli d'Italia

STABILITÀ E FIDUCIA NEL FUTURO

Arianna Meloni, responsabile della Segreteria politica di Fratelli d'Italia, condivide il racconto del suo percorso iniziato prima ancora che il partito diventasse una forza di governo, tra entusiasmo, sacrifici, impegno quotidiano e un forte senso di appartenenza. Il suo sguardo si sofferma, con soddisfazione, sull'azione del governo che ha riportato l'Italia a credere in sé stessa

>> Segue all'interno

L'Europa cambi rotta

di CG


Carlo Fidanza, capodelegazione di Fratelli d'Italia al Parlamento Europeo

L'Europa è chiamata a ripensare le proprie politiche industriali in un contesto segnato dalla crescente competizione internazionale, dai costi energetici e dal rischio di una progressiva perdita di capacità produttiva. Per Carlo Fidanza, capodelegazione di Fratelli d'Italia al Parlamento Europeo, è necessario un cambio di direzione rispetto alle scelte della precedente legislatura, superando quella che considera un'eccessiva rigidità normativa e ideologica. La tutela del made in Italy, il sostegno alle piccole e medie imprese, la revisione degli strumenti della transizione ambientale e il principio di neutralità tecnologica diventano, nella sua analisi, condizioni essenziali per rilanciare la competitività del sistema produttivo. Dall'automotive alla siderurgia, dalla chimica all'agroalimentare, la sfida è difendere le filiere strategiche, gli investimenti e l'occupazione, costruendo un'Europa capace di competere sui mercati globali senza penalizzare le proprie imprese.

L'Europa si trova di fronte alla sfida di rafforzare la propria autonomia industriale in un contesto di crescente competizione internazionale. Quali politiche ritiene prioritarie per tutelare le eccellenze del made in Italy, sostenere le imprese italiane e garantire condizioni di concorrenza più equilibrate rispetto ai produttori extraeuropei?

«L'Europa non ha più tempo da perdere. L'Ue, soprattutto tra il 2019 e il 2024, si è trasformata in una specie di "dottor Morte" per le sue imprese. L'ipertrofia regolatoria ha raggiunto livelli assurdi e con
la follia del Green .

Il rigore del giornalismo

Giornalista, autrice e volto storico di Porta a Porta, Vittoriana Abate ha attraversato quasi tre decenni di cronaca, inchieste giudiziarie e grandi vicende della storia italiana, maturando un'esperienza professionale che si distingue per rigore, equilibrio e capacità di approfondimento. Accanto a Bruno Vespa ha seguito alcuni dei casi più complessi e dolorosi del nostro Paese, confrontandosi con protagonisti, familiari e persone le cui vite sono state segnate da tragedie profonde. Un lavoro che richiede competenza, attenzione alle fonti e capacità di mantenere la necessaria distanza professionale, senza rinunciare alla sensibilità umana. Per Vittoriana Abate, infatti, raccontare la cronaca significa anche rispettare la memoria delle vittime e non dimenticare chi resta, quando l'attenzione dei media si spegne.

Nel corso della sua carriera ha avuto modo di entrare in contatto con persone, famiglie e protagonisti di vicende che hanno segnato profondamente la loro vita. C'è una storia, tra quelle che ha seguito, che le è rimasta particolarmente nel cuore e che ha cambiato il suo modo di guardare alla realtà o al suo stesso lavoro?

«Ho seguito, a partire dal 1999, per Porta a Porta, moltissimi dei più importanti casi di cronaca che hanno segnato il nostro Paese. Purtroppo, una parte significativa di queste vicende riguarda donne uccise, spesso giovanissime, vittime di femminicidio. Penso alle tante storie che ho raccontato nel corso degli anni, da quelle che hanno coinvolto ragazze come Chiara Gambirasio fino ai casi che hanno profondamente colpito l'opinione pubblica. Nel mio lavoro ho avuto inevitabilmente un contatto diretto con i familiari delle vittime, con gli amici e con tutte le persone che face-


Vittoriana Abate, giornalista, autrice e conduttrice tv e radio

vano parte della loro vita. Sono incontri che lasciano un segno profondo, perché dietro ogni fatto di cronaca ci sono esistenze spezzate.


PIANEGONDA
pianegonda.com
A.I.

GOLFARELLI EDITORE
INTERNATIONAL GROUP

Colophon

Direttore onorario
Raffaele Costa



Direttore responsabile
Renata Gualtieri
renata@golfarellieditore.it

Redazione
Tiziana Achino, Lucrezia Antinori, Tiziana Bongiovanni, Silvia Brundu, Eugenia Campo di Costa, Cinzia Calogero, Anna Di Leo, Cristiana Golfarelli, Simona Langone, Leonardo Lo Gozzo, Michelangelo Marazzita, Guia Montefamelio, Marcello Moratti, Michelangelo Podestà, Alessandro Gallo, Desna Ruscica, Debora Stampone, Giuseppe Tatarella

Hanno collaborato
Ginevra Cavalieri, Gaetano Gemiti, Bianca Raimondi, Guido Anselmi, Angelo Maria Ratti, Fiorella Calò, Francesca Druidi, Francesco Scopelliti, Lorenzo Fumagalli, Gaia Santi, Maria Pia Telese, Linda Zorza, Giada Amerio, Beatrice Guarnieri

Sede
Tel. 051 228807 - Piazza Cavour 2
40124 - Bologna - www.golfarellieditore.it

Relazioni pubbliche
Via del Pozzetto, 1/5 - Roma

Tiratura complessiva: 60.000 copie

Osservatorio sul Merito - Registrazione Tribunale di Bologna n.8644 del 29/01/2025



L'Italia che vogliamo

La responsabile della segreteria politica di Fratelli d'Italia Arianna Meloni sottolinea il valore della militanza, l'importanza del rapporto con i territori e i risultati raggiunti dal governo e indica le priorità per il futuro del Paese



Ci sono percorsi politici che non si esauriscono nei ruoli ricoperti, ma si costruiscono nel tempo, attraverso la militanza, le relazioni personali, le battaglie condivise e la fedeltà a un progetto in cui si è creduto fin dall'inizio. Quello di Arianna Meloni è un cammino profondamente legato alla storia di Fratelli d'Italia, vissuto prima ancora che il partito diventasse una forza di governo, tra entusiasmo, sacrifici, impegno quotidiano e un forte senso di appartenenza. Dalle prime edizioni di Atreju, quando si occupava anche degli aspetti più pratici dell'organizzazione, fino alla responsabilità della segreteria politica, ha attraversato da protagonista la crescita di una comunità che oggi ha raggiunto dimensioni e responsabilità nazionali. Nel suo racconto emerge il valore delle radici, il legame mai interrotto con i militanti e la convinzione che la politica debba continuare a partire dall'ascolto delle persone. Uno sguardo che si allarga poi all'azione del governo, ai risultati raggiunti e alle sfide che attendono il Paese, con la stabilità e la fiducia nel futuro come fili conduttori.

Dagli inizi di Fratelli d'Italia al ruolo di responsabile della segreteria politica, quanto è stato importante il percorso di militanza e quale lavoro sta portando avanti oggi per rafforzare l'organizzazione, il radicamento territoriale e il legame con la comunità del partito?

«Fratelli d'Italia è il partito del radicamento, della militanza, delle idee che vengono dal basso e diventano proposta e azione. Lo ripeto spesso, ma non è un mantra, è la nostra storia. In questi anni mi è capitato spesso di raccontare come abbiamo iniziato a fare politica e quanto spesso mi sia trovata a gestire anche le incombenze pratiche più varie, ad esempio quando organizzavamo le prime edizioni di Atreju. Mi è capitato anche di guidare un camion per le strade strette del centro. La condivisione di un percorso politico fin da giovanissimi è stato un collante e un percorso formativo per la nostra generazione, così come lo è oggi per tantissimi ragazzi di Gioventù Nazionale. Da allora ad oggi molto è cambiato, da piccolo partito all'opposizione siamo diventati il grande partito della nazione, in molti si sono avvicinati e hanno cominciato a sostenere il nostro progetto. Ma non siamo cambiati: il rapporto con la base e con il territorio resta fondamentale. Ancora di più oggi che siamo al governo, siamo stati attenti a non cadere nella trappola di chiuderci dentro i palazzi».

FRATELLI D'ITALIA

È il partito del radicamento, della militanza, delle idee che vengono dal basso e diventano proposta e azione. Anche oggi, al governo, il rapporto con la base e con il territorio resta fondamentale



Uno degli aspetti che caratterizzano il suo impegno è il rapporto diretto con le realtà locali, gli amministratori, i dirigenti e i militanti. Nel suo tour attraverso le regioni ha raccolto esperienze, richieste e proposte che possono diventare anche indicazioni per l'azione di governo. Come si traduce questo ascolto in iniziative concrete e quanto conta valorizzare una classe dirigente competente, preparata e profondamente radicata nei territori?

«Conta moltissimo. La Nazione che vogliamo è quella che sa ascoltare i territori. E credo che lo abbiamo dimostrato attraverso moltissime misure. Valorizzando le aree interne, ad esempio, dando seguito alle istanze dei sindaci in materia di sicurezza e welfare, ma anche di potenziamento delle infrastrutture. Inoltre, benché si racconti qualcosa di diverso, ci siamo occupati moltissimo di sanità. Il nostro fondo sanitario è il più alto di sempre, quest'anno raggiungerà 146 miliardi di euro e sarà ulteriormente rafforzato con la prossima finanziaria. Il dialogo con le regioni è sempre aperto».

Il governo Meloni ha affrontato anni complessi, segnati da tensioni internazionali, difficoltà economiche e forti pressioni sui bilanci pubblici, riuscendo al tempo stesso a portare avanti il programma presentato agli elettori. Quali considera i traguardi più significativi raggiunti finora e in che modo la stabilità politica ha permesso di restituire all'Italia credibilità, capacità di programmazione e nuove prospettive di crescita?

«Uno su tutti: il lavoro. Oggi abbiamo 1,4 milioni di posti di lavoro in più rispetto a quattro anni fa. E sono posti stabili. L'occupazione femminile è cresciuta, sono diminuiti i giovani che non studiano né lavorano. L'Italia è tornata a credere in sé stessa e nel suo futuro. Tutto ciò grazie a un governo e un presidente del consiglio che ha riportato questa Nazione nel posto che merita, al centro dello scacchiere internazionale. Oggi l'Italia è un in-



terlocutore credibile, è una delle democrazie più stabili in Europa e una delle economie che crescono di più nel G7. Nonostante una tempesta perfetta, una legislatura segnata da conflitti internazionali, la chiusura di Hormuz, la conseguente impennata dei prezzi dell'energia, perfino gli attacchi hacker, l'Italia ha

L'ITALIA È TORNATA A CREDERE IN SÉ STESSA E NEL SUO FUTURO

Oggi è un interlocutore credibile, una delle democrazie più stabili in Europa e una delle economie che crescono di più nel G7

Arianna Meloni, responsabile della Segreteria politica di Fratelli d'Italia



tenuto la barra dritta, i conti in ordine e ha saputo guidare l'Europa verso nuovi modelli. Ne dico solo uno: l'immigrazione. Le nostre politiche- accordi con i Paesi d'origine, controllo dei flussi, hub in Paesi terzi per gestire i rimpatri- oggi sono le proposte di molti Stati Ue. Compresi quelli governati dal centrosinistra. Ma potrei parlare della difesa del made in Italy e delle nostre eccellenze, della battaglia contro le follie del Green Deal, su cui abbiamo ottenuto importanti risultati. In questi quattro anni abbiamo sostenuto famiglie, imprese, lavoratori, anche lottando per una maggiore flessibilità in materia energetica e stringendo accordi specifici che hanno permesso di contenere i rincari. Senza mettere le mani nelle tasche degli italiani».

Anzi, tagliando le tasse. C'è invece chi torna a parlare di patrimoniale.

«Tra taglio del cuneo fiscale, riforma dell'Irpef, abolizione del bollo auto che coinvolgerà oltre il 70 per cento delle famiglie, agevolazioni e sgravi per le fasce più deboli e per chi ha figli, ma anche la flat tax per gli autonomi ed altre misure, è stato calcolato un taglio pari a 140 miliardi di euro in cinque anni. Soldi che restano nelle disponibilità dei cittadini, che possono essere reinvestiti, che contribuiscono a rafforzare il potere d'acquisto delle famiglie e a sostenere le assunzioni nelle aziende. A sinistra, dopo aver "scassato i conti" per le generazioni a venire grazie a bonus e mancette elettorali, l'unica ricetta è quella di mettere nuove tasse. La loro idea di redistribuzione della ricchezza è tassare chi produce per regalare il reddito di cittadinanza a chi sta sul divano. No, grazie. Non è questa l'Italia che vogliamo».

Anche sulle spese per la difesa le posizioni sono contrapposte.

«Vede, ho fatto poco fa l'esempio degli attacchi hacker che hanno colpito recentemente la grande distribuzione in tutta Europa, Italia compresa. Ma pensiamo a cosa è successo nei nostri aeroporti e addirittura in migliaia di scuole. Dobbiamo smettere di pensare alla difesa come qualcosa fatto soltanto di caccia, armi, carrarmati. Oggi la difesa è qualcosa di molto più complesso, che interroga i software, la cybersicurezza, l'intelligenza artificiale. Oggi la tecnologia è strettamente connessa alla nostra vita quotidiana, anche se non ce ne rendiamo pienamente conto. Ma pensate se un giorno ci svegliassimo e non funzionassero i treni, i bancomat, i sistemi di monitoraggio dei pazienti in ospedale. Non si tratta di un pericolo remoto: lo abbiamo visto fin nei banchi frigo dei supermercati e nelle scuole dei nostri figli. Dobbiamo essere pronti a difendere il sistema di fronte ad attacchi che sono sempre più frequenti e ibridi. Dobbiamo attrezzarci per difendere la nostra democrazia».

Le riforme istituzionali, dalla legge elettorale al premierato, sono al centro del confronto politico. Quale cambiamento possono portare al Paese e come si inseriscono nel progetto di stabilità e modernizzazione che il governo intende realizzare?

«La stabilità è uno dei principi che guida le nostre riforme. E con la nuova legge elettorale abbiamo fatto un passo verso una nuova stagione: siamo entrati nella Terza Repubblica e Giorgia Meloni è il primo presidente del consiglio. La stabilità è certezza economica: oggi i nostri titoli di Stato sono tra i più appetibili d'Europa, lo spread è più che dimezzato, il che significa che ogni anno risparmiamo miliardi che possiamo investire laddove servono maggiormente, anziché pagarci i rendimenti, le agenzie di rating confermano previsioni di crescita, gli investitori stranieri sono tornati a credere nel nostro sistema economico e industriale. Ma gli italiani stessi sono tornati ad avere fiducia: oggi imprese e piccoli risparmiatori detengono oltre 440 miliardi di euro in titoli di Stato, pari a circa il 14,4 per cento del debito pubblico italiano. Quasi il doppio rispetto al 2021».

Se dovesse dare un titolo all'ultima manovra licenziata dal governo quale sarebbe?

«Una manovra per gli italiani. Sanità, giovani, casa: è una manovra che guarda al futuro, pur facendo i conti con una congiuntura economica sfavorevole. Cresce il fondo sanitario nazionale. Cresce l'attenzione ai giovani, con misure pensate per i neogenitori, come il "salvadanaio" per i nuovi nati, per contrastare il caroaffitti, con l'aliquota all'1 per cento per chi affitta agli under 35 a canone concordato, per incentivare il lavoro. E ci sono risposte anche sulla scuola. Risposte concrete a un disagio che non facciamo finta di non vedere, ma che non può trasformarsi in violenza gratuita in piazza. Perché quello che abbiamo visto a Milano e in altre città non può essere in alcun modo giustificato».

C'è stata una levata di scudi sulla revisione dei posti nel sistema scolastico. Cosa è successo?

«È successo che si fanno meno figli, la popolazione scolastica è in calo da oltre 10 anni e continuerà a scendere nei prossimi 10. La revisione che ha scatenato le polemiche riguarda solo uno zerovirgola di mancato rinnovo del turn over rispetto alla percentuale di docenti che andranno in pensione. Ma la finanziaria è appena arrivata in aula ed è ancora aperta al dibattito parlamentare».

Lo sconto sui testi scolastici digitali ha fatto discutere.

«La proposta nasce da un'esigenza reale e sarà fatto tutto il possibile per tutelare gli editori. Detto questo, ha fatto discutere anche la card da 300 euro dedicata agli over 75 per pagare le prestazioni mediche. Qualcuno ha discusso anche sull'abolizione del bollo auto. Noi continuiamo a lavorare per un'Italia più solidale, più forte e più competitiva». •**Cristiana Golfarelli**


Pineider
FIRENZE 1774



L'Europa cambi rotta

Carlo Fidanza chiede meno vincoli ideologici, neutralità tecnologica e una nuova politica industriale per difendere la competitività europea e il made in Italy



LA VERA SFIDA

Meno burocrazia ideologica, più sostegno alla produzione e tutela delle imprese. Passare dal free trade al fair trade non è protezionismo, ma la condizione per mantenere capacità produttiva in Europa

L'Europa è chiamata a ripensare le proprie politiche industriali in un contesto segnato dalla crescente competizione internazionale, dai costi energetici e dal rischio di una progressiva perdita di capacità produttiva. Per Carlo Fidanza, capodelegazione di Fratelli d'Italia al Parlamento Europeo, è necessario un cambio di direzione rispetto alle scelte della precedente legislatura, superando quella che considera un'eccessiva rigidità normativa e ideologica. La tutela del made in Italy, il sostegno alle piccole e medie imprese, la revisione degli strumenti della transizione ambientale e il principio di neutralità tecnologica diventano, nella sua analisi, condizioni essenziali per rilanciare la competitività del sistema produttivo. Dall'automotive alla siderurgia, dalla chimica all'agroalimentare, la sfida è difendere le filiere strategiche, gli investimenti e l'occupazione, costruendo un'Europa capace di competere sui mercati globali senza penalizzare le proprie imprese.

L'Europa si trova di fronte alla sfida di rafforzare la propria autonomia industriale in un contesto di crescente competizione internazionale. Quali politiche ritiene prioritarie per tutelare le eccellenze del made in Italy, sostenere le imprese italiane e garantire condizioni di concorrenza più equilibrate rispetto ai produttori extraeuropei?

«L'Europa non ha più tempo da perdere. L'Ue, soprattutto tra il 2019 e il 2024, si è trasformata in una specie di "dottor Morte" per le sue imprese. L'ipertrofia regolatoria ha raggiunto livelli assurdi e con la follia del Green Deal i fautori del suicidio industriale europeo hanno tentato il colpo di grazia al nostro sistema produttivo. Se sopravvivremo sarà grazie alla resilienza delle imprese e alla buona politica. Un giorno forse scopriremo ragioni e veri artefici di tutto questo. Uso toni forti perché, quando il buon senso viene violentato così, esclusa l'incompetenza restano l'ideologia o il dolo al servizio di interessi anti-europei. Forse entrambi. È doveroso migliorare i singoli provvedimenti, ma inutile se non si comprende chi ha generato il deficit di competitività e il diluvio di regole autolesioniste denunciati dal rapporto Draghi e, molto prima, da noi. L'Ue ha imposto regole più stringenti e costi più alti, mentre la Cina avanza con sussidi di Stato, centrali a carbone e sovra capacità riversata sui nostri mercati. Altri competitor seguono quel modello. Il risultato è catastrofico. Difendere le nostre eccellenze significa difendere l'Italia: contrastare il dumping commerciale, tutelare le filiere strategiche e sostenere chi crea valore. La sfida è questa: meno burocrazia ideologica, più sostegno alla produzione e tutela delle imprese. Passare dal free trade al fair trade non è protezionismo, ma la condizione per mantenere capacità produttiva in Europa».

Le imprese italiane devono affrontare costi energetici elevati, una crescente pressione competitiva e un quadro normativo europeo spesso complesso. Come dovrebbe cambiare l'approccio dell'Unione europea per favorire gli investimenti, la crescita delle Pmi e la difesa delle filiere strategiche nazionali, conciliando le regole del mercato unico con la necessità di proteggere il sistema produttivo europeo?

«L'Europa è sotto pressione su più fronti e non può più permettersi risposte lente o ideologiche. Le guerre in Ucraina e Medioriente incidono sul costo dell'energia, insieme alle scelte scellerate di Bruxelles. Gli omnibus per la semplificazione vanno nella giusta direzione, ma servono più velocità e coraggio per smontare ciò che penalizza le imprese europee. Fondamentale l'iniziativa del Governo italiano all'ultimo Consiglio europeo per chiedere una profonda revisione dell'Ets, che incide sul prezzo dell'elettricità ed è ormai insostenibile. Combinato con il Cbam diventa una tassa ambientale che mina la competitività e favorisce le delocalizzazioni. Tra il 2013 e il 2024 gran parte del calo delle emissioni è dipesa dalla chiusura delle imprese: gli impianti manifatturieri soggetti a Ets sono diminuiti del 14,6 per cento altri hanno ridotto la produzione. Intanto, come certifica l'Onu, le emissioni europee calano poco mentre quelle globali crescono. Paghiamo un prezzo industriale e sociale enorme senza salvare il mondo. Occorre investire in energia, materie prime critiche e super-intelligenza della robotica umanoide, frenando nuovi oneri burocratici e obblighi di reportistica per le Pmi. Serve anche un'autonomia strategica aperta: imporre forniture quasi esclusivamente europee a ogni settore rischia di danneggiare la competitività. Più produzioni europee dove le filiere sono mature, più gradualità dove servono ancora componenti extra-Ue».

Quale direzione dovrebbero assumere le politiche europee per coniugare gli obiettivi ambientali con la neutralità tecnologica, la sostenibilità economica e la salvaguardia dell'occupazione, evitando che gli oneri della transizione penalizzino soprattutto le aziende italiane?

Carlo Fidanza, capodelegazione di Fratelli d'Italia al Parlamento Europeo



«Il Green Deal della scorsa legislatura, che aveva in Frans Timmermans il suo campione, ha rappresentato un fattore strutturale di perdita di competitività e di desertificazione produttiva per l'industria europea. Sul tema della neutralità tecnologica, né noi in Parlamento né il governo Meloni hanno mai fatto passi indietro. Tutte le tecnologie che consentono di abbattere le emissioni devono essere utilizzabili dalle nostre industrie, senza preclusioni ideologiche. La neutralità tecnologica deve diventare il criterio principale delle politiche industriali europee e non deve solo essere una concessione simbolica, perché altrimenti non andremo lontani. Serve maggiore consapevolezza dell'urgenza del momento che stiamo attraversando».

Ci spieghi meglio.

«Stiamo rischiando decine di migliaia di posti di lavoro e la deindustrializzazione europea. È un tema che riguarda in primis l'automotive ma non solo questo settore: penso a chimica, siderurgia, farmaceutica e persino all'agroalimentare. Questi settori non sono il problema ma parte della soluzione. Sul tema auto siamo riusciti ad aprire una finestra importante rispetto al dogmatismo del "tutto elettrico" al 2035, per salvare l'industria della componentistica e decine di migliaia di posti di lavoro. Ma ora bisogna andare avanti senza tentennamenti e realizzare un reale cambio di passo, per il quale è necessario creare una maggioranza diversa da quella che ha prodotto le scelte tragiche della scorsa legislatura. È impossibile immaginare che chi ha determinato i danni degli ultimi anni, e mi riferisco in primo luogo ai socialisti e ai verdi, possa oggi essere l'artefice del cambio di rotta di cui necessitiamo». • **CG**


PORSCHE DESIGN
Engineered to travel your way.
THE NEW ROADSTER LEATHER EVO
Bric's store
Galleria Vittorio Emanuele II
Milano
Bric's store
Malpensa Airport T1
Milano
Bric's store
Piazza di Spagna, 52
Roma
brics.it

Il rigore del giornalismo

Da quasi 32 anni accanto a Bruno Vespa a *Porta a Porta,* Vittoriana Abate ha costruito un percorso professionale fondato sulla ricerca della verità, sull'equilibrio dell'informazione e sull'attenzione alle persone

Giornalista, autrice e volto storico di *Porta a Porta,* Vittoriana Abate ha attraversato quasi tre decenni di cronaca, inchieste giudiziarie e grandi vicende della storia italiana, maturando un'esperienza professionale che si distingue per rigore, equilibrio e capacità di approfondimento. Accanto a Bruno Vespa ha seguito alcuni dei casi più complessi e dolorosi del nostro Paese, confrontandosi con protagonisti, familiari e persone le cui vite sono state segnate da tragedie profonde. Un lavoro che richiede competenza, attenzione alle fonti e capacità di mantenere la necessaria distanza professionale, senza rinunciare alla sensibilità umana. Per Vittoriana Abate, infatti, raccontare la cronaca significa anche rispettare la memoria delle vittime e non dimenticare chi resta, quando l'attenzione dei media si spegne.

Nel corso della sua carriera ha avuto modo di entrare in contatto con persone, famiglie e protagonisti di vicende che hanno segnato profondamente la loro vita. C'è una storia, tra quelle che ha seguito, che ha cambiato il suo modo di guardare alla realtà o al suo stesso lavoro?

«Ho seguito, a partire dal 1999, per *Porta a Porta,* moltissimi dei più importanti casi di cronaca che hanno segnato il nostro Paese. Purtroppo, una parte significativa di queste vicende riguarda donne uccise, spesso giovanissime, vittime di femminicidio. Penso alle tante storie che ho raccontato nel corso degli anni, da quelle che hanno coinvolto ragazze come Chiara Gambirasio fino ai casi che hanno profondamente colpito l'opinione pubblica. Nel mio lavoro ho avuto inevitabilmente un contatto diretto con i familiari delle vittime, con gli amici e con tutte le persone che facevano parte della loro vita. Sono incontri che lasciano un segno profondo, perché dietro ogni fatto di cronaca ci sono esistenze spezzate, affetti, dolore e famiglie costrette a confrontarsi con una perdita inaccettabile. È proprio questo contatto umano che, al di là della dimensione giornalistica, mi ha insegnato a guardare ogni storia con grande rispetto e sensibilità. Raccontare questi fatti significa anche non dimenticare le persone che ne sono state protagoniste e dare voce a chi, troppo spesso, resta con un dolore impossibile da raccontare».

Quale vicenda le è rimasta più nel cuore?

«La storia di Melania Rea mi è rimasta particolarmente nel cuore. Era una ragazza di 28 anni, molto bella, con un sorriso malinconico e speciale, innamorata del marito e mamma di una bambina di appena 18 mesi. Mi ha colpito profondamente il contrasto tra quella che sembrava una famiglia felice e la terribile realtà che si è poi rivelata. Sono rimasta in contatto con i suoi familiari, persone straordinarie che avevano accolto il marito di Melania come un figlio, fino a quando hanno scoperto la verità. È una vicenda che mi ha lasciato un segno profondo, soprattutto per il dolore di quella famiglia e per la vita spezzata di una giovane donna».



IL COMPITO DI UN GIORNALISTA

«È portare elementi di conoscenza e aiutare a comprendere una vicenda; stabilire responsabilità e formulare giudizi spetta invece alla magistratura. Questa distinzione, insieme al rispetto per tutte le posizioni, è uno dei principi professionali a cui tengo maggiormente»

Quanto è difficile, per una giornalista, conservare la giusta distanza professionale senza perdere la propria sensibilità umana?

«Con il tempo ho imparato a convivere con il coinvolgimento emotivo, perché ci sono storie nelle quali l'aspetto umano non può essere ignorato. La sensibilità, se accompagnata dalla correttezza professionale, rende il racconto più intenso e autentico, senza mai indulgere in dettagli morbosi o inutilmente crudi. La cronaca deve restituire anche la durezza della realtà, ma sempre con rispetto per le vittime e per i loro familiari. Non è facile mantenere la giusta distanza, perché quando racconti un femminicidio ti rendi conto che potrebbe accadere a chiunque, indipendentemente dalla condizione sociale, economica o culturale. È questa consapevolezza che negli anni ha accresciuto la mia sensibilità: dietro queste tragedie non ci sono necessariamente situazioni di degrado o storie già segnate da segnali evidenti. Spesso sono realtà insospettabili, ed è proprio questo a renderle ancora più dolorose e difficili da comprendere».

La giusta distanza quindi come si mantiene?

«La giusta distanza si mantiene innanzitutto attraverso l'equilibrio e la correttezza nel racconto. Ogni vicenda di cronaca segue un suo percorso: prima le indagini, poi il processo e, infine, spesso il silenzio dei media. La memoria, però, resta, e ho sempre cercato di mantenerla viva anche attraverso un semplice gesto, come una telefonata ai familiari delle vittime. Perché il nostro lavoro può finire quando si esaurisce l'interesse mediatico, ma il dolore di chi resta non finisce con la cronaca».

La sua è una carriera costruita attraverso tanti anni di lavoro sul campo, accanto a Bruno Vespa a *Porta a Porta,* seguendo inchieste, processi e grandi avvenimenti della vita italiana. Guardando al suo percorso, quali sono gli insegnamenti professionali e umani che considera più preziosi?

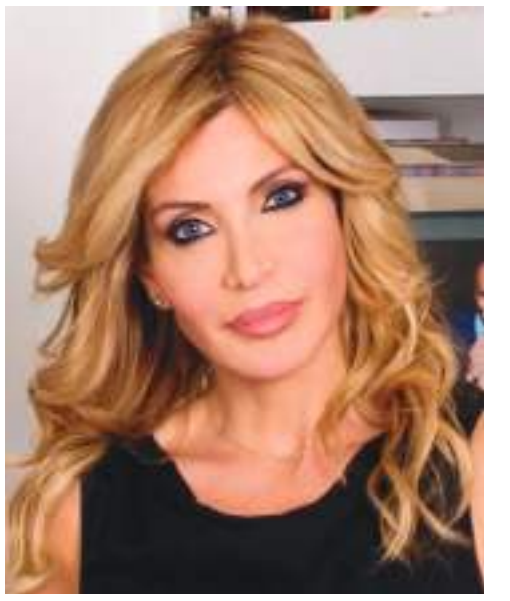
«Lavorare per tanti anni accanto a Bruno Vespa, con il quale collaboro ininterrottamente da quasi 32 anni, è stato un percorso ricco di insegnamenti. Al di là di ogni rapporto professionale, considero fondamentali il rigore, la correttezza, la ricerca delle fonti e, soprattutto, l'equilibrio nel dare voce a tutte le parti coinvolte. Sono principi che abbiamo sempre cercato di rispettare, tanto nella cronaca quanto nella politica. Da Bruno Vespa ho imparato anche l'importanza di non assumere posizioni preconcette, soprattutto quando si affrontano vicende giudiziarie controverse. Il suo ruolo è sempre stato quello di arbitro del confronto, lasciando spazio a interpretazioni anche molto diverse senza orientare il pubblico verso una tesi precostituita. È un insegnamento che considero prezioso anche nel mio lavoro. Quando intervengo come opinionista, le mie valutazioni devono basarsi su fatti, documenti, atti processuali e sentenze, mai su semplici impressioni o percezioni personali. Il compito di un giornalista è portare elementi di conoscenza e aiutare a comprendere una vicenda; stabilire responsabilità e formulare giudizi spetta invece alla magistratura. Questa distinzione, insieme al rispetto per tutte le posizioni, è uno dei principi professionali a cui tengo maggiormente».

Quale nuovo traguardo, progetto o ambizione sente oggi di voler realizzare, anche alla luce delle esperienze maturate come autrice e conduttrice?

«Vorrei poter mettere a frutto, all'interno di un progetto personale, l'esperienza maturata in quasi 32 anni a *Porta a Porta*. Mi piacerebbe realizzare un progetto, televisivo, radiofonico o editoriale, nel quale occuparmi di cronaca, attualità e temi sociali, ambiti che sento particolarmente vicini, mettendo a disposizione del pubblico la mia esperienza e il mio modo di raccontare le storie».

• **Giada Amerio**

Vittoriana Abate, giornalista, autrice e conduttrice tv e radio



POLLINI.COM



POLLINI

Difendere il futuro dell'Occidente

Mario Sechi analizza le radici culturali della civiltà occidentale, le trasformazioni della politica americana e le fragilità dell'alleanza tra Stati Uniti ed Europa, indicando nell'autonomia strategica e nella libertà energetica le sfide decisive per il futuro

Dalle radici greco-romane alla crisi degli equilibri internazionali, l'Occidente è chiamato a ritrovare la propria identità e la forza della cooperazione atlantica. Mario Sechi riflette sulle conseguenze della presidenza Trump e sul rischio di un'Europa sempre più marginale nei nuovi rapporti tra le grandi potenze.

Direttore Sechi, nel suo libro *Occidente o niente. Elogio dell'Atlantismo* lei richiama la necessità di riscoprire il valore dell'identità occidentale in un momento storico in cui gli equilibri internazionali stanno cambiando profondamente. Quali sono le radici storiche e culturali che definiscono l'Occidente e perché oggi è così importante recuperarne la consapevolezza?
«L'Occidente, per come lo intendiamo oggi, è una costruzione storica relativamente recente. I Greci non avevano la percezione di appartenere a un'entità chiamata Occidente: esisteva il loro mondo. Eppure, proprio l'antica Grecia rappresenta uno dei pilastri fondamentali della nostra civiltà. Atene, la filosofia, il pensiero politico, il teatro e l'eredità culturale greca sono ancora oggi parte integrante della nostra identità. Lo stesso vale per Roma, che non aveva una concezione dell'Occidente, ma che con i suoi duemila anni di storia ha contribuito in maniera determinante alla definizione del nostro spazio culturale. A questa eredità si aggiungono altre tappe decisive: Londra, con le sue riforme giuridiche e il pensiero filosofico di autori come Thomas Hobbes, e Parigi, con la Rivoluzione francese del 1789, l'Illuminismo, ma anche la stagione del Terrore e il successivo ciclo della Restaurazione. Sono passaggi diversi, talvolta contraddittori, che hanno contribuito a costruire ciò che oggi chiamiamo Occidente. Una civiltà che non nasce da un singolo evento, ma dall'incontro e dal confronto tra culture, idee e tradizioni».



Al di là delle sue radici storiche, quali sono i valori che rendono riconoscibile l'identità occidentale e che dovrebbero continuare a orientarne il futuro?
«Dietro la costruzione storica dell'Occidente esiste un patrimonio di valori che ne costituisce l'architrave: la centralità della persona, la dignità umana, il rispetto della vita e dei diritti, la libertà, il merito e il riconoscimento del valore delle donne. A questi principi si affiancano una cultura delle regole condivise, la libertà economica, il mercato e il ruolo del capitale come strumenti di sviluppo. Un elemento fondamentale di questa identità è anche la dimensione religiosa. Il cristianesimo, nelle sue tradizioni cattolica e protestante, e l'ebraismo hanno contribuito profondamente a formare la cultura occidentale, diffondendo un sistema di riferimenti morali e spirituali che ha attraversato i secoli. L'Occidente è una galassia immensa di culture, tradizioni e connessioni, ma il suo centro resta un'idea precisa: l'uomo e la sua dignità. Questo non significa escludere la dimensione soprannaturale, tutt'altro. Dio ha rappresentato e continua a rappresentare un riferimento importante nella storia della nostra civiltà. La modernità, con la sua progressiva messa in discussione del rapporto tra uomo e fede, ha aperto interrogativi profondi. Già nella letteratura, basti pensare a Cervantes e al suo Don Chisciotte, troviamo il ritratto di un uomo che si avventura in un mondo nuovo, ma appare disorientato, quasi smarrito, rispetto ai riferimenti che avevano guidato la civiltà precedente. È una delle grandi questioni della modernità e del percorso culturale dell'Occidente».

Dopo le due guerre mondiali, l'Occidente ha trovato nella cooperazione tra Stati Uniti ed Europa una nuova architettura politica, economica e militare. Quanto è ancora attuale quel modello e quali istituzioni dovrebbero essere rilanciate per affrontare le sfide internazionali di oggi?
«Le due guerre mondiali, soprattutto la seconda, hanno sconvolto l'Europa e determinato la nascita di un nuovo assetto politico e istituzionale. La vittoria degli Stati Uniti ha aperto quello che sarebbe stato il secolo americano, dando vita a una comunità di Paesi legati da rapporti di cooperazione. Su questo sistema hanno poggiato la collaborazione tra Washington e le istituzioni europee, la fondazione della Nato e gli accordi del 1944-1945 che hanno posto le basi del nuovo ordine economico e finanziario internazionale. Anche le alleanze nel Pacifico, in particolare quella con il Giappone, un tempo nemico e poi diventato un partner strategico, rispondevano alla necessità di costruire un sistema di equilibri internazionali, guardando anche alla futura posizione della Cina e della Russia. Quell'architettura, che per decenni ha garantito un quadro di cooperazione e stabilità, oggi non esiste più nella forma in cui era stata concepita. L'Unione europea ha progressivamente indebolito il proprio ruolo, mentre le Nazioni Unite, pur rappresentando un riferimento importante, mostrano la necessità di un profondo rilancio. È indispensabile ricostruire una capacità di collaborazione tra le democrazie occidentali, recuperando la consapevolezza di appartenere a una comunità che condivide interessi, valori e responsabilità».



L'OCCIDENTE

Non è soltanto un concetto storico o geografico: è lo spazio culturale e civile nel quale ci muoviamo, la realtà alla quale apparteniamo e attraverso cui interpretiamo il mondo contemporaneo

Nel suo libro trova spazio anche una dimensione personale del racconto.
«Beh sì, non è una riflessione astratta sull'Occidente ma un percorso vissuto attraverso la storia e la cultura. Non c'è una scena del libro che non sia stata, in qualche modo, vissuta. L'Occidente non è soltanto un concetto storico o geografico: è lo spazio culturale e civile nel quale ci muoviamo, la realtà alla quale apparteniamo e attraverso cui interpretiamo il mondo contemporaneo. È questa consapevolezza che dobbiamo ritrovare».

Le elezioni di midterm hanno consegnato ai Democratici il controllo di entrambe le Camere del Congresso, interrompendo il predominio repubblicano a Washington. Siamo di fronte a una bocciatura della presidenza Trump o a un segnale più profondo di cambiamento nella società americana?
«È una domanda complessa, alla quale è difficile rispondere senza considerare le profonde trasformazioni che hanno attraversato la politica americana negli ultimi anni. Nelle mie riflessioni ho individuato almeno tre grandi momenti di rottura. Il primo è rappresentato dall'arrivo di Barack Obama, che ha spezzato gli equilibri interni al Partito Democratico e posto fine all'era dei Clinton. Un secondo momento decisivo è stato l'arrivo di Donald Trump. Figlio di un imprenditore immobiliare di Manhattan, cresciuto negli ambienti dell'alta società newyorkese, uomo d'affari, personaggio televisivo e figura controversa, Trump ha sfidato apertamente l'esta-

blishment repubblicano, imponendosi nel 2016 contro le previsioni di molti osservatori. Come Obama aveva archiviato la stagione dei Clinton, Trump ha chiuso quella dei Bush, dimostrando che anche il Partito Repubblicano poteva essere profondamente trasformato da una leadership estranea ai suoi tradizionali equilibri. Il 2016 è stato un anno di rotture anche in Europa: la Brexit ha segnato il distacco del Regno Unito dal progetto politico europeo, mentre l'ascesa di Emmanuel Macron ha messo in discussione il tradizionale sistema dei partiti francesi, decretando il declino di un altro storico punto di riferimento, quello socialista. Sono tutti segnali di un cambiamento profondo, che ha investito contemporaneamente le democrazie occidentali».

Nel suo secondo mandato Trump si è trovato ad affrontare una situazione internazionale particolarmente complessa. Quanto ha pesato la gestione del conflitto con l'Iran sulle difficoltà della sua presidenza e sul consenso degli elettori americani?

«A mio avviso, Trump ha commesso un errore fondamentale: non aver chiuso subito la partita con l'Iran, nel momento in cui ne aveva la possibilità. Non è un presidente che ama fare la guerra. È, prima di tutto, un negoziatore, un uomo che preferisce trattare piuttosto che ricorrere alla forza militare. È anche una personalità fortemente narcisistica, che desidera essere apprezzata: e la guerra, per definizione, non rende popolari, nemmeno quando si ritiene di avere ragione. Trump ha pensato di poter negoziare con gli iraniani e, quando avrebbe potuto concludere la campagna militare, ha scelto di interromperla, lasciando loro spazio di manovra. Ha sottovalutato la capacità dell'Iran di utilizzare il negoziato a proprio vantaggio, guadagnando tempo e sfruttando le aperture dell'avversario. Il risultato è stato ritrovarsi con un conflitto ancora aperto, senza aver raggiunto una soluzione definitiva».

A questo si è aggiunto il problema economico.

«Sì. L'inflazione ha ripreso a salire, non soltanto per gli effetti sul prezzo del petrolio greggio, ma soprattutto per le difficoltà nella disponibilità dei prodotti raffinati. Il diesel, in particolare, è un elemento essenziale per il funzionamento dell'economia mondiale e la sua carenza ha conseguenze dirette sui costi di trasporto, sulla produzione e sui prezzi. Trump ha finito per pagare il prezzo politico di una guerra non conclusa e delle sue ricadute economiche sulla vita quotidiana degli americani».

La perdita contemporanea della Camera e del Senato rappresenta un risultato particolarmente significativo nella storia elettorale americana. Qual è, dunque, il messaggio che arriva dagli elettori e quali conseguenze può avere sugli equilibri politici dei prossimi anni?

«La perdita di entrambe le Camere costituisce una vera bocciatura politica. Nelle mie ricostruzioni storiche, un risultato di questo tipo si è verificato soltanto sei volte dal 1918 a oggi. È vero che quasi tutti i presidenti americani, nelle elezioni di metà mandato, subiscono una battuta d'arresto e perdono il controllo della Camera oppure del Senato. Ma perdere contemporaneamente entrambe le istituzioni parlamentari è un segnale molto più forte, che indica una perdita significativa di consenso. Per interpretare il risultato occorre individuare con chiarezza le parole chiave. Per Trump sono due: inflazione e guerra. La prima riguarda direttamente il potere d'acquisto delle famiglie e il costo della vita; la seconda evidenzia le difficoltà di una strategia internazionale che non è riuscita a concludere il conflitto con l'Iran. Per spiegare invece il successo dei Democratici, la parola chiave è una sola: Trump. Il voto, infatti, è stato soprattutto un giudizio sul presidente, sulla sua leadership e sulle scelte compiute durante il mandato.

Nel suo libro il rapporto transatlantico assume un valore centrale. In una fase in cui gli Stati Uniti appaiono politicamente divisi e attraversati da profonde tensioni, quali basi possono ancora sostenere un'alleanza solida tra le due sponde dell'Atlantico?

«L'alleanza atlantica non è nata soltanto da una convergenza politica o militare, ma da un'architettura precisa, costruita nel secondo Dopoguerra attraverso accordi e strumenti di cooperazione economica, finanziaria e strategica. Il Piano Marshall, per esempio, ha contribuito alla ricostruzione europea, favorendo la crescita economica, l'integrazione e l'espansione dei mercati. Alla base di quella visione c'era la convinzione che lo sviluppo degli scambi e l'apertura economica potessero favorire anche l'affermazione della democrazia. Quell'impostazione, tuttavia, è stata in parte smentita dall'esperienza cinese: abbiamo visto nascere e svilupparsi una grande economia di mercato senza che a essa corrispondesse un sistema politico libero, ma piuttosto un modello fortemente dirigista, nel quale lo Stato mantiene un controllo pervasivo. Oggi quell'architettura è sottoposta a una pressione crescente. Trump ha manifestato fin dall'inizio dubbi sulla struttura dell'alleanza e, soprattutto, sull'effettivo impegno europeo. Dopo il risultato elettorale, è probabile che queste perplessità aumentino. E bisogna considerare che il problema non riguarda soltanto Trump: anche i Democratici, pur avendo ottenuto una vittoria elettorale, non dispongono ancora di una leadership riconoscibile e di un candidato capace di rappresentare una nuova stagione politica. Hanno vinto soprattutto perché Trump ha perso, non perché sia emersa una figura in grado di guidare il partito verso il futuro».



TRUMP

Ha finito per pagare il prezzo politico di una guerra non conclusa e delle sue ricadute economiche sulla vita quotidiana degli americani

La contemporanea presenza di due conflitti, in Ucraina e in Medio Oriente, sta producendo conseguenze sempre più pesanti sugli equilibri internazionali e sull'economia. Quanto potrebbero influenzare le scelte di Washington e la disponibilità americana a mantenere il proprio impegno strategico in queste aree?

«Trump potrebbe interpretare la sconfitta elettorale come la conferma che gli americani non vogliono essere coinvolti a lungo in conflitti che producono costi economici e politici. Il problema è il combinato disposto delle due guerre e delle loro conseguenze sull'inflazione. In Ucraina, il conflitto continua a generare instabilità e tensioni sulle infrastrutture energetiche, mentre la crisi mediorientale aggiunge un ulteriore elemento di rischio per gli approvvigionamenti. Anche la situazione energetica europea desta preoccupazione. Con l'arrivo dell'inverno e livelli delle scorte di gas inferiori alle aspettative, il protrarsi delle tensioni internazionali potrebbe esporre l'Europa a nuove difficoltà. A questo punto Trump potrebbe chiedersi se convenga continuare a impegnare risorse americane su entrambi i fronti oppure se sia arrivato il momento di cercare una soluzione negoziale, anche a costo di chiudere rapidamente le partite aperte. Il rischio è che si arrivi a una conclusione frettolosa dei conflitti, con accordi che finiscano per favorire i regimi autoritari e lasciare insoddisfatte le ragioni dei Paesi aggrediti. In Ucraina come in Medio Oriente, una pace costruita esclusivamente sulla convenienza delle grandi potenze potrebbe non coincidere con una soluzione giusta e duratura. E a pagarne il prezzo più alto sarebbe ancora una volta l'Europa, che si troverebbe a dover gestire le conseguenze di decisioni prese altrove».

In questo possibile riassetto delle relazioni internazionali, quale ruolo rischia di assumere l'Europa? E quanto è urgente che l'Unione europea recuperi autonomia strategica, soprattutto sul terreno energetico, per non diventare marginale nei rapporti tra le grandi potenze?

«Il problema è che l'Europa rischia di rimanere fuori dai nuovi equilibri internazionali, priva delle risorse e della capacità politica necessarie per incidere sulle decisioni. C'è una questione fondamentale che dobbiamo comprendere: la grande partita energetica non riguarda soltanto il prezzo delle materie prime, ma la libertà di produrre energia, trasportarla, distribuirla e venderla alle migliori condizioni possibili. È una questione di sovranità, di sicurezza e, soprattutto, di libertà economica. Quello che potrebbe verificarsi non è necessariamente un isolazionismo americano o un semplice disimpegno dagli scenari internazionali. Potrebbe essere qualcosa di diverso: una ridefinizione degli accordi tra le grandi potenze, nella quale Washington cerchi intese dirette con Mosca, Pechino e Teheran, privilegiando la stabilità dei rapporti strategici rispetto alla tradizionale solidarietà occidentale. In questo quadro potrebbe prendere forma una sorta di nuovo G2 tra Stati Uniti e Cina, con la Russia coinvolta negli equilibri attraverso i rapporti con Pechino. Se ciò accadesse, l'Europa rischierebbe di restare ai margini, senza avere voce nelle decisioni che riguardano direttamente il proprio futuro. Sarebbe uno scenario estremamente pericoloso: un Occidente nel quale gli Stati Uniti ridefiniscono le proprie alleanze e l'Europa perde progressivamente peso, proprio mentre avrebbe più bisogno di unità, autonomia e capacità di iniziativa».

•**Cristiana Golfarelli**

Mario Sechi direttore dell'agenzia stampa Dire e autore del libro Occidente o niente. Elogio dell'Atlantismo



L'uomo dietro l'immagine di Berlusconi

Per trent'anni ha curato la comunicazione visiva del Cavaliere, contribuendo a trasformare comizi, apparizioni televisive e incontri istituzionali in eventi capaci di catturare l'attenzione del pubblico. Roberto Gasparotti nel libro *Il regista di Berlusconi. I segreti dei miei trent'anni con Silvio* racconta il dietro le quinte di una stagione che ha cambiato il linguaggio della politica italiana



Dietro l'immagine pubblica di un leader c'è un lavoro fatto di intuizioni, tecnica e cura dei dettagli. Roberto Gasparotti ha affiancato Silvio Berlusconi per circa trent'anni, seguendolo dalle prime esperienze televisive fino alla discesa in campo e alle grandi manifestazioni politiche. Operatore di ripresa diventato responsabile della sua immagine, ha contribuito a costruire una comunicazione innovativa, nella quale scenografia, inquadrature e capacità di sorprendere si intrecciavano con una spiccata sensibilità per il pubblico. Nel suo libro *Il regista di Berlusconi. I segreti dei miei trent'anni con Silvio,* ripercorre episodi, intuizioni e ricordi personali, restituendo uno sguardo privilegiato sull'uomo dietro il personaggio e sul lavoro che contribuì a fare della televisione uno strumento centrale della comunicazione politica.

Come è nato il suo rapporto professionale con Berlusconi?

«Il mio rapporto con Silvio Berlusconi nacque nei primi anni Ottanta, quando lavoravo come operatore di ripresa per una società del gruppo Fininvest. Inizialmente ero un cameraman, poi fui scelto per seguirlo più da vicino e occuparmi della sua immagine pubblica. Con il tempo, il rapporto professionale si trasformò in una frequentazione assidua, che mi portò ad accompagnarlo in numerose occasioni, com'è per esempio dopo l'acquisizione del Milan, quando desiderava essere ripreso durante le sue visite allo stadio. Lo seguivo anche nella dimensione privata, durante le feste di compleanno dei figli o a Natale, quando si travestiva da Babbo Natale per consegnare i regali ai figli più piccoli. Frequentavo spesso Arcore e le altre sue residenze, dove realizzavo anche riprese dei giardini nelle diverse stagioni: gli piaceva osservare la crescita delle piante e vedere come cambiavano nel tempo. È stato un percorso che mi ha permesso di conoscerlo non soltanto come personaggio pubblico, ma anche nella sua quotidianità».

Quando ha capito che il suo modo di comunicare avrebbe cambiato profondamente il linguaggio della politica italiana?

«Quando, nel 1993, cominciò a prendere forma il progetto della sua discesa in politica, venne creato un gruppo di tecnici e operatori incaricato di studiare come presentarlo nel modo più efficace. Il momento decisivo fu sicuramente nel gennaio 1994, quando registrammo a Macherio il messaggio con cui annunciò il suo ingresso in politica. Quel video, con l'apertura «L'Italia è il Paese che amo», rappresentò una svolta nella comunicazione politica italiana. Berlusconi non si presentava come un politico tradizionale: parlava direttamente ai cittadini, dalla sua casa, con un linguaggio comprensibile e un'immagine studiata per trasmettere familiarità. Aveva capito che la televisione non doveva limitarsi a raccontare la politica, ma poteva diventare il luogo stesso in cui si costruiva il rapporto tra un leader e il pubblico».

NON UN POLITICO TRADIZIONALE

«Berlusconi parlava direttamente ai cittadini, dalla sua casa, con un linguaggio comprensibile e un'immagine studiata per trasmettere familiarità»



Berlusconi è stato spesso descritto come un innovatore, capace di anticipare tendenze e utilizzare la televisione con una sensibilità inedita per il mondo politico. Quali erano gli elementi che rendevano così efficace la sua comunicazione e che cosa aveva compreso prima degli altri?

«Credo che Berlusconi avesse compreso, prima di altri, l'importanza di offrire agli elettori obiettivi concreti e messaggi facilmente comprensibili. La sua forza era anche la semplicità. Per il messaggio della discesa in campo non scelse una scenografia istituzionale imponente, ma una scrivania, dei libri e le fotografie dei figli. Ha rivoluzionato la comunicazione politica presentandosi in televisione da solo, seduto alla scrivania, con una libreria alle spalle e le fotografie della famiglia: un'immagine diretta e familiare, allora inedita in politica. Sapeva parlare alle per-



sone, formulando promesse capaci di suscitare aspettative e fiducia, come quella di creare un milione di posti di lavoro. La sua forza derivava anche dall'esperienza maturata nella televisione e nella pubblicità, mondi nei quali aveva imparato a costruire messaggi efficaci e a entrare in sintonia

Roberto Gasparotti, autore del libro Il regista di Berlusconi. I segreti dei miei trent'anni con Silvio



con il pubblico. Questa capacità gli permise di conquistare rapidamente il consenso e di vincere le elezioni in pochi mesi, cambiando profondamente il linguaggio della politica italiana».

Nel libro *Il regista di Berlusconi. I segreti dei miei trent'anni con Silvio* racconta anche episodi che rivelano la capacità del Cavaliere di sorprendere interlocutori e pubblico. Quali ricordi rappresentano meglio la sua creatività e la sua capacità di trasformare un appuntamento istituzionale in un evento memorabile?

LA PREPARAZIONE TECNICA E SCENOGRAFICA

«Era fondamentale. Lavoravamo come se ogni manifestazione fosse uno studio televisivo: grandi piazze come San Giovanni e Piazza del Popolo a Roma o Piazza del Duomo a Milano diventavano enormi set, progettati per restituire un'immagine forte e incisiva di Berlusconi»

«Berlusconi aveva una straordinaria capacità di sorprendere e di trovare soluzioni creative per attirare l'attenzione. Durante gli incontri istituzionali con altri leader e capi di Stato, se riteneva di non avere sufficiente visibilità, inventava qualcosa per riportare l'attenzione su di sé: basti pensare al gesto delle corna durante una fotografia di gruppo o alla comparsa improvvisa da dietro una colonna in una piazza di Trieste. Erano iniziative che rivelavano la sua natura comunicativa e il suo istinto per la scena. Berlusconi non voleva essere uno dei protagonisti: cercava sempre di diventare il centro dell'attenzione, trasformando anche un appuntamento istituzionale in un momento destinato a essere ricordato. Questa capacità di trovare la chiave giusta per ogni situazione era una delle sue caratteristiche. Conosceva il valore delle relazioni personali e sapeva utilizzare elementi apparentemente lontani dalla politica per costruire un rapporto con i suoi interlocutori. Ricordo anche quanto fosse attento alle soluzioni tecnologiche come il sistema di specchi predisposto per consentirgli di leggere il discorso dal leggio elettronico. Sono episodi diversi, ma rivelano lo stesso approccio: non lasciare nulla al caso e cercare sempre una soluzione capace di sorprendere, facilitare la comunicazione e lasciare un ricordo».

Lei ha seguito Berlusconi dietro le quinte, occupandosi di aspetti tecnici e scenografici che spesso il pubblico non vede, ma che possono influenzare profondamente la percezione di un leader. Quanto contavano la preparazione dell'ambiente, le inquadrature, la luce e la gestione dei tempi nella costruzione della sua immagine pubblica?

«La preparazione tecnica e scenografica era fondamentale. Lavoravamo come se ogni manifestazione fosse uno studio televisivo: grandi piazze come San Giovanni e Piazza del Popolo a Roma o Piazza del Duomo a Milano diventavano enormi set, progettati per restituire un'immagine forte e incisiva di Berlusconi. Curavamo le inquadrature, l'illuminazione e ogni dettaglio della scena, arrivando a utilizzare per primi un braccio mobile lungo quindici metri, capace di sorvolare le bandiere e il pubblico. Il nostro obiettivo era trasmettere emozioni e coinvolgimento soprattutto a chi seguiva da casa. Le persone presenti in piazza erano importanti, ma il pubblico più vasto era quello televisivo: per questo dovevamo trasformare ogni manifestazione in un'esperienza capace di arrivare direttamente agli spettatori attraverso lo schermo. Il mio compito era risolvere i problemi tecnici e fare in modo che Berlusconi potesse presentarsi davanti alle telecamere nel modo migliore possibile. Questo significava studiare le inquadrature, regolare le luci, verificare l'audio, controllare l'altezza della seduta e curare la disposizione degli elementi presenti nell'ambiente».

Berlusconi era molto attento anche al modo in cui appariva fisicamente.

«Sì. Voleva piacere al pubblico e curava la propria presentazione; a me spettava trovare soluzioni tecniche che lo valorizzassero. Un altro esempio è il leggio elettronico, che gli permetteva di leggere i testi mantenendo lo sguardo rivolto verso gli interlocutori e le telecamere».

Qual è il suo ricordo più bello che ha avuto con Berlusconi?

«Il ricordo più bello è legato a tutto il percorso professionale e umano vissuto al fianco di Berlusconi. Seguirlo nei suoi spostamenti, in Italia e all'estero, anche durante il periodo in cui ricoprì l'incarico di ministro degli Esteri, ha cambiato profondamente la mia vita. In pochi anni, da semplice operatore di ripresa mi sono trovato a gestire grandi manifestazioni, organizzare spot e contribuire alla realizzazione delle sue campagne di comunicazione. Di quei trent'anni conservo soprattutto gli aspetti positivi e la capacità che Berlusconi aveva di trasmettere entusiasmo e coinvolgere le persone».

E quello più triste?

«Negli ultimi anni, tuttavia, ho vissuto anche alcune situazioni che mi hanno amareggiato. Dopo la sua scomparsa, telefonai ad Arcore, come avevo fatto per trent'anni, per chiedere di poter partecipare al funerale e rivolgergli un ultimo saluto. Mi rispose una persona che non mi conosceva e mi invitò a inviare una richiesta scritta via e-mail. Rimasi profondamente colpito: dopo tanti anni di collaborazione, non essere più riconosciuto mi fece sentire come se una parte importante della mia storia professionale fosse stata cancellata. Anche da questa delusione è nata l'esigenza di scrivere il libro, per lasciare testimonianza del percorso che avevo condiviso con lui». •**Gloria Martini**

Diversificare, una scelta che paga

Guglielmo Picchi illustra la strategia e le priorità di SACE per rafforzare l'export, accompagnare le Pmi sui mercati internazionali e promuovere gli investimenti strategici in Italia



Con il Piano Strategico SACE50 il Gruppo rafforza la sua missione di Export Credit Agency italiana. Il Piano prevede circa 150 miliardi di euro di nuovi impegni nel triennio 2026-2028 e si sviluppa lungo due direttrici. «La prima- ci spiega il presidente SACE Guglielmo Picchi- è il sostegno all'export, all'internazionalizzazione e alle filiere produttive, con particolare attenzione alle imprese che vogliono aprire nuovi mercati e ai fornitori che possono crescere insieme alle aziende capofila. La seconda riguarda gli investimenti strategici in Italia. Le due priorità si rafforzano a vicenda».

La capacità di competere sui mercati internazionali dipende anche dalla qualità delle infrastrutture, dall'efficienza delle reti energetiche e dalla capacità di innovare i processi produttivi.

«Proprio così. Con Garanzia Archimede infatti sosteniamo progetti in questi ambiti secondo il principio dell'addizionalità. Concentriamo cioè la garanzia pubblica dove può mobilitare capitali privati e rendere possibili investimenti che altrimenti faticherebbero a trovare risorse adeguate, con ricadute sulla produttività e sull'occupazione».

In un contesto internazionale segnato da tensioni geopolitiche, nuove barriere commerciali e una crescente competizione tra economie, l'internazionalizzazione richiede alle imprese strumenti e garanzie adeguati. Come SACE sta rafforzando il proprio sostegno alle aziende italiane per consentire loro di affrontare i rischi, cogliere nuove opportunità e consolidare la propria presenza all'estero?

«Affianchiamo le imprese fin dalla scelta del mercato e dalla definizione del progetto. Le nostre analisi aiutano a valutare rischi e opportunità nei singoli Paesi, mentre gli export advisor individuano con le aziende gli strumenti più adatti. L'assicurazione del credito protegge dal mancato pagamento, le garanzie facilitano l'accesso ai finanziamenti e le cauzioni aiutano a partecipare alle gare internazionali. In un'economia in cui dazi e tensioni geopolitiche possono cambiare rapidamente le condizioni di accesso a un mercato, diversificare è una scelta di competitività. Significa consolidare le posizioni nei mercati in cui le imprese italiane hanno già relazioni solide e aprire nuovi sbocchi dove cresce la domanda di beni e tecnologie italiane. Avere più mercati di riferimento riduce la dipendenza da una singola destinazione e amplia le possibilità di crescita. In Asia, Medio Oriente, America Latina e Africa lavoriamo con istituzioni, banche e partner locali per aiutare le imprese a costruire relazioni commerciali durature. In Africa, questo impegno si inserisce anche nel quadro del Piano Mattei».

Le piccole e medie imprese rappresentano il cuore del tessuto produttivo italiano, ma spesso incontrano maggiori difficoltà nell'affrontare i percorsi di internazionalizzazione. Quali strumenti state mettendo a disposizione delle Pmi per accompagnarle nell'accesso ai mercati esteri e favorire una maggiore diversificazione geografica e settoriale dell'export?

«Per una Pmi, entrare in un nuovo mercato significa trovare clienti, capire quali requisiti chiedono ai fornitori e finanziare le prime commesse. Alle garanzie e alle coperture assicurative affianchiamo quindi formazione e orientamento. Con l'Africa Champion Program e il Latin America Champion Program, ad esempio, aiutiamo le imprese a conoscere i mercati e a prepararsi al confronto con i buyer. Organizziamo incontri di business matching con potenziali clienti esteri, anche nell'ambito della Push Strategy. In questo caso garantiamo i finanziamenti concessi a grandi acquirenti internazionali per favorire gli acquisti dall'Italia e li mettiamo in contatto con le imprese che possono rispondere alle loro esigenze. Nel nostro tessuto produttivo, l'accesso ai mercati esteri passa spesso dalle filiere. Una Pmi può entrare in un nuovo Paese come fornitore di un'impresa capofila italiana che si è aggiudicata una commessa. Quella prima esperienza le permette di confrontarsi con standard internazionali, acquisire referenze e proporsi ad altri clienti, anche in settori diversi da quello di partenza. Per questo, quando sosteniamo un progetto all'estero, guardiamo anche alle opportunità che può generare per la rete dei fornitori italiani».

LE FILIERE STRATEGICHE DI SACE50

Cinque comparti hanno prospettive di crescita: agroalimentare, infrastrutture e costruzioni, automazione e meccanica strumentale, aerospazio e sicurezza, economia blu e cantieristica

Il made in Italy è riconosciuto nel mondo per qualità, innovazione e capacità manifatturiera, ma per mantenere la propria competitività ha bisogno di investimenti, nuovi mercati e filiere solide. Quali settori ritiene possano offrire le maggiori prospettive di crescita per l'export italiano nei prossimi anni e come SACE intende contribuire a valorizzarne il potenziale?

«Tra le filiere strategiche di SACE50 vediamo prospettive di crescita in cinque comparti: agroalimentare, infrastrutture e costruzioni, automazione e meccanica strumentale, aerospazio e sicurezza, economia blu e cantieristica. Insieme generano circa 1.300 miliardi di euro di fatturato e 200 miliardi di export, oltre il 30 per cento delle esportazioni italiane di beni. Le opportunità vanno dai macchinari per la trasformazione alimentare e l'automazione industriale alle reti idriche ed energetiche, fino alla componentistica aerospaziale e alle tecnologie subacquee. Per ciascuna filiera individuiamo i mercati a maggiore potenziale e affianchiamo alle garanzie e alle coperture due iniziative. Con Export in Rete incontriamo le imprese sui territori insieme alle associazioni di categoria. Con Filiera Summit riuniamo capofiliera, Pmi e istituzioni per favorire nuove collaborazioni commerciali. Partiamo dall'economia blu, con l'obiettivo di coinvolgere anche i fornitori specializzati che contribuiscono all'export attraverso le commesse delle imprese capofila».

• **GM**



Guglielmo Picchi, presidente SACE



Dal 1815 aiutiamo a spedire merci verso ogni destinazione

Quando il successo dipende dal commercio globale, sappiamo quanto è importante che le merci arrivino puntuali a destino. Ecco perchè DHL Global Forwarding promette di offrire sempre consegne affidabili, flessibili ed efficienti da e verso ogni Paese del mondo, in totale conformità con le normative locali.

infodgf.it@dhl.com

Excellence. Simply delivered.
dhl.com

Il cuore del tessuto produttivo

Roberto Capobianco, presidente di Conflavoro, delinea una strategia che mette al centro la crescita dimensionale delle aziende, la valorizzazione del capitale umano e l'innovazione tecnologica

Le piccole e medie imprese sono il cuore del tessuto produttivo italiano, ma per esprimere pienamente il proprio potenziale hanno bisogno di strumenti adeguati, investimenti e politiche economiche stabili. Roberto Capobianco, presidente di Conflavoro, delinea una strategia che mette al centro la crescita dimensionale delle aziende, la valorizzazione del capitale umano e l'innovazione tecnologica. Dalla proposta "Utile Zero" ai voucher per l'intelligenza artificiale, dal taglio del cuneo fiscale alle misure contro il caro energia, emerge la richiesta di un sistema capace di accompagnare concretamente le imprese, soprattutto quelle più piccole, nelle trasformazioni del mercato.

Presidente Capobianco, le piccole e medie imprese rappresentano una componente essenziale del made in Italy e custodiscono competenze, tradizioni produttive e capacità di innovazione che contribuiscono alla competitività del Paese. Come può Conflavoro sostenere concretamente queste realtà e valorizzare il merito imprenditoriale, affinché possano crescere e affrontare con successo le sfide dei mercati?

«La vera svolta sta in un cambio di prospettiva: la piccola azienda non deve avere come orizzonte quello di restare piccola, ma la possibilità concreta di crescere, perché quando le imprese italiane corrono ne beneficia l'intero Paese. Conflavoro collabora con le istituzioni proprio con queste finalità, che passano dallo spostare le risorse dalla logica del sussidio a quella dell'investimento, nella convinzione che sostenere chi produce, reinveste e assume sia la via più solida per far crescere tutto il sistema. Tra le nostre proposte ne cito una a cui tengo in modo particolare, "Utile Zero": l'utile che l'imprenditore lascia in azienda e reinveste non è una rendita da tassare, ma la prima risorsa per crescere, per assumere e per rinnovare i macchinari; e come tale, a nostro avviso, non dovrebbe scontare imposte».

In che modo l'intelligenza artificiale può diventare uno strumento concreto per migliorare la qualità del lavoro, valorizzare le competenze delle persone e semplificare le attività quotidiane, andando oltre il solo incremento della produttività aziendale?

«Sono convinto che oggi anche la micro impresa possa diventare grande, se la si accompagna e se impara a sfruttare la tecnologia. L'intelligenza artificiale le permette di fare, con pochissimo, ciò che fino a ieri era possibile solo a una grande azienda. Nella piccola realtà le persone fanno tutto, e proprio lì il beneficio è più evidente: se l'la si occupa delle attività ripetitive, l'artigiano torna a fare l'artigiano. Non sostituisce il lavoro, ma aiuta a tenere e aumentare il passo. La vera sfida è renderla accessibile a chi non ha un ufficio dedicato all'innovazione: solo gli strumenti semplici arrivano davvero a tutti. La nostra soluzione è il voucher per l'la alle Pmi: un passo avanti che chiediamo di rendere strutturale e più generoso verso le micro imprese, perché copra software, consulenza e formazione di chi parte da zero. A questo affianchiamo la proposta "Ricerca in Fabbrica", per un credito d'imposta al 50 per cento su ricerca, brevetti, design, prototipi e la. Fondamentale è il tempo certo di erogazione: un sostegno è efficace solo se arriva quando serve, perché le realtà minori non possono anticipare risorse per anni».



UN LEGAME PIÙ STRETTO TRA SCUOLA E IMPRESE

Troppe aziende non trovano i profili che cercano, mentre molti ragazzi restano senza sbocchi: è un divario che va colmato

Il costo del lavoro, la carenza di personale qualificato e il disallineamento tra formazione e fabbisogni produttivi sono questioni centrali per molte aziende. Come è possibile favorire l'incontro tra imprese e lavoratori, valorizzare le competenze e promuovere un'occupazione stabile e di qualità, garantendo al tempo stesso sostenibilità alle aziende?

«Qui il primo nodo resta il cuneo fiscale, e la direzione di questi anni va proseguita: un taglio strutturale che porti più risorse in busta paga senza gravare sull'impresa, insieme alla detassazione di tredicesime e straordinari. Ma ridurre i costi non basta se poi le assunzioni di determinati profili sono resi complicati dalla mancanza di competenze: per colmare il divario tra ciò che le aziende cercano e ciò che i percorsi formativi offrono occorre investire in un legame più stretto tra scuola e imprese. Troppe aziende non trovano i profili che cercano, mentre molti ragazzi restano senza sbocchi: è un divario che, insieme, possiamo colmare. In generale, la formazione continua dedicata in particolar modo alle micro Pmi è la ragion d'essere per cui abbiamo creato e promosso con Confsal il fondo interprofessionale FondoFormazione».

Roberto Capobianco, presidente Conflavoro



Il ricambio generazionale e la capacità di innovare sono determinanti per assicurare continuità e sviluppo al sistema produttivo italiano. Quali strumenti possono aiutare le imprese a trasmettere competenze, attrarre giovani talenti e affrontare la trasformazione digitale, e quale ruolo dovrebbe svolgere la politica economica nel sostenere questo percorso?

«Perché un passaggio di testimone riesca, servono due condizioni insieme: trattenere i giovani e offrire loro imprese moderne in cui valga la pena restare. Sul primo punto, con "Tasse Zero Under 35" proponiamo l'esenzione fiscale e contributiva per tre anni sui giovani assunti a tempo indeterminato, per rendere conveniente offrire stabilità ai talenti che formiamo. Sul secondo, noi siamo convinti che la trasformazione digitale vada sostenuta con strumenti che favoriscano chi rinnova: penso alla rateizzazione della plusvalenza, perché chi cede un vecchio macchinario per comprarne uno nuovo non dovrebbe pagare di più proprio mentre si ammoderna, oltre agli incentivi accessibili pensati anche per le realtà più piccole. Alla politica economica chiediamo soprattutto continuità: le aziende pianificano su più anni, e solo misure stabili danno la fiducia per investire in persone e tecnologie.

L'energia è al centro della competitività delle imprese ed è stata il tema della vostra XVI Assemblea. Come si può intervenire sul caro energia e valorizzare il legame tra energia e nuove tecnologie per sostenere la crescita delle Pmi?

«Il nodo è noto: senza energia a costi sostenibili l'innovazione resta sulla carta, e con l'intelligenza artificiale, fortemente energivora, diventa ancora più urgente. Oggi le nostre Pmi pagano l'elettricità assai più dei concorrenti europei. Agiamo su due tempi. Nell'immediato, con lo "Scudo Energia", chiediamo un credito automatico in bolletta per le imprese con costi energetici oltre il 15 per cento del fatturato: sono quelle più in affanno, da aiutare subito e senza burocrazia. Nel medio periodo, con "Bolletta Massima", chiediamo di allineare il prezzo di riferimento alla media dell'area euro, per azzerare il divario entro il 2030. Vi affianchiamo "Energia in Fabbrica", a sostegno di fotovoltaico, accumulo ed efficientamento. L'obiettivo condiviso è l'indipendenza energetica, con un mix che valorizzi le rinnovabili senza escludere il nucleare di nuova generazione: energia sostenibile e tecnologia accessibile sono due facce della stessa sfida competitiva».

• **GA**

plenitude fibra,

ora è tua a soli

16,90€

anziché **25,90€** /mese per 3 anni

se sei cliente Plenitude per l'energia di casa o lo diventi.

Attivazione una tantum a 39€



Fino al 15 luglio
6 mesi di
Disney+
Standard con Pubblicità

Fibra ultraveloce

Navighi fino a **2,5 Gbps** in download e **1 Gbps** in upload.

SCOPRI DI PIÙ

Chiama il Servizio Clienti, vai nei **Plenitude Store** o su **eniplenitude.com**

Offerta valida fino al 15/7/26 per clienti residenziali luce/gas, soggetta a limiti di copertura. Nuovi clienti no placet, 25,90€/mese dopo 36 mesi o senza forniture luce/gas. **Servizio voce non incluso con perdita del numero di telefono fisso** in caso di passaggio da altro operatore. Limitata ad aree coperte da tecnologia FTTH e con limiti tecnologici. In caso di copertura solo da tecnologia FTTC FR, fino a 200 Mb/s in download e fino a 20 Mb/s in upload. Addebito SDD o carta di credito, salvo eccezioni. Dettagli e verifica copertura su eniplenitude.com. Op. a premi valida fino al 15/7/26 per i nuovi clienti Plenitude Fibra. Alla scadenza, **rinnovo automatico** al prezzo di listino applicabile, salvo recesso. Regolamento su eniplenitude.com

plenitude

Il Manifesto della Buona Impresa

Mette al centro il legame tra impresa, persone e società, promuovendo una cultura imprenditoriale in cui competitività, dignità del lavoro e bene comune procedono insieme. A presentarlo è Michele Alessi



Che cosa rende davvero buona un'impresa? Non soltanto i risultati economici, ma la capacità di creare valore per tutte le persone che contribuiscono alla sua attività. È questa la visione alla base del Manifesto della Buona Impresa, nato dall'esperienza imprenditoriale di Michele Alessi e sviluppato insieme alla Fondazione Buon Lavoro. Attraverso principi e strumenti concreti, la Fondazione promuove un modello che supera la centralità esclusiva del profitto per riconoscere il legame tra il successo dell'azienda e il benessere dei suoi interlocutori: collaboratori, clienti, fornitori e soci. Un cambio di prospettiva che chiama in causa la responsabilità degli imprenditori, la qualità delle relazioni e la capacità di costruire organizzazioni competitive e durature, con uno sguardo rivolto anche alle nuove generazioni.

Il Manifesto della Buona Impresa propone una visione dell'attività imprenditoriale che va oltre il risultato economico. Presidente Alessi, quali sono, a suo avviso, i principi fondamentali che devono guidare oggi un'impresa per creare valore non soltanto per sé stessa, ma anche per le persone e per la società?

«Il Manifesto della Buona Impresa nasce da quarantaquattro anni di gestione di un'impresa, un'esperienza personale che ho poi messo a sistema insieme alle persone di Fondazione Buon Lavoro. Raccoglie in cinque articoli molto sintetici un lungo lavoro di approfondimento. Il primo articolo propone di superare il puro scopo di lucro e dice anche con cosa sostituirlo: una visione specifica che riconosca il legame inscindibile tra il bene dell'impresa e il bene dei suoi interlocutori diretti. Clienti, collaboratori e fornitori e soci: non controparti da gestire, ma persone il cui bene è strutturalmente intrecciato con il bene dell'impresa stessa. Questo è il cambio di paradigma che il Manifesto propone: non un invito generico a "fare del bene", ma una visione diversa- più precisa e più vera- di che cosa è un'impresa e di come funziona quando funziona davvero. Non una "impresa buona", ma una "buona impresa", che funziona bene perché funziona per tutti».

Il lavoro rappresenta una dimensione fondamentale della realizzazione personale e professionale. Come può l'impresa contribuire a restituirgli pienamente questo significato, costruendo ambienti in cui i collaboratori si sentano valorizzati, ascoltati e coinvolti, e in cui la fiducia diventi un elemento concreto della cultura aziendale?

«La fiducia non si conquista facilmente: si costruisce nel tempo, nelle scelte concrete, nel modo in cui si reagisce agli errori, nel rispetto che si porta al lavoro di ciascuno. Ho visto per decenni che quando le persone si sentono parte di un progetto che vale- quando sanno che la loro intelligenza e la loro sensibilità vengono davvero usate, che possono portare un'idea e dire quando qualcosa non va- danno il meglio di sé. E un'impresa in cui le persone danno il meglio produce cose migliori e dura più a lungo. Non è un principio etico separato dalla gestione: è buona gestione».

In che modo la Fondazione Buon Lavoro accompagna gli imprenditori in questo percorso e quali cambiamenti ritiene prioritari per promuovere modelli organizzativi più responsabili, capaci di coniugare competitività, benessere delle persone e sostenibilità nel lungo periodo?

«La Fondazione Buon Lavoro non pretende di insegnare agli imprenditori come gestire la propria azienda. Propone strumenti per qualificare le scelte: il Manifesto come bussola di fondo, il Metaprogetto Imprenditoriale per rendere esplicito e condivisibile il progetto, la Mappa delle caratteristiche distintive per vedere dove si è forti e dove si può fare di più. Il cambiamento che ritengo più urgente è culturale: smettere di misurare il successo di un'impresa solo con i numeri di breve periodo. Un'impresa che attrae le persone migliori, che ha rapporti solidi con clienti e fornitori, questa è un'impresa competitiva nel senso più pieno».

In un contesto economico e sociale in continua evoluzione, la leadership è chiamata a una responsabilità sempre più ampia. Quale ruolo spetta oggi agli imprenditori nel costruire un futuro in cui la crescita economica proceda insieme alla dignità del lavoro, alla coesione sociale e al bene comune? E come possiamo favorire una maggiore diffusione della cultura della buona impresa, soprattutto tra le nuove generazioni di imprenditori?

«Gli imprenditori hanno oggi una responsabilità che non possono delegare: dimostrare con i fatti che si può fare impresa in modo diverso da come racconta il luogo comune, l'imprenditore come massimizzatore di profitto, indifferente a tutto il resto. Non è solo sbagliato: per molti di noi è falso. Chi ha fondato un'impresa, chi l'ha portata avanti attraverso le crisi, chi ci ha messo dentro la propria vita lo ha fatto per ragioni che vanno molto al di là del rendimento finanziario. Orgoglio, senso di responsabilità verso le persone, desiderio di costruire qualcosa che duri. Alle nuove generazioni di imprenditori dico: non partite dall'idea che dovete scegliere tra contribuire al bene comune e fare profitto. Partite da uno scopo che vale la pena di perseguire, costruite attorno a quello un'impresa che funziona, e il profitto sarà una conseguenza di quanto ci riuscite. Il Manifesto nasce da questa convinzione e gli imprenditori che lo hanno sottoscritto dimostrano che non è una convinzione isolata. Penso che il cambio di paradigma che proponiamo possa essere utile a tutti, non solo agli imprenditori. Per questo abbiamo sviluppato tre programmi di intervento nelle scuole secondarie per proporre la nostra interpretazione alle nuove generazioni un'idea sul mondo del lavoro che li aspetta».• **Lucrezia Antinori**

IL MESSAGGIO PER I GIOVANI IMPRENDITORI

«Non partite dall'idea che dovete scegliere tra contribuire al bene comune e fare profitto. Partite da uno scopo che vale la pena di perseguire, costruite attorno a quello un'impresa che funziona, e il profitto sarà una conseguenza di quanto ci riuscite»

Michele Alessi,
presidente Fondazione Buon Lavoro



SMEG



Musa Collection

smeg.it

Omaggio all'arte brassicola

Cellina von Mannstein racconta i valori di un marchio storico che coniuga identità territoriale, qualità e capacità di evolversi nel tempo. Birra FORST, il primo birrificio italiano a ricevere un francobollo dedicato dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy

Da generazioni il marchio Birra FORST custodisce l'arte brassicola italiana, mantenendo un legame profondamente radicato con il territorio e una filosofia produttiva fondata su tradizione, passione e qualità. Un patrimonio imprenditoriale riconosciuto anche dal Ministero delle Imprese e del made in Italy con un francobollo dedicato, che celebra il primo birrificio italiano a ricevere questo riconoscimento. In questa intervista, Cellina von Mannstein, membro del Consiglio di Amministrazione di Birra FORST, racconta i valori che caratterizzano l'azienda e il percorso attraverso cui tradizione, identità e capacità di innovazione trovano un equilibrio nel rispondere alle nuove esigenze del mercato.

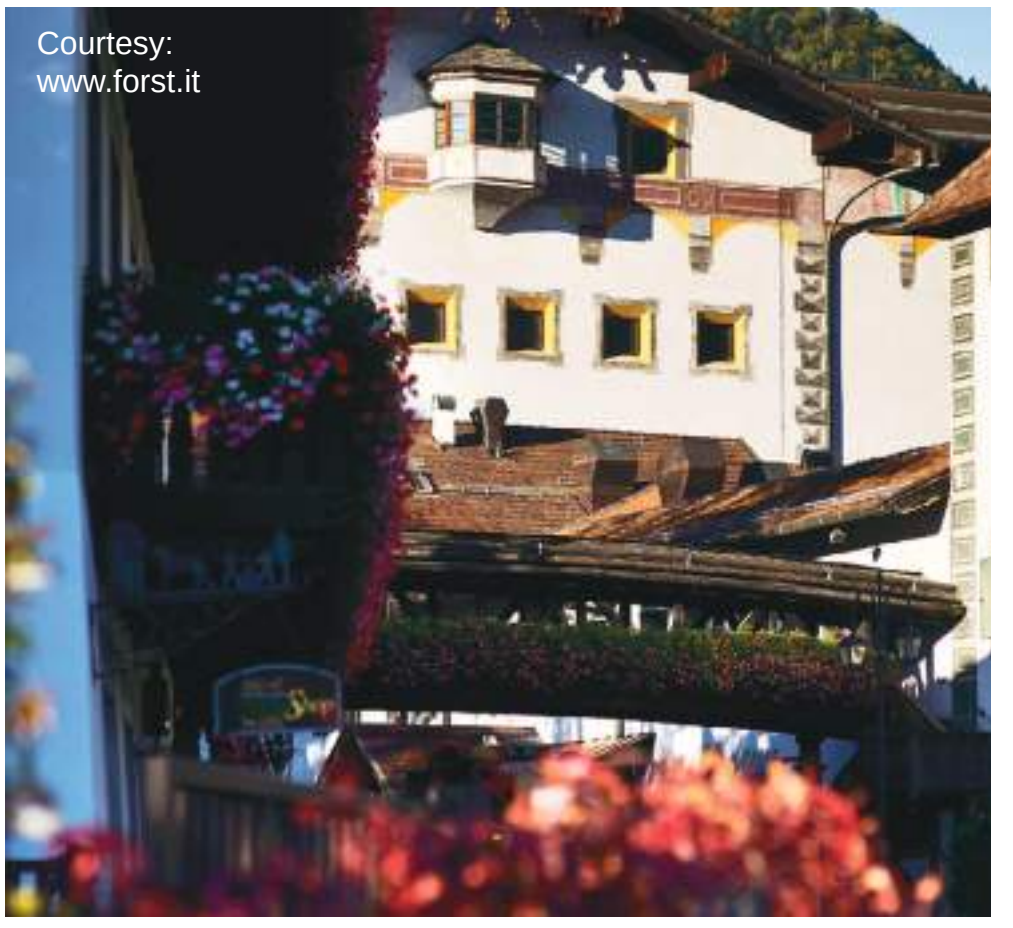
Birra FORST rappresenta una realtà storica del comparto brassicolo italiano, profondamente legata al territorio e a una tradizione che si tramanda da generazioni. Quali sono i valori che guidano oggi l'azienda e come riuscite a preservarne l'identità, coniugando il patrimonio storico con le esigenze di un mercato in continua evoluzione?

«La storia di Birra FORST è profondamente intrecciata con quella del territorio in cui è nata e cresciuta. Da sempre, il legame con la natura, il rispetto delle tradizioni, la passione per l'arte birraria e la ricerca della massima qualità rappresentano i valori che guidano il nostro percorso. Sono principi che si tramandano di generazione in generazione e che costituiscono ancora oggi il fondamento della nostra identità. Crediamo che il valore di una grande tradizione risieda anche nella capacità di mantenerla viva nel tempo, interpretando con sensibilità e attenzione i cambiamenti della società e le nuove esigenze dei consumatori. Per il marchio di Birra FORST, innovare non significa rinunciare alle proprie radici, ma valorizzarle attraverso un percorso di crescita coerente con la propria storia. È proprio questo equilibrio tra continuità e capacità di evoluzione che ci permette di guardare al futuro mantenendo intatti i valori che da sempre ci contraddistinguono».



Quale significato attribuisce all'inserimento di Birra FORST nella serie filatelica del Ministero delle Imprese e del Made in Italy, dedicata alle eccellenze del sistema produttivo nazionale?

«Accogliamo questo prestigioso riconoscimento con onore e profonda gratitudine. Per il marchio di Birra FORST, essere il primo birrificio italiano a ricevere un francobollo dedicato rappresenta un momento particolarmente significativo, che rende omaggio a una storia imprenditoriale costruita nel tempo attraverso passione, impegno e dedizione. È un riconoscimento che desideriamo condividere idealmente con tutte le persone che, nel corso delle generazioni, hanno contribuito alla crescita della nostra azienda, custodendone i valori e tramandandone il patrimonio di conoscenze e competenze. Riteniamo che iniziative istituzionali di questo valore siano importanti perché contribuiscono a raccontare e valorizzare le tante realtà imprenditoriali che rappresentano l'eccellenza produttiva italiana. Imprese che, pur mantenendo un forte legame con il proprio territorio e la propria identità, sono espressione di un patrimonio di qualità, cultura e tradizione che costituisce una delle grandi ricchezze del nostro Paese».



INNOVARE

Per il marchio Birra FORST non significa rinunciare alle proprie radici, ma valorizzarle attraverso un percorso di crescita coerente con la propria storia

Cellina von Mannstein, membro del Consiglio di amministrazione di Birra FORST, durante la cerimonia di presentazione dei francobolli

Nel settore brassicolo, la qualità nasce dai processi produttivi e dalla capacità di investire nel miglioramento continuo. Come si traduce questa filosofia nelle scelte di FORST e quali innovazioni ritenete strategiche per affrontare le nuove esigenze dei consumatori, mantenendo intatti gli standard qualitativi che contraddistinguono il marchio FORST?

«La qualità rappresenta da sempre un valore imprescindibile per Birra FORST ed è alla base della fiducia che i consumatori ripongono nel marchio. Un marchio che racchiude una storia, un'identità e un patrimonio di competenze costruiti nel corso delle generazioni, espressione di un legame profondamente radicato nel territorio, nella tradizione e nella natura. Preservarne il valore significa dare continuità a questa eredità attraverso scelte coerenti, dedizione quotidiana e un costante impegno verso l'eccellenza. La solidità aziendale ci consente di guardare al futuro con una prospettiva di lungo periodo e di affrontare l'evoluzione del mercato con responsabilità. Su queste basi orientiamo le nostre scelte e il miglioramento continuo dei processi, con l'obiettivo di garantire gli elevati standard qualitativi che rendono Birra Forst riconoscibile e apprezzata. In quest'ottica, osserviamo con attenzione l'evoluzione delle abitudini di consumo e consideriamo strategica un'innovazione capace di coniugare tradizione e futuro. Innovare significa interpretare le nuove esigenze dei consumatori, valorizzando al contempo l'autenticità, l'affidabilità e la qualità che da sempre contraddistinguono il marchio FORST. Ogni evoluzione deve contribuire a rafforzare il valore di Birra FORST, mantenendone intatta l'identità». • **LA**




Pomellato
MILANO 1967
ICONICA COLLECTION
POMELLATO.COM


BRIC'S
MILANO
brics.it

Una storia centenaria con una visione moderna e ambiziosa del mercato

Maurizio Fiorani descrive la crescita di un'impresa centenaria che ha raggiunto nuovi traguardi attraverso innovazione, internazionalizzazione e valorizzazione delle competenze, mantenendo salde le proprie radici manifatturiere fiorentine

Oltre un secolo di storia e una crescita che ha trasformato una piccola realtà produttiva in un'impresa con ambizioni internazionali. Eureka rappresenta un esempio di evoluzione della manifattura italiana, capace di coniugare savoir-faire artigianale, organizzazione industriale e innovazione tecnologica. Dal 2014, sotto la guida di Maurizio Fiorani, l'azienda ha intrapreso un percorso di sviluppo che l'ha portata a passare da 4 a 73 milioni di euro di fatturato atteso, investendo in nuovi mercati, competenze qualificate, personalizzazione dei prodotti e intelligenza artificiale.

Quali sono stati i passaggi fondamentali della sua storia e quali valori hanno guidato la crescita dell'azienda, consentendole di affermarsi nel proprio settore?

«Eureka è un'azienda con oltre cento anni di storia, nata e cresciuta nel solco della tradizione manifatturiera fiorentina. Per lungo tempo ha mantenuto le dimensioni di una piccola realtà produttiva, fino al 2014, anno in cui, con il mio ingresso e l'introduzione di nuove idee e strategie, ha avviato un importante percorso di sviluppo. I risultati testimoniano la portata di questa trasformazione: siamo passati da un fatturato di circa 4 milioni di euro nel 2013 all'obiettivo di raggiungere i 73 milioni nell'anno in corso. Questa crescita è stata resa possibile da una visione imprenditoriale orientata al cambiamento, fondata innanzitutto sull'innovazione di prodotto e di processo, su un deciso percorso di internazionalizzazione e sulla capacità di valorizzare giovani risorse ad alto potenziale. A questi elementi si affianca una filosofia aziendale fortemente orientata al servizio, che mette al centro il cliente e la capacità di rispondere con competenza e tempestività alle sue esigenze. Sono questi i valori che hanno accompagnato la nostra evoluzione, permettendoci di coniugare una storia centenaria con una visione moderna e ambiziosa del mercato».

Come avete saputo rinnovare nel tempo processi, competenze e capacità produttive, investendo in ricerca e innovazione senza perdere quell'attenzione alla qualità e ai dettagli che contraddistingue il made in Italy?

«La nostra è un'organizzazione industriale che conserva un importante savoir-faire artigianale. Il nostro modello produttivo si fonda sulla capacità di coniugare efficienza, standardizzazione e personalizzazione, con una particolare attenzione alla qualità e alla cura del dettaglio. In questo percorso è stato fondamentale riorganizzare e ottimizzare tutti i processi aziendali, intervenendo anche sulla progettazione dei prodotti, per individuare le attività che possono essere fortemente industrializzate e quelle che, invece, richiedono un approccio più flessibile e su misura. Puntiamo molto sulla customizzazione, arrivando in alcuni casi a sviluppare soluzioni praticamente one-to-one, costruite insieme al cliente e sulle sue specifiche esigenze. Per sostenere questo livello di personalizzazione abbiamo investito anche nella formazione e nella valorizzazione di professionalità capaci di mettere competenze tecniche e sensibilità artigianale al servizio del prodotto. È proprio questo equilibrio tra organizzazione industriale e capacità artigianale che ci consente di innovare, mantenendo quella qualità distintiva che rappresenta uno dei tratti più importanti del made in Italy».

Quali sono gli elementi che distinguono Eureka nel panorama internazionale e quali strategie state adottando per affrontare le nuove esigenze del mercato e consolidare la vostra presenza all'estero?

«Ciò che ci distingue nel panorama internazionale è soprattutto la capacità di innovare, sia sul fronte del prodotto sia su quello dei servizi. Abbiamo costruito una struttura commerciale e marketing particolarmente articolata, che rappresenta uno dei nostri principali punti di forza nel settore. Questo ci permette di mantenere un rapporto molto stretto con i clienti, ascoltarne le esigenze, comprenderne le aspettative e tradurle in soluzioni concrete. Parallelamente, abbiamo investito in modo significativo nelle competenze e nella ricerca, inserendo professionalità altamente qualificate: circa il 50 per cento del nostro personale laureato è composto da ingegneri. Crediamo che l'innovazione nasca innanzitutto dalle persone e dalla loro capacità di sviluppare nuove idee, tecnologie e applicazioni. In questa direzione stiamo portando avanti anche diversi progetti legati all'intelligenza artificiale, avvalendoci della collaborazione di società specializzate che affiancano i singoli reparti aziendali per individuare le modalità più efficaci e consapevoli di introdurre queste tecnologie nei processi di lavoro».

L'inserimento di Eureka nella serie filatelica del Mimit "Le Eccellenze del sistema produttivo e del Made in Italy" rappresenta un riconoscimento importante del valore dell'impresa e del suo contributo alla storia manifatturiera italiana. Che significato attribuite a questo omaggio e quale messaggio pensate possa trasmettere alle nuove generazioni di imprenditori sul valore del saper fare italiano?

«È stato un riconoscimento di grande importanza, perché ci inserisce in un ristretto gruppo di imprese considerate espressione dell'eccellenza del made in Italy. Lo abbiamo accolto con particolare orgoglio, anche perché testimonia il valore di un percorso di crescita che non ha mai rinunciato alle proprie radici italiane. La nostra esperienza dimostra, inoltre, che internazionalizzazione e identità nazionale possono rafforzarsi reciprocamente. Nonostante abbiamo realizzato uno stabilimento anche in Cina, la nostra fabbrica italiana ha continuato a crescere in maniera esponenziale. Questo significa che la capacità di espandersi sui mercati internazionali non comporta necessariamente un indebolimento della produzione nazionale; al contrario, può diventare un'opportunità per consolidarla e renderla ancora più competitiva. Il made in Italy, infatti, non è soltanto un patrimonio di idee, progettazione e creatività, ma anche di competenze, capacità produttive e persone che ogni giorno trasformano il sapere in prodotti concreti. È questo il messaggio che vorremmo trasmettere alle nuove generazioni di imprenditori: investire nell'innovazione e guardare ai mercati globali, senza perdere il legame con il territorio e con quel patrimonio di conoscenze che rende riconoscibile e competitivo il saper fare italiano». • **Alessandro Gallo**

IL MADE IN ITALY

Non è soltanto un patrimonio di idee, progettazione e creatività, ma anche di competenze, capacità produttive e persone che ogni giorno trasformano il sapere in prodotti concreti





Maurizio Fiorani, ceo di Eureka


STAINLESS STEEL
love you


love you
NOMINATION
ITALY
IL BRACCIALE COMPOSABLE™, MADE IN ITALY
L'ORIGINALE
GLI ORIGINALI
NOMINATION®
SONO FIRMATI
UNO PER UNO

Rinnovarsi restando riconoscibili

Oro Saiwa è presente nella vita degli italiani dal 1956: settant'anni in cui il marchio ha saputo costruire un rapporto di fiducia autentico e duraturo con milioni di famiglie. A commentare questo importante traguardo è Lorenza Cipollina



Ci sono marchi che, nel tempo, diventano parte della memoria collettiva di un Paese, accompagnando generazioni di consumatori e mantenendo intatta la propria riconoscibilità. È il caso di Oro Saiwa, che nel 2026 celebra settant'anni di presenza nelle case degli italiani. Un percorso che intreccia tradizione industriale, radicamento territoriale e capacità di evolversi, senza rinunciare ai valori che ne hanno costruito l'identità. Prodotto nello stabilimento di Capriata d'Orba, in provincia di Alessandria, con farina di grano italiano, il celebre biscotto rappresenta anche un esempio di continuità con la filiera produttiva nazionale. Un legame ulteriormente valorizzato dal francobollo celebrativo emesso dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy nella serie dedicata alle eccellenze del sistema produttivo italiano. Ne parla Lorenza Cipollina, direttrice Relazioni Istituzionali, Comunicazione e Sostenibilità del Gruppo Mondelēz International in Italia, che illustra la strategia del Gruppo "Snacking Made Right": offrire lo snack giusto, per il momento giusto e fatto nel modo giusto, promuovendo consumi consapevoli e riducendo l'impatto ambientale».



L'ASCOLTO DEL CONSUMATORE COME BUSSOLA

I gusti cambiano, gli stili di vita si trasformano, le aspettative delle nuove generazioni in termini di trasparenza, sostenibilità e qualità nutrizionale sono sempre più elevate. E Oro Saiwa risponde con i fatti

Quali sono, a suo avviso, gli elementi che hanno permesso a questo brand di mantenere nel tempo un legame così forte con i consumatori, continuando a rinnovarsi senza perdere la propria identità?

«Oro Saiwa è presente nella vita degli italiani dal 1956: settant'anni in cui il marchio ha saputo costruire un rapporto di fiducia autentico e duraturo con milioni di famiglie. Credo che la forza di questo legame risieda in alcuni elementi fondamentali. Oro Saiwa è rimasto fedele a sé stesso: un biscotto che si distingue per qualità, semplicità, leggerezza e versatilità. Questa coerenza ha fatto sì che il prodotto diventasse un punto fermo nelle abitudini quotidiane degli italiani, dalla colazione alla merenda, entrando a far parte della memoria collettiva di ognuno. Il secondo elemento è il radicamento nel territorio. Oro Saiwa nasce da una tradizione produttiva italiana - quella dell'azienda S.A.I.W.A., fondata a Genova nel 1900, e ancora oggi viene prodotto nel nostro stabilimento di Capriata d'Orba, in provincia di Alessandria, con farina di grano italiano. Questo legame con la filiera e con il territorio è proprio parte integrante dell'identità del brand. Il terzo è la capacità di rinnovarsi restando riconoscibile. Oggi Oro Saiwa è il primo biscotto secco in Italia per volumi venduti. Risultati che non si raggiungono semplicemente custodendo il passato, ma interpretando il presente: aggiornando il linguaggio, il packaging e la comunicazione, senza mai snaturare ciò che rende Oro Saiwa unico».

Il riconoscimento del Ministero delle Imprese e del Made in Italy, attraverso il francobollo dedicato a Oro Saiwa nella serie "Le Eccellenze del sistema produttivo e del Made in Italy", valorizza il ruolo dei marchi storici nella cultura imprenditoriale italiana. Che significato assume questo



tributo per il Gruppo Mondelēz International e quale valore aggiunge alla storia del brand?

«È un riconoscimento che ci onora profondamente e che va ben oltre la dimensione aziendale. Per il Gruppo Mondelēz International, questo tributo rappresenta la conferma del valore di un impegno industriale che dura da settant'anni sul territorio italiano. È il riconoscimento che un biscotto può essere molto più di un prodotto: può essere un pezzo di storia del Paese, un simbolo di quella cultura manifatturiera e alimentare che rende l'Italia un punto di riferimento nel mondo. Il francobollo aggiunge un capitolo istituzionale importante: colloca Oro Saiwa accanto alle eccellenze produttive italiane riconosciute dallo Stato, certificandone il ruolo nella cultura e nel tessuto economico nazionale. È un tributo alle persone che ogni giorno lavorano nel nostro stabilimento, alla filiera agricola integrata che ci sostiene e a tutte le famiglie che in settant'anni hanno scelto Oro Saiwa come compagno della propria quotidianità».

Lorenza Cipollina, direttrice Relazioni Istituzionali, Comunicazione e Sostenibilità del Gruppo Mondelēz International in Italia

ORO SAIWA

È prodotto con grano italiano, con farina di frumento certificata Harmony, un'iniziativa che sostiene gli agricoltori nell'adozione di pratiche a tutela della salute del suolo e della biodiversità

In un mercato alimentare in continua evoluzione, innovazione e qualità sono fondamentali per rispondere alle nuove esigenze dei consumatori. Come riuscite a coniugare la tradizione di un prodotto iconico come Oro Saiwa con l'evoluzione dei gusti, degli stili di vita e delle aspettative delle nuove generazioni?

«Coniugare tradizione e innovazione è il principio che ha guidato l'evoluzione di Oro Saiwa fin dall'inizio: un brand che esiste da settant'anni e che ha dimostrato di sapersi adattare. La nostra bussola è l'ascolto del consumatore. I gusti cambiano, gli stili di vita si trasformano, le aspettative delle nuove generazioni in termini di trasparenza, sostenibilità e qualità nutrizionale sono sempre più elevate. Noi rispondiamo con i fatti: Oro Saiwa è prodotto con grano italiano, con farina di frumento certificata Harmony- un'iniziativa che sostiene gli agricoltori nell'adozione di pratiche a tutela della salute del suolo e della biodiversità. Sul piano dell'offerta, investiamo costantemente nell'innovazione di prodotto mantenendo sempre la promessa di qualità e semplicità che ci contraddistingue. Ad esempio, accanto a Oro Saiwa Classico, abbiamo introdotto referenze come Oro Saiwa Integrale 5 Cereali o Oro Saiwa Integrale Fibrattiva, che rispondono a una crescente attenzione verso il benessere. Mentre sul piano della comunicazione, lavoriamo per parlare un linguaggio contemporaneo che sappia dialogare con le nuove generazioni senza perdere l'autorevolezza e il calore che i consumatori storici riconoscono al brand. La vera sfida, in fondo, non è scegliere tra tradizione e innovazione. È fare in modo che l'una alimenti l'altra».





Il Gruppo Mondelēz International attribuisce grande importanza ai temi della sostenibilità e della responsabilità d'impresa. In che modo questi impegni si traducono concretamente nelle strategie del Gruppo in Italia e come possono contribuire a rafforzare nel tempo il valore dei marchi, la fiducia dei consumatori e la competitività dell'industria alimentare italiana?

«Per Mondelēz International la sostenibilità è uno dei pilastri strategici della nostra crescita di lungo periodo. Questo significa che ogni decisione industriale, dalla scelta delle materie prime al design del packaging, viene presa anche in funzione del suo impatto ambientale e sociale. Il nostro purpose, "Empower People To Snack Right", si traduce nella strategia "Snacking Made Right": offrire lo snack giusto, per il momento giusto e fatto nel modo giusto, promuovendo consumi consapevoli e riducendo l'impatto ambientale. Siamo consapevoli che oltre il 70 per cento delle nostre emissioni di CO_2 deriva dalle materie prime e per questo interveniamo sulla catena di approvvigionamento, soprattutto per grano e latte».

Ci faccia qualche esempio.

«Un esempio concreto è proprio Oro Saiwa, la cui storia è profondamente connessa allo stabilimento di Capriata d'Orba, in Piemonte, dove viene prodotto. La scelta di utilizzare farina di grano italiano non è soltanto una decisione produttiva, ma una dichiarazione di responsabilità. Ogni anno gestiamo oltre 30.000 tonnellate di farina di grano italiano, lavorando con fornitori locali e contribuendo a creare valore lungo tutta la filiera. A questo si affianca Harmony, un'iniziativa europea per la sostenibilità del grano, nata in Francia nel 2008 e arrivata in Italia nel 2015. Coinvolge oltre 1.200 agricoltori e copre circa 57.000 ettari, promuovendo pratiche agricole sostenibili attraverso una Carta Scientifica. Il nostro obiettivo è che entro il 2030 il 100 per cento del grano necessario alla produzione dei nostri biscotti in Europa provenga da coltivazioni che adottano pratiche di agricoltura rigenerativa. Sono convinta che questi impegni non siano solo un dovere etico, ma un fattore di competitività. Il consumatore di oggi sceglie i brand anche in base alla fiducia che ripone nei loro valori, e un'azienda che investe nella filiera locale, che protegge il territorio, che rende trasparenti i propri impegni, costruisce un legame più solido e duraturo, dimostrando che responsabilità d'impresa e crescita possono e devono procedere insieme». •**LZ**

L'eccellenza italiana nel mondo

Dalla storica torrefazione abruzzese a una presenza in 40 Paesi, la quinta generazione continua a investire in qualità, innovazione e sostenibilità, custodendo una tradizione familiare che attraversa tre secoli. Ne parliamo con Arnaldo Saquella

Un percorso imprenditoriale che unisce tradizione familiare, cultura del prodotto e vocazione internazionale e che continua a valorizzare la qualità dell'espresso italiano attraverso investimenti tecnologici, ricerca e attenzione alla sostenibilità. Un'identità riconosciuta anche dal Mimit con l'emissione di un francobollo dedicato alle eccellenze del sistema produttivo e del made in Italy. Quella di Saquella Caffè.

Quali sono state le tappe più significative della storia aziendale e i principi che hanno guidato il vostro percorso di crescita?

«Saquella è un'azienda familiare fondata a Chieti nel 1856 da Clemente Saquella, nata come magazzino di spezie e prodotti coloniali e specializzatasi progressivamente nella produzione di caffè. Negli anni Trenta, con la terza generazione, venne avviata la prima torrefazione a Pescara, segnando una svolta nella storia dell'impresa e dando origine a una tradizione produttiva fondata sulla cura e sulla qualità del prodotto. Negli anni Settanta, con la quarta generazione, iniziò il percorso di internazionalizzazione, partendo dai Paesi con una forte presenza di comunità italiane, come Canada, Inghilterra, Belgio e Lussemburgo. Negli anni Novanta arrivò la prima filiale estera in Germania, ancora oggi principale mercato internazionale, seguita nel 2014 da una seconda consociata nel Regno Unito. Oggi l'azienda è guidata dalla quinta generazione, rappresentata da me e dalle mie sorelle Ilaria e Bianca ed è presente in 40 Paesi attraverso una rete di distributori e due consociate. Dopo 170 anni, continua a perseguire la missione originaria di qualità, dalla selezione delle materie prime ai processi di miscelazione e torrefazione, affiancandola a una costante innovazione di prodotti e servizi. A guidarne il percorso restano tre principi fondamentali: la continuità familiare, che consente di guardare al futuro con una prospettiva di lungo periodo, il forte legame con il territorio e una vocazione internazionale che non ha mai fatto perdere all'azienda le proprie radici».

Nel mondo del caffè la qualità nasce da una combinazione di competenze, selezione delle materie prime, ricerca e attenzione ai processi produttivi. Quali scelte e investimenti consentono oggi a Saquella di garantire l'eccellenza del prodotto e di distinguersi in un mercato sempre più competitivo?

«Per Saquella la qualità nasce innanzitutto dalla scelta di fornitori considerati veri partner, con cui costruire rapporti stabili e di fiducia, e dagli investimenti continui in tecnologie e macchinari all'avanguardia. A questi si affianca una ricerca costante della miscela perfetta, insieme a rigorosi controlli lungo tutta la filiera. Le certificazioni internazionali Brcgs e Ifs, insieme agli standard Fda, Kosher e Smeta, attestano l'attenzione alla sicurezza alimentare, alla tracciabilità, alla responsabilità sociale e al rispetto delle persone. Un altro elemento distintivo è il rapporto con i clienti, considerati partner da accompagnare nella crescita e non semplici acquirenti. Per questo l'azienda investe nella formazione attraverso un'accademia interna, che offre corsi gratuiti, e con formatori qualificati che operano direttamente presso i clienti, in Italia e all'estero. L'obiettivo è condividere competenze, trasferire know-how e aiutarli ad anticipare le evoluzioni del mercato».



UN CONSUMATORE ATTENTO ALLA QUALITÀ

«Oggi l'espresso deve essere un'esperienza e il nostro compito è rispondere alle aspettative di chi lo sceglie, attraverso prodotti capaci di coniugare gusto e innovazione»

Le abitudini di consumo stanno cambiando e il settore del caffè è attraversato da nuove tendenze, dalla ricerca di prodotti di qualità all'attenzione per la sostenibilità e all'innovazione. Come state interpretando queste trasformazioni e quali strategie state sviluppando per intercettare le esigenze dei consumatori e rafforzare la presenza di Saquella sui mercati internazionali?

«Siamo soddisfatti che il consumatore mostri un interesse crescente per la qualità, perché questo ci stimola a migliorare continuamente. Oggi l'espresso deve essere un'esperienza e il nostro compito è rispondere alle aspettative di chi lo sceglie, attraverso prodotti capaci di coniugare gusto e innovazione. Per noi innovazione e sostenibilità riguardano sia il prodotto, con lo sviluppo di nuovi formati e imballaggi, sia i processi produttivi. Dal 2023, ad esempio, gli stabilimenti sono dotati di impianti fotovoltaici e prestiamo particolare attenzione alla selezione dei fornitori e alla sostenibilità della filiera, in linea anche con l'evoluzione delle normative europee. Sul fronte internazionale, la crescita si basa sulla conoscenza diretta dei mercati e su un rapporto costante con i distributori, ai quali offriamo formazione, assistenza e consulenza, partecipando insieme alle fiere di settore. L'obiettivo è comprendere le esigenze dei diversi Paesi, valorizzare il prodotto e costruire relazioni commerciali solide e durature».

Arnaldo Saquella, alla guida di Saquella Caffè assieme alle sorelle Ilaria e Bianca



Il riconoscimento del Mimit attraverso un francobollo della serie "Le Eccellenze del sistema produttivo e del Made in Italy" celebra Saquella Caffè come espressione della cultura e della capacità imprenditoriale italiana. Che valore attribuite a questo omaggio e quanto è importante, oggi, che la cultura del caffè italiano venga riconosciuta e promossa come parte integrante del patrimonio del nostro Paese?

Oggi siamo noi, la quinta generazione della famiglia, a portare avanti questo percorso: io mi occupo del canale Horeca in Italia e sono amministratore delegato delle società in Germania e Regno Unito, mia sorella Bianca, presidente, segue i processi produttivi, mentre Ilaria è responsabile della direzione commerciale e dello sviluppo dei mercati internazionali. Il nostro compito è custodire una storia lunga 170 anni, ma soprattutto farla evolvere attraverso investimenti in innovazione, sostenibilità e nuovi processi produttivi, mantenendo sempre al centro la qualità dell'espresso italiano. Il francobollo celebrativo rappresenta per noi un riconoscimento che va oltre l'azienda e rende omaggio alla capacità delle imprese familiari italiane di attraversare le generazioni e portare nel mondo la cultura del made in Italy. Desidero condividere questo traguardo con la mia famiglia, i nostri collaboratori e tutti i professionisti che hanno contribuito a costruire questa storia, perché un'azienda può appartenere a una famiglia, ma un percorso lungo 170 anni si realizza soltanto grazie al contributo di tante persone».

• **Giada Amerio**


Carthusia
I PROFUMI DI CAPRI
Carthusia
BASILICO
PREMIO 2026
Accademia del
PROFUMO
VINCITORE
MIGLIOR PROFUMO
MADE IN ITALY
MASCHILE
CAPRI - POSITANO - SORRENTO - NAPOLI
ROMA - MILANO - TOKYO
CARTHUSIA.COM

Una scelta che guarda alla crescita del Paese

Il ministro dell'Ambiente e della sicurezza energetica Gilberto Pichetto Fratin illustra il percorso verso il ritorno al nucleare, le misure per contenere il caro energia e gli investimenti necessari per costruire un sistema energetico più competitivo e sostenibile

Il Governo punta a completare entro Natale il quadro normativo per il ritorno al nucleare sostenibile, con l'obiettivo di rendere operativi i primi reattori nella metà del prossimo decennio. Una strategia che guarda ai piccoli reattori modulari e all'integrazione con le fonti rinnovabili, senza perdere di vista l'urgenza di contenere il costo dell'energia per famiglie e imprese. Il ministro dell'Ambiente e della sicurezza energetica, Gilberto Pichetto Fratin delinea le priorità per rafforzare l'indipendenza energetica, sostenere la competitività del sistema produttivo e investire nella ricerca e nella formazione, affinché le nuove generazioni possano essere protagoniste della trasformazione energetica.

Ministro, il Governo sta compiendo un passo importante verso il ritorno al nucleare sostenibile, con l'impegno di presentare entro Natale i decreti attuativi della legge e l'obiettivo di rendere operativi i primi reattori nella metà del prossimo decennio. Quali saranno i passaggi decisivi per trasformare questa scelta strategica in una concreta opportunità per l'indipendenza energetica e la competitività dell'Italia?

«Il ritorno al nucleare sostenibile è una scelta strategica per il futuro energetico e industriale dell'Italia. Non partiamo da zero: il nostro Paese dispone di competenze scientifiche, tecnologiche e industriali di assoluto valore, che dobbiamo mettere nelle condizioni di esprimere tutto il loro potenziale. Il primo passaggio è completare il quadro normativo, con i decreti attuativi previsti entro Natale, per dare certezza alle regole e consentire a imprese e investitori di programmare le proprie attività. Dovremo poi lavorare sulla sicurezza, sui percorsi autorizzativi, sulla formazione delle competenze e sul rafforzamento della filiera nazionale, valorizzando la collaborazione tra università, centri di ricerca e sistema produttivo. L'obiettivo è creare le condizioni perché i primi reattori possano diventare operativi nella metà del prossimo decennio, attraverso un percorso rigoroso e fondato sulle migliori tecnologie disponibili. Il nucleare di nuova generazione, in particolare i piccoli reattori modulari, potrà affiancare le rinnovabili, contribuendo a garantire una produzione programmabile, a basse emissioni e capace di sostenere la domanda delle nostre imprese. La sicurezza energetica non si costruisce con una sola tecnologia, ma con un mix equilibrato. Per l'Italia significa ridurre la dipendenza dalle importazioni, rafforzare la nostra autonomia strategica e offrire al sistema industriale energia più stabile e competitiva. È una scelta che guarda alla crescita del Paese e alla sua capacità di affrontare le sfide dei prossimi decenni».

Il caro energia continua a pesare su famiglie e imprese, mentre l'Italia resta esposta alle oscillazioni dei mercati internazionali. Lei ha sottolineato la necessità di trattare con Bruxelles per ampliare i risparmi già ottenuti e contenere i costi. Quali margini di intervento ci sono oggi a livello europeo e quali misure ritiene indispensabili per dare risposte immediate al sistema produttivo e ai cittadini?

«Il costo dell'energia resta una delle questioni più urgenti per la competitività delle imprese e per il potere d'acquisto delle famiglie. L'Italia paga ancora una forte esposizione alle dinamiche dei mercati internazionali, in particolare del gas. Per questo dobbiamo intervenire su due fronti: dare risposte nel breve periodo e affrontare le cause strutturali del differenziale di costo che penalizza il nostro sistema produttivo. Sul piano europeo, il confronto con la Commissione è fondamentale per individuare margini di flessibilità nelle regole e strumenti che consentano agli Stati membri di sostenere famiglie e imprese senza compromettere il funzionamento del mercato unico. Dobbiamo valorizzare le possibilità offerte dai quadri europei sugli aiuti di Stato, individuare soluzioni efficaci per i settori maggiormente esposti e proseguire il lavoro per rendere più sostenibili i costi energetici per le attività produttive. Nell'immediato, è necessario concentrare gli interventi su chi subisce maggiormente l'impatto dei prezzi, con particolare attenzione alle famiglie vulnerabili e alle imprese energivore».



Gilberto Pichetto Fratin, ministro dell'Ambiente e della sicurezza energetica

E guardando oltre le misure emergenziali?

«Occorre accelerare gli investimenti nelle rinnovabili, nelle reti e nei sistemi di accumulo, rafforzare le interconnessioni e sviluppare tutte le tecnologie in grado di ridurre la dipendenza dal gas importato. La risposta più solida al caro energia è infatti aumentare la disponibilità di energia prodotta in Italia, diversificare le fonti e rendere il sistema più resiliente agli shock internazionali. Dobbiamo farlo con pragmatismo, utilizzando tutti gli strumenti disponibili a livello nazionale ed europeo. La transizione energetica deve essere anche una transizione economicamente sostenibile: la decarbonizzazione è un obiettivo essenziale, ma deve procedere insieme alla competitività delle imprese e alla tutela dei cittadini».

Ministro, nelle sue dichiarazioni lei richiama spesso la responsabilità di costruire oggi le condizioni per garantire energia pulita, stabile e accessibile alle generazioni future. È proprio il nucleare di nuova generazione, insieme alle rinnovabili, uno dei pilastri di questa visione. Che cosa si sente di dire ai giovani che guardano al futuro del Paese e quanto ritiene fondamentale investire fin da ora in ricerca, competenze e formazione per rendere l'Italia protagonista di questa trasformazione energetica?

«Ai giovani vorrei dire che la trasformazione energetica non è soltanto una sfida da affrontare, ma una grande opportunità da cogliere. Le scelte che compiamo oggi determineranno la qualità dell'ambiente, la solidità della nostra economia e le possibilità di lavoro e di crescita che sapremo offrire alle prossime generazioni. Per questo abbiamo la responsabilità di investire fin da ora nella ricerca, nella formazione e nelle competenze. Il nucleare di nuova generazione, le rinnovabili, gli accumuli, le reti intelligenti e le tecnologie per l'efficienza energetica richiedono professionalità altamente qualificate. Abbiamo bisogno di ingegneri, ricercatori, tecnici specializzati e nuove competenze industriali. Dobbiamo creare le condizioni affinché i nostri talenti possano crescere in Italia, partecipare all'innovazione e contribuire allo sviluppo di nuove filiere produttive. Il nostro Paese possiede una tradizione scientifica e industriale importante, che va rafforzata attraverso la collaborazione tra istituzioni, università, centri di ricerca e imprese. Investire in ricerca significa anche costruire autonomia tecnologica, creare occupazione qualificata e rafforzare il ruolo dell'Italia nelle catene del valore europee e internazionali. Il messaggio che voglio trasmettere ai giovani è che il futuro dell'energia non è già scritto: dipende anche dalla loro capacità di studiare, innovare e mettersi in gioco. A noi spetta il compito di costruire un quadro di regole e investimenti che permetta loro di farlo. Perché garantire energia pulita, sicura e accessibile non è soltanto un obiettivo ambientale: è una responsabilità verso il Paese e verso le generazioni che verranno». **•CG**

IL FUTURO DELL'ENERGIA

Non è già scritto: dipende anche dalla capacità dei giovani di studiare, innovare e mettersi in gioco



CLIVET
Natural Comfort

Il clima ideale per sognare in grande.





Facile sentirsi una star quando in casa c'è l'atmosfera giusta.

Con i sistemi di climatizzazione in pompa di calore Clivet, hai un ambiente confortevole in ogni stagione. Raffrescamento, riscaldamento e tutta l'acqua calda che ti serve, risparmiando sulla bolletta.

Continua a sognare su Clivet.com

Futuro in corso.

**Da oltre 140 anni,
siamo impegnati per il progresso
e la sicurezza energetica del Paese.
Anche adesso, anche qui.**

Puntiamo su fonti rinnovabili e tecnologie innovative
per garantire un sistema energetico stabile
e affidabile, al servizio delle generazioni future.



Impianto eolico Edison, provincia di Foggia.

EDISON | Diventiamo l'energia che cambia tutto.

La sostenibilità non è soltanto un adempimento

Ignazio Capuano indica le priorità per rafforzare le filiere italiane, sostenere il mercato delle materie prime seconde e trasformare la sostenibilità in un fattore di competitività per il sistema produttivo

L'economia circolare rappresenta oggi una componente sempre più strategica dello sviluppo industriale, capace di coniugare tutela ambientale, innovazione e crescita economica. In Italia, il sistema del riciclo degli imballaggi ha raggiunto risultati significativi grazie alla collaborazione tra imprese, istituzioni, Comuni e operatori della filiera. «La nuova sfida è consolidare questi traguardi- chiarisce il presidente CONAI Ignazio Capuano- superando le criticità legate alla domanda di materiali riciclati e creando un mercato europeo più competitivo e integrato».

Presidente Capuano, l'Italia ha raggiunto risultati importanti nel riciclo degli imballaggi, confermando il valore di un sistema che coniuga tutela ambientale, sviluppo industriale e creazione di ricchezza. Quali sono, a suo giudizio, i punti di forza del modello CONAI e in che modo questa esperienza può rappresentare un riferimento anche a livello europeo?

«La responsabilità ambientale può tradursi in risultati concreti, generando benefici per l'ambiente, per l'industria e per il sistema Paese. Uno dei punti di forza del sistema è la capacità di mettere in relazione imprese, Comuni, gestori della raccolta e operatori del riciclo, costruendo una filiera integrata e condivisa. È un'esperienza che dimostra come la collaborazione tra pubblico e privato possa trasformare un obbligo ambientale in un'opportunità di sviluppo. Crediamo che questo approccio possa offrire indicazioni importanti anche a livello europeo, dove è necessario rafforzare il mercato delle materie prime seconde e creare condizioni più omogenee per sostenere gli investimenti e la competitività delle filiere».

L'economia circolare non si esaurisce nel riciclo, ma richiede una progettazione degli imballaggi sempre più orientata alla riduzione dei materiali, al riutilizzo e alla riciclabilità. Quali cambiamenti sono oggi necessari per coinvolgere maggiormente le imprese in questa evoluzione e rendere la circolarità parte integrante dei processi produttivi?

«La circolarità deve entrare fin dalla fase di progettazione, attraverso imballaggi che utilizzino le risorse in modo efficiente, siano più facilmente riciclabili e, dove sostenibile e appropriato, favoriscano il riutilizzo. Per accelerare questo percorso servono innovazione, competenze, collaborazione lungo tutta la catena e regole chiare, capaci di accompagnare le imprese nelle scelte industriali. È importante che la sostenibilità sia considerata non soltanto un adempimento, ma un fattore di competitività. Conai può contribuire mettendo a disposizione delle aziende strumenti, conoscenze e supporto per migliorare le prestazioni ambientali degli imballaggi e favorire soluzioni coerenti con l'evoluzione delle filiere del riciclo».

Una delle sfide più urgenti riguarda il mercato delle materie prime seconde: senza una domanda adeguata di materiali riciclati, il sistema rischia di perdere competitività e di non valorizzare pienamente gli investimenti compiuti. Quali interventi industriali e normativi ritiene prioritari per sostenere il riciclo, favorire l'impiego di materiali recuperati e rafforzare le filiere italiane?

«La priorità è colmare il divario tra la capacità di riciclare e la domanda effettiva di materiali riciclati. Senza un mercato in grado di assorbire le materie prime seconde, rischiamo di non valorizzare pienamente gli investimenti compiuti e le risorse recuperate. Come evidenziato dallo studio realizzato con Teha Group, l'economia circolare è una leva strategica di politica industriale europea: la filiera del riciclo genera 555 miliardi di euro di impatto economico e oltre 3 milioni di posti di lavoro. Servono quindi regole certe, standard condivisi sulla qualità dei materiali, investimenti industriali e condizioni di mercato che favoriscano l'impiego delle materie prime seconde europee, contrastando le distorsioni concorrenziali. Dobbiamo costruire un mercato più integrato, capace di trattenere valore in Europa, rafforzare le filiere produttive e ridurre la dipendenza dalle risorse importate».



Ignazio Capuano, presidente CONAI

Guardando ai prossimi anni, quali sono gli obiettivi strategici di CONAI per accelerare la transizione verso un'economia realmente circolare e quale contributo possono offrire le imprese, le istituzioni e i cittadini per trasformare la sostenibilità in un'opportunità concreta di innovazione e crescita per il Paese?

«La sfida dei prossimi anni è fare in modo che l'economia circolare diventi sempre più una componente strutturale della competitività industriale italiana ed europea. Per CONAI significa continuare a rafforzare i risultati del riciclo degli imballaggi, sostenere l'innovazione nella progettazione e contribuire allo sviluppo di un mercato solido per le materie prime seconde. Ma nessun attore può raggiungere questi obiettivi da solo. Alle imprese chiediamo di investire in ecoprogettazione e nell'utilizzo di materiali riciclati; alle istituzioni di garantire un quadro normativo stabile e coerente e di favorire gli investimenti; ai cittadini di continuare a contribuire con una raccolta differenziata di qualità». •**GM**

LA CIRCOLARITÀ

Deve entrare fin dalla fase di progettazione, attraverso imballaggi che utilizzino le risorse in modo efficiente, siano più facilmente riciclabili e, dove sostenibile e appropriato, favoriscano il riutilizzo





RINNOVA IL TUO IMPIANTO A COSTO ZERO

Illuminare evitando gli sprechi di energia

Un Mondo di Luce è il progetto Beghelli che prevede la **sostituzione "a costo zero" degli impianti di illuminazione di vecchia generazione con apparecchi di nuova generazione ad altissima efficienza**. Una soluzione "chiavi in mano" e "a costo zero" grazie al **risparmio energetico ottenuto, garantito contrattualmente**, con possibilità di ottenimento anche dei **Certificati Bianchi** e accesso agli **incentivi** legati al piano di **Transizione 5.0**.

Per uffici, negozi, scuole, parcheggi, strutture sanitarie, industria, logistica, aeroporti.

AUDIT ENERGETICO

CALCOLO ILLUMINOTECNICO

ANALISI COSTI-BENEFICI

INSTALLAZIONE SENZA PENSIERI

RISPARMIO ENERGETICO GARANTITO

MANUTENZIONE INCLUSA

Contattaci su
beghelli.it sezione *Per l'ambiente - I nostri servizi per la Sostenibilità*
numero verde **800266626**

Beghelli
Servizi

Sfide ambientali e industriali

Agli Stati Generali della Green Economy 2026 il presidente della Fondazione per lo Sviluppo Sostenibile ha indicato le priorità per accelerare la decarbonizzazione, rafforzare l'economia circolare e rendere le imprese più competitive

Dalla semplificazione delle autorizzazioni per gli impianti rinnovabili al ruolo dell'intelligenza artificiale, fino alla necessità di nuovi investimenti europei, la transizione ecologica rappresenta una sfida ambientale e industriale, da affrontare, come ci ricorda il presidente della Fondazione Sviluppo Sostenibile Edo Ronchi- con politiche coerenti e attenzione alle ricadute sociali.

Quali i temi centrali affrontati agli Stati Generali della Green Economy 2026 e quali priorità ritiene oggi indispensabili per accelerare la transizione ecologica in Italia?

«Dopo un'estate torrida, caratterizzata da temperature record e da periodi prolungati di allerta per il caldo in numerose città italiane, con conseguenze sulla salute, è evidente quanto sia urgente rafforzare le misure per affrontare la crisi climatica.

Un segnale preoccupante arriva anche dalle emissioni di gas serra: nel 2025, per la prima volta dopo anni, sono aumentate in Italia, mentre nel primo semestre del 2026 hanno ripreso a diminuire, seppure lievemente. Occorre quindi accelerare la decarbonizzazione, riducendo i consumi di petrolio e gas attraverso il risparmio energetico, l'efficienza e la sostituzione delle fonti fossili. In questa direzione sono fondamentali lo sviluppo delle energie rinnovabili e una maggiore elettrificazione dei consumi, sia negli edifici, attraverso la diffusione delle pompe di calore, sia nella mobilità, favorendo i veicoli elettrici e il trasporto ferroviario. Queste scelte consentono anche di ridurre la dipendenza dalle importazioni di combustibili fossili, esposte alle tensioni geopolitiche e ai conflitti internazionali, e di contenere gli effetti delle oscillazioni dei prezzi».

Quali altre scelte è necessario fare?

«Accanto alla mitigazione, è indispensabile investire nell'adattamento climatico. Non possiamo più permetterci di sottovalutare la crisi e di farci trovare impreparati: occorre ridurre la vulnerabilità dei territori attraverso interventi come i rifugi climatici, le città spugna e altre soluzioni capaci di aumentare la resilienza urbana. Con la conclusione dei finanziamenti del Pnrr, sarà inoltre necessario individuare nuove risorse, pubbliche e private, per garantire continuità a questi interventi. Un altro tema centrale riguarda la crescente difficoltà di approvvigionamento e i prezzi elevati di numerose materie prime strategiche, particolarmente rilevanti per un Paese manifatturiero come l'Italia. Questa condizione impone un cambiamento strutturale del modello di sviluppo: dobbiamo superare un'economia lineare, che consuma risorse e produce sprechi, per affermare un'economia circolare, capace di utilizzare i materiali in modo più efficiente, ridurre la dipendenza dalle materie prime e rigenerare valore. Sono queste le priorità su cui concentrare l'impegno per rendere la transizione ecologica più efficace e rafforzare, al tempo stesso, la sicurezza energetica e la competitività del sistema produttivo».



TRA LE PRIORITÀ

Superare un'economia lineare, che consuma risorse e produce sprechi, per affermare un'economia circolare, capace di utilizzare i materiali in modo più efficiente, ridurre la dipendenza dalle materie prime e rigenerare valore

Economia circolare e decarbonizzazione rappresentano due leve fondamentali per trasformare il sistema produttivo. Quali sono, a suo avviso, le strategie e gli interventi necessari per coniugare la riduzione dell'impatto ambientale con la competitività delle imprese e lo sviluppo industriale?

«Servono strategie chiare e di lungo periodo, non interventi dettati dall'emergenza. La crisi climatica e la crescente scarsità di materie prime dimostrano che la transizione verso un'economia decarbonizzata e circolare è una condizione indispensabile per uno sviluppo duraturo e di qualità. Per conciliare sostenibilità e competitività occorrono un quadro normativo stabile e interventi coerenti ed efficaci. In Italia, uno dei principali ostacoli per le imprese è il costo dell'energia elettrica, legato anche all'elevata incidenza del gas. Sospendere il sistema Ets, che prevede il pagamento per le emissioni di CO_2, rischierebbe di penalizzare le aziende che hanno investito nella decarbonizzazione e di rallentare lo sviluppo delle rinnovabili. La soluzione strutturale è accelerare la sostituzione dei combustibili fossili con fonti rinnovabili, meno costose e disponibili sul territorio nazionale. Esistono già decine di gigawatt di impianti solari ed eolici in attesa di autorizzazione. Occorre quindi semplificare le procedure, fissare tempi certi per le decisioni e superare gli ostacoli burocratici, tutelando al contempo le aree di particolare pregio paesaggistico. Solo così potremo ridurre i costi energetici, rafforzare la competitività delle imprese e sostenere concretamente la transizione ecologica».

Di fronte alle sfide climatiche e alle trasformazioni tecnologiche in corso, quale ruolo possono svolgere l'innovazione e le politiche pubbliche nel favorire la transizione ecologica?

«L'innovazione, a partire dall'intelligenza artificiale, può dare un contributo importante alla transizione ecologica: dalla gestione della produzione distribuita di energia rinnovabile all'efficienza energetica negli edifici e nei processi industriali, fino alla mobilità elettrica e all'economia circolare. È importante, tuttavia, che il suo sviluppo non sia concentrato nelle mani di poche grandi imprese e che anche i data center diventino più efficienti nei consumi di energia e acqua. Sul fronte delle politiche pubbliche, sarebbe utile un nuovo Pnrr europeo, articolato per obiettivi e sostenuto da risorse finanziarie comuni, per accompagnare gli investimenti necessari».

Quali condizioni servono per trasformare gli obiettivi ambientali in opportunità concrete di crescita per il Paese?

«La transizione ecologica comporta anche costi e non sempre genera opportunità economiche immediate. Migliorare la qualità dell'aria, mantenere pulite le città e proteggere i fiumi sono obiettivi essenziali per il benessere collettivo, da perseguire valutando attentamente il rapporto tra costi e benefici. Quando una riconversione produttiva comporta conseguenze per l'occupazione e il reddito, è inoltre necessario tutelare i lavoratori coinvolti. Esistono anche interventi capaci di produrre vantaggi economici diretti, come le rinnovabili, oggi competitive rispetto al gas nella produzione elettrica, e il riciclo, che permette di recuperare materie prime e ridurre i costi di smaltimento. Per valorizzare queste opportunità occorre però superare gli interessi contrari al cambiamento e sostenere con politiche coerenti le soluzioni più vantaggiose per l'ambiente e per la collettività».• **GM**

Edo Ronchi, presidente Fondazione Sviluppo Sostenibile



Un valore condiviso

Il presidente dell'Inail Fabrizio d'Ascenzo, punta su prevenzione, innovazione tecnologica e formazione per promuovere una cultura della sicurezza capace di tutelare la salute e la dignità di ogni lavoratore



La sicurezza sul lavoro non può esaurirsi nel rispetto delle norme, ma deve diventare un valore condiviso, parte integrante della vita delle imprese e dei lavoratori. Il presidente dell'Inail Fabrizio D'Ascenzo illustra le strategie dell'Istituto per rafforzare la prevenzione, affrontare i nuovi rischi legati alle trasformazioni del lavoro e promuovere una responsabilità collettiva in cui la tutela della vita sia sempre una priorità.

Presidente D'Ascenzo lei ha l'opportunità di incidere su un tema che riguarda concretamente la vita di milioni di lavoratori: la tutela della salute e della sicurezza. Qual è la sua visione per un Inail sempre più protagonista nella costruzione di una vera cultura della prevenzione nel nostro Paese?

«La promozione della cultura della salute e della sicurezza sul lavoro rappresenta uno degli obiettivi strategici dell'Inail e una responsabilità che coinvolge l'intero sistema Paese. Nel corso del 2025, a seguito dell'emanazione del decreto 159, il Governo e il Parlamento hanno ulteriormente riconosciuto e rafforzato il ruolo dell'Istituto quale protagonista del sistema di tutela della sicurezza sul lavoro, con lo scopo di incidere in modo significativo sul numero, ancora troppo elevato, di infortuni e malattie professionali. È proprio in questa direzione che l'ente intende andare per essere sempre al passo con le trasformazioni in atto, rinnovando e rafforzando la propria missione, fondata sul principio della tutela globale integrata».

UNA SFIDA CULTURALE

Dobbiamo passare da una logica dell'adempimento a una logica della prevenzione, da una sicurezza percepita come costo a una sicurezza riconosciuta come valore, da una responsabilità delegata a pochi a una responsabilità condivisa da tutti

Gli infortuni sul lavoro e le malattie professionali continuano a rappresentare una delle questioni più delicate nel rapporto tra lavoro, diritti e responsabilità. Quali sono oggi, a Suo avviso, le principali criticità su cui occorre intervenire con maggiore urgenza?

«La questione richiede innanzitutto un cambio di prospettiva. L'infortunio sul lavoro non può essere considerato un evento inevitabile né un tema che si esaurisce nella dimensione assicurativa. Disponiamo di un apparato normativo avanzato, ma la sicurezza non può ridursi a una sequenza di adempimenti formali. Deve invece tradursi in comportamenti concreti e in scelte capaci di incidere realmente sulla vita quotidiana dei lavoratori. Non è un caso che l'Inail continui a investire in attività di formazione, consulenza e sostegno alle imprese: la prevenzione efficace nasce dalla conoscenza e dalla consapevolezza. In ogni caso credo che la sfida più importante sia quella culturale. Dobbiamo passare da una logica dell'adempimento a una logica della prevenzione, da una sicurezza percepita come costo a una sicurezza riconosciuta come valore, da una responsabilità delegata a pochi a una responsabilità condivisa da tutti».

Il mondo del lavoro sta cambiando rapidamente, tra innovazione tecnologica, intelligenza artificiale, nuove forme di organizzazione e trasformazione delle professionalità. Come sta cambiando, di conseguenza, anche il concetto di sicurezza sul lavoro e quali nuove rischi occorre imparare a prevenire?

«Il mondo del lavoro sta cambiando con una rapidità senza precedenti e, con esso, mutano anche i rischi che i lavoratori affrontano legati alle trasformazioni tecnologiche, climatiche e alle nuove forme di organizzazione produttiva che impongono un aggiornamento costante degli strumenti di tutela. Il Piano delle attività di ricerca Inail 2025-2027 individua soluzioni innovative capaci di favorire ambienti di lavoro sani e sicuri e approfondisce gli effetti prodotti dall'impiego dei sistemi digitali sulla salute e sulla sicurezza nei luoghi di lavoro. L'Istituto ha già avviato importanti sperimentazioni che coinvolgono realtà aumentata, sistemi immersivi, sensoristica, dispositivi indossabili e robotica, anche con riferimento alle loro possibili applicazioni nei percorsi di riabilitazione e di reinserimento lavorativo delle persone con disabilità da lavoro. È il segno di una prevenzione che non rincorre il cambiamento, ma cerca di guidarlo».

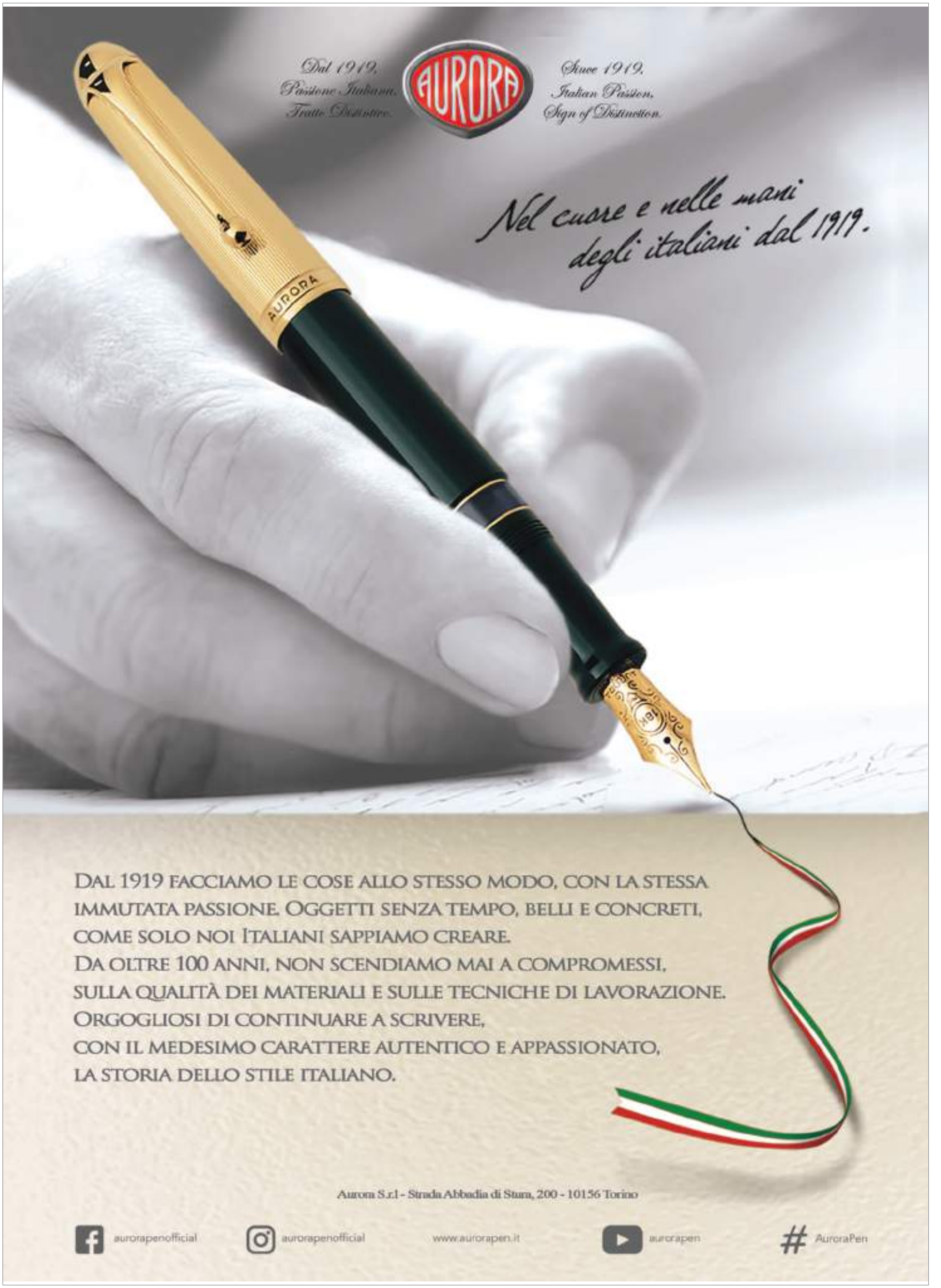
La prevenzione non può essere affidata soltanto alle norme e ai controlli, ma richiede consapevolezza e responsabilità condivise. Quale ruolo possono avere istituzioni, imprese, lavoratori e sistema formativo nel costruire una cultura della sicurezza realmente radicata nel Paese?

«Affinché la salute e la sicurezza possano affermarsi come valore condiviso è indispensabile l'azione congiunta di istituzioni, parti sociali, imprese e lavoratori. La finalità condivisa, ribadisco, è rafforzare ulteriormente un'autentica cultura della sicurezza. È proprio questo il fine delle iniziative che abbiamo promosso insieme al Ministero del Lavoro e delle Politiche sociali, all'Ispettorato nazionale del lavoro e a tutti gli attori del sistema della prevenzione. Il nostro approccio si fonda sul principio strategico che la sicurezza non può essere garantita esclusivamente attraverso norme, controlli e sanzioni, ma richiede una scelta consapevole e responsabile da parte di tutti i soggetti coinvolti. Occorre promuovere una grande alleanza nazionale, valorizzando il ruolo di tutti e favorendo l'adozione diffusa di comportamenti orientati alla tutela della vita, della salute e della dignità del lavoro».• **GM**



Fabrizio d'Ascenzo, presidente Inail


U.Power
Don't worry... be happy!
RED STRATOS
SEMPLICEMENTE
STRATOSFERICHE!
SPOT TV | SCAN ME
WWW.U-POWER.AI
RONALDINHO
OFFICIAL TESTIMONIAL


Dal 1919.
Passione Italiana.
Tratto Distintivo.
AURORA
Since 1919.
Italian Passion.
Sign of Distinction.
Nel cuore e nelle mani
degli italiani dal 1919.
AURORA
DAL 1919 FACCIAMO LE COSE ALLO STESSO MODO, CON LA STESSA
IMMUTATA PASSIONE. OGGETTI SENZA TEMPO, BELLI E CONCRETI,
COME SOLO NOI ITALIANI SAPPIAMO CREARE.
DA OLTRE 100 ANNI, NON SCENDIAMO MAI A COMPROMESSI,
SULLA QUALITÀ DEI MATERIALI E SULLE TECNICHE DI LAVORAZIONE.
ORGOGLIOSI DI CONTINUARE A SCRIVERE,
CON IL MEDESIMO CARATTERE AUTENTICO E APPASSIONATO,
LA STORIA DELLO STILE ITALIANO.
Aurora S.r.l - Strada Abbadia di Stura, 200 - 10156 Torino
aurorapenofficial
aurorapenofficial
www.aurorapen.it
aurorapen
#AuroraPen

Il nodo della stagnazione salariale

Pesano ormai da anni sui lavoratori italiani il nodo strutturale delle retribuzioni e le criticità della contrattazione collettiva. L'analisi di Pietro Ichino indica alcune strade da percorrere

Le famiglie italiane si preparano a un nuovo autunno "bollente", con rincari medi stimati tra 633 e 900 euro, trainati dall'energia, dai carburanti e dal carrello della spesa. A pesare non è però soltanto l'aumento del costo della vita: resta irrisolto il nodo della stagnazione salariale, che da anni rappresenta una delle principali anomalie del mercato del lavoro italiano. A fare il punto è Pietro Ichino, giuslavorista e professore di diritto del lavoro, con una lunga esperienza in politica e nel sindacato.

Professor Ichino, lei insiste sul fatto che la stagnazione delle retribuzioni nel nostro Paese è strettamente legata alla stagnazione della produttività del lavoro, dovuta a elementi strutturali del nostro tessuto produttivo. Come se ne può uscire?

«Per aumentare la produttività del lavoro occorre innanzitutto favorire la migrazione della forza-lavoro verso le aziende più capaci di valorizzarla; il che implica smettere di incoraggiare le persone a rimanere attaccate con le unghie e coi denti alle aziende a bassa produttività, o addirittura decotte, come invece facciamo sistematicamente. Implica inoltre potenziare molto le politiche attive nel mercato del lavoro, volte a favorire, indirizzare e sostenere concretamente la migrazione necessaria».

Ma se la domanda di lavoro manca...

«Oggi il mercato del lavoro italiano si caratterizza per uno squilibrio molto marcato tra domanda di manodopera e offerta, nel senso che le imprese faticano a trovare le persone di cui avrebbero bisogno: metà dei posti vacanti resta scoperta per molti mesi e accade frequentemente che le imprese rinuncino a coprirli. Questo accade in tutti i settori e a tutti i livelli di professionalità. Per questo sarebbe



IL NANISMO DEL TESSUTO PRODUTTIVO

È un fattore depressivo ulteriore per la produttività del lavoro, perché le imprese piccole non investono in ricerca e sviluppo e non riescono ad approfittare tempestivamente dell'innovazione tecnologica

di importanza cruciale trasferire drasticamente risorse dal mantenimento in vita di posti di lavoro di fatto inesistenti, con la Cassa integrazione "a zero ore" senza speranza, alla creazione di percorsi mirati alla riconversione delle persone, mirata in modo preciso a ciò che le imprese cercano e non trovano».

Resta il fatto che il nostro tessuto produttivo si caratterizza per la netta prevalenza di imprese di minime dimensioni.

«E questo è un fattore depressivo ulteriore per la produttività del lavoro, perché le imprese piccole non investono in ricerca e sviluppo e non riescono ad approfittare tempestivamente dell'innovazione tecnologica. Per correggere questo "nanismo" del nostro tessuto produttivo, occorrerebbe aumentare l'apertura e l'attrattività del nostro Paese nei confronti delle imprese multinazionali, dove la produttività del lavoro è mediamente superiore del 50 per cento rispetto alle nostre imprese indigene: nel nostro Paese si registra invece un'ostilità bi-partisan nei confronti delle imprese multinazionali straniere. E infatti la nostra capacità di attrarle è la più bassa d'Europa».

Nel suo libro *L'intelligenza del lavoro*, lei sostiene che il lavoratore è sempre più capace di scegliere dove lavorare. Questo significa che le imprese dovranno competere anche per trovare le persone di cui hanno bisogno e per attirare le migliori. Può essere questa una delle strade per migliorare le condizioni di lavoro?

«Certo, logica vorrebbe che se il lavoro scarseggia il prezzo del lavoro aumentasse. Effettivamente, in qualche segmento del mercato del lavoro questo accade; ma non accade abbastanza, anche perché il mercato del lavoro italiano è ancora un mercato più vischioso rispetto a quello degli altri Paesi centro-e nord-europei. Il severance cost a carico delle aziende è mediamente più elevato e sono mediamente molto meno efficienti i servizi al mercato del lavoro che dovrebbero favorire la mobilità delle persone, aumentandone la capacità di scelta dell'impresa più capace di valorizzare il loro lavoro».

Cosa cambia in concreto con la norma sulla trasparenza retributiva?

«La direttiva UE n. 2023/970 impone all'imprenditore, in presenza di una differenza di retribuzione a parità di contenuto delle mansioni, di verbalizzarne il motivo. La cosa curiosa è che la direttiva prevede esplicitamente la possibilità che la differenza sia motivata, oltre che in vari altri modi, anche eventualmente con una diversa intensità dell'impegno ("effort") delle due persone interessate; nel d.lgs. n. 96/2026 che ha recepito in Italia la direttiva, invece, la menzione della possibile diversità di impegno individuale inspiegabilmente è scomparsa. Con buona pace di tutti i discorsi sul "premiare il merito"».

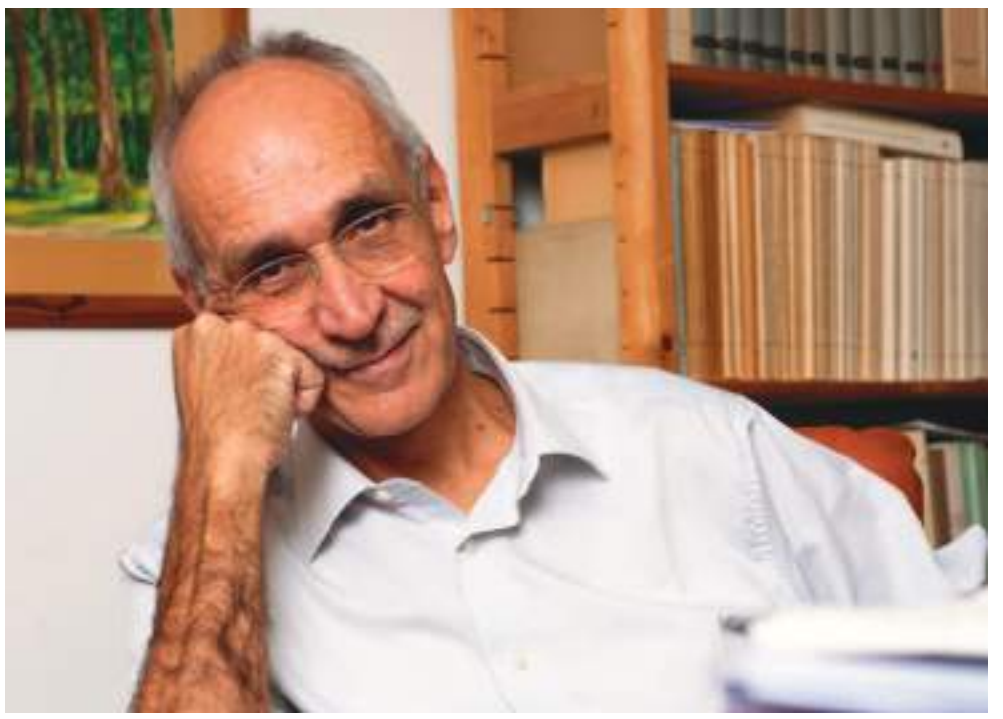
Chi deve avere oggi l'autorità di stabilire il valore del lavoro e quindi il livello dei salari?

«Il decreto-legge del Primo Maggio ha provato a risolvere la questione, individuando lo standard retributivo inderogabile nel trattamento economico complessivo previsto dal contratto collettivo stipulato dai sindacati più rappresentativi. Restano aperti però due problemi. Il primo è che in molti settori a bassa produttività, soprattutto nel comparto dei servizi, anche i contratti collettivi stipulati dai sindacati maggiori stentano a essere rinnovati; e talvolta, anche dopo il rinnovo, i giudici considerano i nuovi minimi tabellari insufficienti rispetto al precetto costituzionale della giusta retribuzione. In realtà, finché la produttività del lavoro resta bassa, non c'è né contratto collettivo né giudice o ispettore che possa far aumentare i livelli salariali senza causare disoccupazione o lavoro nero».

Qual è il secondo problema?

«La contrattazione collettiva non arriva dappertutto: alcuni settori marginali sono scoperti, soprattutto, ma non soltanto, nei settori dove sono più diffuse le collaborazioni autonome continuative. Lì sarebbe indispensabile uno standard minimo orario determinato per legge o in via amministrativa; dovrebbe però essere determinato in termini di potere d'acquisto reale della moneta, cioè modulato in base al costo della vita, che è molto diverso da zona a zona. Altrimenti sarà sempre o troppo basso per il centro-nord del Paese, con effetti depressivi sui livelli salariali reali, o troppo alto per il Mezzogiorno, producendo disoccupazione e/o lavoro nero». **•Francesca Druidi**

Pietro Ichino, giuslavorista e professore emerito di diritto del lavoro nell'Università di Milano





Unlock powerful consolidation, performance, and savings with Infinidat's enterprise storage solutions.

Lenovo
INFINIDAT

visit www.infinidat.com

Il ruolo chiave della consulenza

Il presidente di Assoconsult Alberto Antonietti, indica nelle competenze manageriali, nella trasformazione digitale e nella valorizzazione del capitale umano le leve per accompagnare la crescita delle imprese italiane

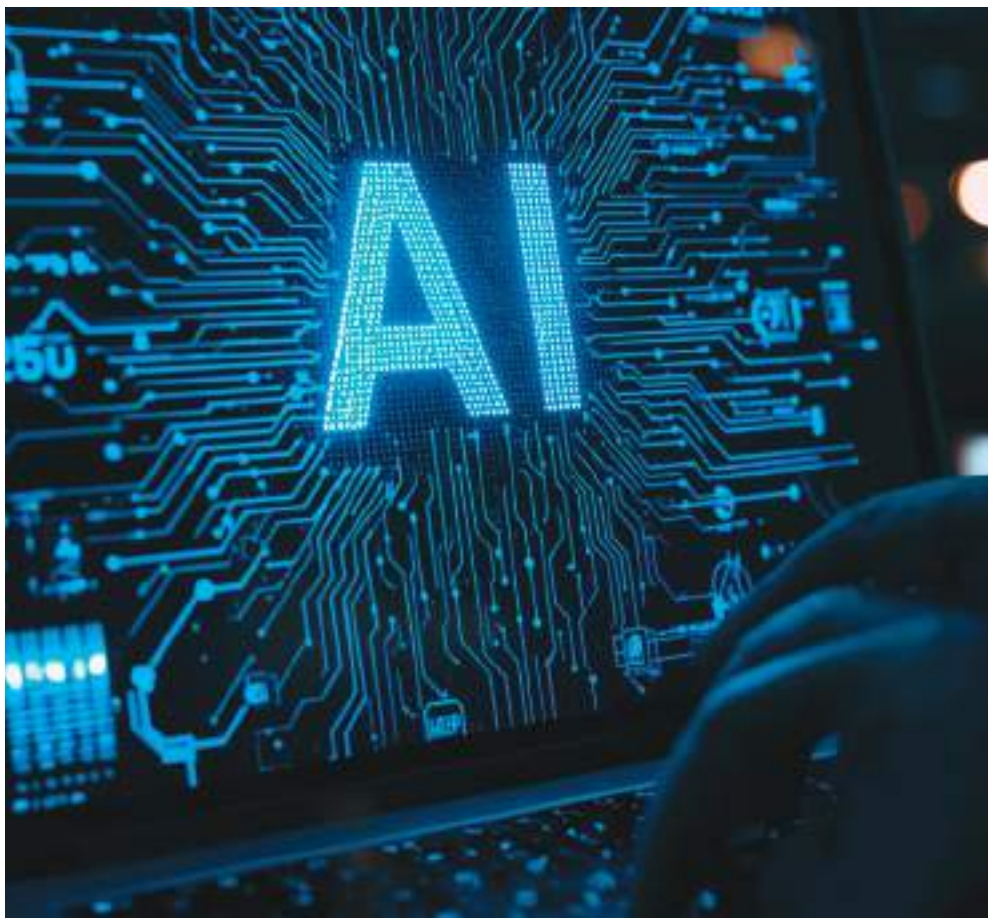
La consulenza di management rappresenta già oggi una componente chiave della capacità di innovazione e trasformazione del nostro Paese. «È un settore- precisa il presidente di Assoconsult Alberto Antonietti- che, considerando il perimetro più ampio dei servizi di consulenza alle imprese, genera circa 35 miliardi di euro di fatturato e impiega oltre 300.000 professionisti, con una presenza significativa di giovani e donne».

Presidente il contributo della consulenza va però ben oltre questi numeri.

«Esattamente. Negli ultimi decenni la consulenza ha accompagnato trasformazioni profonde di interi settori, dal sistema bancario e assicurativo, alla manifattura e alle utilities, fino a fornire un contributo sempre più elevato all'ammodernamento alla Pubblica Amministrazione. La nostra ambizione, come Assoconsult, è valorizzare maggiormente questo patrimonio di competenze e rafforzare il ruolo della consulenza come partner strategico per la competitività del sistema Paese. Stiamo lavorando su tre direttrici: promuovere una cultura manageriale orientata all'innovazione e alla qualità dell'organizzazione; rafforzare il dialogo con imprese, amministrazioni e istituzioni per favorire gli investimenti in trasformazione trainati dalle nuove sfide geo-politiche e tecnologiche; valorizzare la professione, anche attraverso un nuovo Manifesto della Consulenza, costruito ascoltando imprese, professionisti, università e stakeholder istituzionali. Vogliamo contribuire a diffondere una convinzione: investire in competenze manageriali, capacità organizzativa e leadership, è importante quanto investire in impianti, nuove tecnologie e infrastrutture».

Le imprese italiane, in particolare le piccole e medie realtà, devono confrontarsi con sfide che vanno dalla trasformazione digitale all'intelligenza artificiale, dalla transizione organizzativa alla competitività internazionale. In che modo la consulenza di management può aiutarle a trasformare questi cambiamenti in concrete opportunità di sviluppo e innovazione?

«La sfida principale delle imprese italiane non è semplicemente adottare nuove tecnologie, ma riuscire a trasformarle in produttività, competitività e crescita. L'intelligenza artificiale è un esempio emblematico. Il suo valore non deriva dall'acquisto di una piattaforma, ma dalla capacità di ripensare processi, modelli operativi, organizzazione del lavoro e competenze. È proprio qui che la consulenza può e deve contribuire in modo distintivo: aiutare le imprese a individuare le opportunità, definire una visione di cambiamento e accompagnarne la realizzazione, integrando competenze strategiche, organizzative e tecnologiche».



L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Sta modificando il modo stesso di produrre consulenza: molte attività di analisi, elaborazione e produzione di contenuti saranno progressivamente automatizzate, mentre crescerà il valore delle competenze capaci di interpretare problemi complessi, formulare scelte strategiche e guidare il cambiamento

Per le Pmi questa funzione è ancora più importante.

«Si perché spesso non dispongono internamente di tutte le competenze necessarie per affrontare trasformazioni complesse. Come Assoconsult stiamo promuovendo anche proposte concrete di politica industriale, affinché gli incentivi pubblici non sostengano soltanto l'acquisto di tecnologie e macchinari, ma l'intero investimento necessario a realizzare una trasformazione: dalla progettazione alla gestione dei dati, dall'integrazione tecnologica alla formazione delle persone. Il nostro obiettivo è contribuire a rendere l'innovazione accessibile a una platea più ampia di imprese, trasformando il potenziale tecnologico in risultati economici e organizzativi misurabili».

Il settore della consulenza si fonda soprattutto sul valore delle persone, sulla qualità delle competenze e sulla capacità di interpretare i cambiamenti economici e tecnologici. Come sta evolvendo la domanda di professionalità e quali competenze ritiene indispensabili per le società di consulenza che vogliono mantenere un ruolo centrale nei processi di trasformazione delle imprese?

«La consulenza è un'industria fondata sul capitale umano e sta attraversando una trasformazione profonda, probabilmente una delle più significative della sua storia. L'intelligenza artificiale sta modificando il modo stesso di produrre consulenza: molte attività di analisi, elaborazione e produzione di contenuti saranno progressivamente automatizzate, mentre crescerà il valore delle competenze capaci di interpretare problemi complessi, formulare scelte strategiche e guidare il cambiamento. A mio avviso, emergeranno tre capacità distintive. La prima è l'integrazione delle competenze: tecnologia, strategia, organizzazione e conoscenza dei settori industriali dovranno dialogare sempre più strettamente. La seconda è la capacità di accompagnare il cambiamento delle persone e delle organizzazioni. La tecnologia può accelerare la trasformazione, ma sono leadership, cultura aziendale e comportamenti a determinarne il successo. La terza è la capacità di generare risultati concreti e misurabili, superando una concezione della consulenza centrata prevalentemente sull'analisi e sulle raccomandazioni. Cambieranno anche i modelli di sviluppo professionale delle società di consulenza, chiamate a ripensare formazione, percorsi di carriera e modalità di lavoro tra persone e intelligenza artificiale. Credo tuttavia che il tratto distintivo della nostra professione rimarrà profondamente umano: la capacità di comprendere le organizzazioni, costruire fiducia e assumersi la responsabilità di accompagnare decisioni e trasformazioni complesse». • **GA**



Alberto Antonietti, presidente Assoconsult

Un cauto ottimismo

Il presidente di Fiaip analizza le trasformazioni del mercato immobiliare italiano e indica le priorità per favorire l'accesso all'abitazione, valorizzare il patrimonio esistente e qualificare la professione degli agenti immobiliari

Il mercato immobiliare italiano dimostra capacità di tenuta, ma presenta criticità legate alle differenze territoriali, all'aumento dei costi e alle difficoltà di accesso alla casa. Per Fabrizio Segalerba, presidente Fiaip, occorre intervenire con politiche abitative strutturali, sostenere giovani e famiglie e promuovere una maggiore collaborazione tra pubblico e privato. Parallelamente, la Federazione punta sulla riforma della professione, sulla formazione continua e sull'innovazione tecnologica per garantire trasparenza, competenza e tutela dei cittadini.

Presidente qual è oggi lo stato di salute del mercato immobiliare italiano?

«Il mercato immobiliare italiano continua a dimostrare una significativa capacità di tenuta, pur in un contesto economico e geopolitico caratterizzato da profonde incertezze. Nel primo semestre del 2026 le compravendite residenziali sono cresciute del 2,1 per cento rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, confermando come la casa rimanga un riferimento fondamentale nelle scelte delle famiglie italiane, non soltanto come bene patrimoniale, ma come elemento di sicurezza, stabilità e progettualità. Sarebbe tuttavia riduttivo giudicare lo stato di salute del mercato esclusivamente attraverso il numero delle compravendite. Oggi assistiamo a un mercato sempre più selettivo, nel quale si accentuano le differenze tra territori, qualità degli immobili e capacità di spesa degli acquirenti».

Dopo le oscillazioni degli ultimi anni, quali tendenze stanno caratterizzando la domanda e l'offerta?

«Le abitazioni ben collegate, inserite in contesti dotati di servizi e caratterizzate da buone prestazioni energetiche incontrano una domanda sostenuta. Al contrario, una parte importante del patrimonio immobiliare, soprattutto quello più datato e bisognoso di interventi di riqualificazione, rischia una progressiva perdita di competitività. Non esiste quindi un unico mercato immobiliare italiano, ma una pluralità di mercati locali, con dinamiche differenti tra grandi città, centri intermedi, aree costiere e territori interni. La vera questione è che, nelle aree economicamente più attrattive, la domanda cresce più rapidamente della disponibilità di abitazioni adeguate, alimentando una pressione sui prezzi e sui canoni di locazione. È uno squilibrio che merita attenzione perché rischia di trasformare la vitalità economica di alcuni territori in un fattore di esclusione abitativa».

Quali sono le prospettive per il settore nel prossimo futuro?



«Guardiamo al futuro con un cauto ottimismo, ma nella consapevolezza che la stabilità del mercato dipenderà soprattutto dall'andamento dei redditi, dal costo del credito e dalla capacità delle famiglie di sostenere le spese quotidiane. Un mercato immobiliare può essere dinamico nei numeri, ma non pienamente equilibrato se una parte crescente della popolazione incontra difficoltà ad accedere alla casa. Per questo ritengo che la sfida dei prossimi anni non sia soltanto sostenere le compravendite, ma favorire un mercato capace di coniugare crescita economica, qualità dell'abitare e accessibilità».

L'accesso alla casa rappresenta una questione sempre più centrale per il Paese, soprattutto per giovani, famiglie e fasce di popolazione con minore capacità di spesa. Quali sono oggi i principali ostacoli all'acquisto di un'abitazione e quali interventi ritiene necessari per rendere il mercato più accessibile?

LA SFIDA DEI PROSSIMI ANNI

Non è soltanto sostenere le compravendite, ma favorire un mercato capace di coniugare crescita economica, qualità dell'abitare e accessibilità



«L'accesso alla casa è diventato una delle grandi questioni sociali ed economiche del nostro tempo. Il problema non riguarda soltanto il prezzo degli immobili, ma il crescente divario tra il costo complessivo dell'abitare e la capacità reddituale delle famiglie, particolarmente evidente per i giovani e per chi si affaccia per la prima volta sul mercato. Pensiamo a una giovane coppia che dispone di due redditi da lavoro, magari con contratti non ancora sufficientemente stabili. Anche quando sarebbe in grado di sostenere una rata di mutuo, può incontrare difficoltà nel reperire il capitale iniziale necessario per l'acquisto, al quale si aggiungono imposte, spese notarili e costi accessori. È un ostacolo che rischia di rinviare decisioni fondamentali della vita, dalla formazione di una famiglia alla scelta di

avere figli. La questione abitativa si intreccia quindi inevitabilmente con quella demografica. In un Paese che registra da anni un progressivo calo delle nascite, rendere più difficile l'accesso a un'abitazione significa incidere anche sulle prospettive delle nuove generazioni e sulla stessa sostenibilità futura del nostro sistema economico e sociale».

Sul fronte delle politiche abitative, quali strumenti ritiene prioritari per ampliare l'offerta di abitazioni e favorire un equilibrio tra le esigenze di chi cerca casa e la tutela dei proprietari?

«Occorre intervenire contemporaneamente sulla domanda e sull'offerta. Sul primo versante, riteniamo necessario rafforzare gli strumenti di garanzia pubblica per l'accesso al credito, a partire dal Fondo Consap, ampliando le opportunità per chi possiede una capacità reddituale adeguata ma non dispone di sufficienti risparmi iniziali. Sul versante dell'offerta serve invece una politica abitativa nazionale che non si esaurisca in misure emergenziali. Il Piano Casa deve poggiare su tre pilastri: edilizia residenziale pubblica per le fasce più fragili, edilizia sociale per quella parte crescente di popolazione che non riesce ad accedere né al mercato libero né all'edilizia pubblica, e condizioni favorevoli agli investimenti privati. Dobbiamo inoltre recuperare e valorizzare il patrimonio edilizio esistente, a cominciare dagli immobili pubblici inutilizzati, promuovendo la rigenerazione urbana e limitando il consumo di nuovo suolo. L'Italia non può permettersi di lasciare inutilizzata una parte del proprio patrimonio mentre cresce il numero delle persone che faticano a trovare un'abitazione. La risposta, tuttavia, non può essere individuata nella compressione generalizzata dei diritti dei proprietari. La casa rappresenta spesso il risultato di una vita di lavoro e di risparmio, talvolta tramandato tra generazioni. Una politica abitativa efficace deve tutelare chi cerca casa senza penalizzare chi mette a disposizione il proprio immobile. Il principio è semplice: aumentare l'offerta di abitazioni realmente disponibili, attraverso una collaborazione equilibrata tra pubblico e privato, è la strada più solida per rendere prezzi e canoni maggiormente sostenibili».

In un mercato in continua trasformazione, quale ruolo è chiamata a svolgere oggi la Fiaip per qualificare ulteriormente la professione dell'agente immobiliare?

«Fiaip rappresenta una professione che svolge una funzione economica e sociale molto più ampia di quanto venga comunemente percepito. L'agente immobiliare non è semplicemente il soggetto che mette in relazione chi vende e chi acquista, oppure chi concede un immobile in locazione e chi desidera abitarlo. È un professionista che contribuisce alla trasparenza del mercato, alla corretta formazione dei valori immobiliari, alla sicurezza delle transazioni e alla tutela dei risparmi delle famiglie. Quando una famiglia acquista una casa, spesso assume una delle decisioni economicamente più importanti della propria vita. È una scelta che può impegnare risorse accumulate in decenni di lavoro e, frequentemente, comportare un finanziamento destinato a durare venti o trent'anni. Per questo la qualità della consulenza immobiliare non è un elemento accessorio: rappresenta una componente essenziale della tutela del cittadino. Il nostro Paese possiede uno straordinario patrimonio immobiliare privato, che costituisce una parte fondamentale della ricchezza delle famiglie italiane. La sua corretta valorizzazione assume quindi una rilevanza che supera i confini del settore. Il valore degli immobili incide sulla solidità patrimoniale delle famiglie e costituisce una componente importante delle garanzie poste a sostegno del credito bancario. Un mercato immobiliare trasparente, efficiente e professionalmente qualificato contribuisce, di conseguenza, anche alla stabilità del sistema economico nazionale. È partendo da questa consapevolezza che Fiaip sta portando avanti un'importante iniziativa di riforma della professione».



L'AGENTE IMMOBILIARE

È un professionista che contribuisce alla trasparenza del mercato, alla corretta formazione dei valori immobiliari, alla sicurezza delle transazioni e alla tutela dei risparmi delle famiglie

La riforma della professione passa anche attraverso nuove competenze e percorsi formativi. Quanto sono importanti la formazione continua e l'innovazione tecnologica, a partire dall'intelligenza artificiale, per affrontare le nuove sfide del mercato?

«Il disegno di legge AS 1894, promosso dalla Federazione, nasce dall'esigenza di aggiornare una disciplina professionale che ha il proprio riferimento fondamentale nella Legge 39 del 1989. Da allora il mercato è cambiato radicalmente: sono cambiate le norme, le responsabilità, gli strumenti tecnologici e, soprattutto, le aspettative dei cittadini. Consideriamo particolarmente significativo che due nostre proposte, l'introduzione di un percorso universitario quale ulteriore modalità di accesso alla professione e la formazione continua obbligatoria, siano state recepite nel testo base del disegno di legge sulla concorrenza attualmente all'esame parlamentare. La formazione, tuttavia, non può essere considerata soltanto un adempimento. Deve diventare una componente strutturale dell'identità professionale. Un agente immobiliare deve possedere competenze giuridiche, fiscali, urbanistiche, economiche e tecnologiche sempre più approfondite, perché sempre più complessi sono gli interessi che è chiamato a tutelare. In questo scenario, anche l'intelligenza artificiale rappresenta una straordinaria opportunità. Può migliorare l'analisi dei dati, rendere più efficienti i processi, supportare le valutazioni e ampliare la capacità di interpretare il mercato. Ma la tecnologia deve rafforzare la professionalità, non sostituire la responsabilità umana. Nessun algoritmo può assumersi, da solo, la responsabilità di accompagnare una famiglia in una decisione patrimoniale così importante».

Oltre alla qualificazione professionale, Fiaip punta a rafforzare il proprio ruolo di interlocutore delle istituzioni. Quali sono le priorità sulle quali intendete incidere per contribuire all'evoluzione del mercato immobiliare italiano?

«Fiaip intende essere protagonista di questa trasformazione, non soltanto attraverso la qualificazione professionale, ma anche

Fabrizio Segalerba, presidente Fiaip



rafforzando il proprio ruolo di interlocutore delle istituzioni sui grandi temi dell'abitare, della fiscalità immobiliare, della rigenerazione urbana e della tutela del patrimonio edilizio. La nostra ambizione è contribuire a costruire un mercato nel quale competenza, trasparenza e innovazione non siano soltanto valori dichiarati, ma garanzie concrete per i cittadini. Perché valorizzare la professione dell'agente immobiliare significa, in definitiva, contribuire a valorizzare il patrimonio delle famiglie italiane e una componente essenziale della ricchezza del Paese». •**Gaia Santi**

Nuova aroTHERM pro: la più compatta

STA BENE OVUNQUE.

Per un'installazione esterna ultra semplice: la nostra aroTHERM pro compatta con l'esclusiva funzione Flexible Space.

Vaillant

Dare voce alla filiera

Il presidente di Confindustria Assoimmobiliare, Davide Albertini Petroni, punta su investimenti, regole certe e politiche abitative di lungo periodo per rafforzare la competitività del settore e ampliare l'offerta di case accessibili

L'industria immobiliare rappresenta una componente importante dello sviluppo economico e sociale italiano, con ricadute sull'occupazione, sulla qualità delle città e sulla competitività dei territori. Davide Albertini Petroni, presidente di Confindustria Assoimmobiliare, illustra le priorità della filiera: favorire gli investimenti, accelerare la rigenerazione urbana, ampliare l'offerta abitativa e creare un quadro normativo e fiscale più stabile, capace di attrarre capitali nazionali e internazionali.

Qual è oggi il ruolo di Confindustria Assoimmobiliare nel rappresentare e sostenere l'industria immobiliare italiana?

«L'Associazione rappresenta una filiera ampia e articolata, che comprende investitori istituzionali, sviluppatori, società di gestione del risparmio e imprese di servizi e consulenza al real estate. Il nostro compito è dare voce a queste realtà, mettere in relazione competenze diverse e rappresentarne le priorità nel dibattito pubblico. L'attività di questa filiera, che si è ampliata e professionalizzata nel corso degli ultimi anni, ha ricadute molto concrete: sostiene la crescita e l'occupazione e contribuisce alla qualità dei luoghi in cui viviamo, lavoriamo, facciamo acquisti e trascorriamo il tempo libero. Per questo vogliamo che il valore dell'industria immobiliare, economico e sociale, sia pienamente riconosciuto nel dibattito sul futuro del Paese».

In che modo l'associazione lavora per dare voce agli operatori del settore, promuovere il dialogo con le istituzioni e contribuire alla definizione di politiche capaci di favorire gli investimenti, l'innovazione e la crescita del comparto?

«Il nostro lavoro parte dall'ascolto degli associati. Negli ultimi anni abbiamo ampliato la base associativa perché le diverse prospettive dei vari ambiti della filiera rafforzano la voce del settore e ci permettono di formulare proposte condivise ed efficaci. I nostri 25 Comitati e Tavoli tecnici coinvolgono oltre 600 rappresentanti delle imprese associate e sviluppano analisi e proposte su temi che, oltre a quelli verticali dedicati alle diverse asset class, spaziano dalla normativa, alla fiscalità, alle politiche per l'abitare, all'innovazione digitale ai modelli di investimento e gestione, fino alla sostenibilità energetica. Portiamo questo lavoro nel dialogo con le Istituzioni nazionali e locali. Attraverso il Comitato Città Metropolitane, sono attivi tavoli a Milano, Roma e Torino, nei quali affrontiamo con le Amministrazioni questioni urbanistiche e regolatorie e le prospettive di sviluppo dei territori».

State rafforzando anche la dimensione europea.

«Sì, da quest'anno siamo parte di Build Europe, la Federazione che riunisce 23 associazioni nazionali europee di sviluppatori e costruttori di abitazioni e la scorsa settimana abbiamo organizzato il primo Congresso annuale di Build Europe in Italia, a Napoli, portando delegati di 20 Paesi. Lo scorso anno abbiamo chiuso un accordo di collaborazione con Afilog, Associazione internazionale dell'immobiliare logistico. Sono tutte occasioni per confrontarci con altri mercati e per portare la prospettiva italiana nel dibattito europeo».

Quali condizioni ritiene necessarie affinché il settore venga riconosciuto pienamente come una leva strategica di sviluppo e competitività nazionale?

«Il settore immobiliare è una leva strategica per la competitività del Paese. Urbanizzazione e cambiamenti demografici, sociali ed economici stanno ridisegnando il Paese e la domanda immobiliare. Alcune città concentrano popolazione, lavoro e servizi mentre altri territori perdono residenti e funzioni. Servono investimenti capaci di accompagnare le aree in crescita e restituire vitalità a quelle in difficoltà. Diventa quindi decisiva la rigenerazione urbana, che recupera parti di città e mette in relazione luoghi di lavoro, servizi, infrastrutture, spazi pubblici e abitazioni. Ed è soprattutto nell'abitare che il ruolo dell'immobiliare si avverte nella vita quotidiana».

La casa è una priorità crescente per cittadini e decisori pubblici, anche a livello europeo.

«Nel residenziale, l'Italia parte da una quota di investimenti istituzionali ancora limitata: circa l'8 per cento, contro una media europea del 25 per cento. Inoltre, circa l'80 per cento delle iniziative riguarda meno di 100 appartamenti. Sono segnali di un mercato frammentato, con un potenziale ancora inespresso. Negli ultimi cinque anni i nostri Associati hanno realizzato circa 24mila alloggi a prezzi accessibili, un esempio concreto del contributo del settore alla domanda sociale. Ma per ampliare l'offerta servono interventi di scala adeguata, capaci di coniugare qualità e accessibilità. Il Piano Casa è un primo passo verso una politica industriale con una visione di lungo periodo per l'immobiliare. Ora occorre estendere questa impostazione ad altri comparti strategici: hospitality, logistica, data center e retail, importanti per l'attrattività turistica, le filiere produttive, le infrastrutture digitali e la vitalità dei territori».

Quali sono oggi i principali ostacoli agli investimenti e quali riforme ritiene prioritarie per rendere l'Italia più attrattiva?

«Gli investitori internazionali guardano con interesse all'Italia. Per trasformare questo interesse in progetti concreti serve un equilibrio tra rendimento, dimensione degli interventi e qualità di ciò che si realizza. Le vicende recenti hanno mostrato quanto sia essenziale poter contare su regole chiare e stabili nel tempo, anche in ambito urbanistico, e su procedure autorizzative certe. Sono necessarie anche alcune revisioni della normativa fiscale applicata al settore immobiliare, in particolare per quanto riguarda il regime Iva delle locazioni residenziali al fine di poter ampliare l'offerta abitativa in locazione. Norme urbanistiche chiare e previsioni fiscali in linea con quelle degli altri Paesi europei sono due condizioni essenziali per favorire gli investimenti e realizzare progetti capaci di rispondere ai bisogni delle comunità e delle filiere produttive, a partire da una maggiore offerta di abitazioni a prezzi accessibili. Ma non dimentichiamo che per raggiungere questo obiettivo dobbiamo mobilitare maggiormente anche i capitali domestici, coinvolgendo una platea più ampia di investitori, compresi quelli non istituzionali e il risparmio privato su cui questo Paese può contare». • **Alessandro Gallo**



Davide Albertini Petroni, presidente di Confindustria Assoimmobiliare

GLI INVESTITORI INTERNAZIONALI

Guardano con interesse all'Italia. Per trasformare questo interesse in progetti concreti serve un equilibrio tra rendimento, dimensione degli interventi e qualità di ciò che si realizza



Le nuove sfide del mercato immobiliare

Chiara Pelizzoni analizza le dinamiche del settore tra domanda sostenuta, scarsità di alloggi e crescente difficoltà di accesso alla proprietà e alla locazione



Il mercato immobiliare italiano attraversa una fase di forte dinamismo, ma anche di profonde contraddizioni. Dopo anni di crescita delle compravendite e dei canoni di locazione, i livelli raggiunti dai prezzi cominciano a mettere alla prova la capacità di spesa delle famiglie, coinvolgendo non più soltanto le fasce economicamente più fragili, ma anche il ceto medio. Nelle grandi città la domanda continua a essere sostenuta, mentre la scarsità di abitazioni disponibili, il peso degli affitti brevi e l'aumento dei costi dei finanziamenti rendono sempre più complesso l'accesso alla casa. Parallelamente, piccoli centri e aree interne devono fare i conti con lo spopolamento e con un patrimonio immobiliare spesso inutilizzato o bisognoso di riqualificazione. Chiara Pelizzoni, senior project manager Area Territorio e Immobiliare di Nomisma, ci aiuta ad analizzare le trasformazioni del settore, le differenze territoriali e le prospettive dei prossimi anni, alla luce delle dinamiche economiche e sociali che stanno ridisegnando il mercato.

Quali sono oggi le principali dinamiche che caratterizzano il mercato immobiliare italiano?

«Il mercato immobiliare italiano ha registrato negli ultimi anni performance particolarmente positive, sia sul fronte delle compravendite sia su quello delle locazioni, con una crescita significativa dei prezzi e dei canoni. Nell'ultimo semestre, tuttavia, abbiamo rilevato alcuni segnali di rallentamento: i tempi necessari per concludere una compravendita o trovare un inquilino tendono ad allungarsi. La domanda rimane sostenuta, soprattutto nelle principali città, ma i livelli ormai elevati dei prezzi e degli affitti rendono sempre più difficile l'accesso al mercato per una parte degli acquirenti e dei potenziali locatari. Di conseguenza, cresce la tendenza a rimandare le decisioni o a valutare con maggiore cautela le opportunità disponibili. Questo fenomeno è particolarmente evidente a Milano, dove lo avevamo già riscontrato nel primo semestre, come documentato dai dati pubblicati a luglio. Sulla base delle rilevazioni del nostro Osservatorio Immobiliare e del sentiment degli operatori che consultiamo periodicamente, ci aspettiamo che questa tendenza possa confermarsi anche nella seconda parte dell'anno».

IL PROBLEMA PRINCIPALE

È rappresentato dalla scarsità di alloggi disponibili, soprattutto nei grandi centri urbani. A questa situazione ha contribuito anche la crescente destinazione di una parte dell'offerta agli affitti brevi, che ha sottratto ulteriori immobili al mercato delle locazioni tradizionali



Come stanno evolvendo le compravendite e i prezzi degli immobili e quali tendenze si stanno delineando sul mercato?

«Il mercato si trova in una fase caratterizzata da quotazioni particolarmente elevate, dopo anni di forte crescita della domanda abitativa. Nel periodo successivo alla pandemia, infatti, l'interesse per l'acquisto e la locazione è aumentato sensibilmente, per poi registrare un rallentamento tra il 2023 e il 2024, principalmente a causa dell'incremento dei tassi dei mutui, determinato dalle politiche della Banca centrale europea per contrastare l'inflazione. Già tra il 2024 e il 2025 si è tuttavia assistito a una ripresa



UNA FRATTURA TERRITORIALE E SOCIALE

Da una parte piccoli centri con immobili inutilizzati e scarsa attrattività, dall'altra grandi città dinamiche, ma sempre meno accessibili anche per una parte significativa del ceto medio

della domanda, che ha riportato pressione su un mercato caratterizzato da un'offerta abitativa insufficiente, soprattutto nelle grandi città. Il risultato è una crescente difficoltà di accesso alla casa, sia in proprietà sia in affitto, in un contesto in cui i prezzi e i canoni hanno raggiunto livelli sempre meno sostenibili per una parte della popolazione».

Quali fattori economici e sociali stanno incidendo maggiormente sull'accessibilità alla casa per famiglie, giovani e studenti?

«Il problema principale è rappresentato dalla scarsità di alloggi disponibili, soprattutto nei grandi centri urbani. A questa situazione ha contribuito anche la crescente destinazione di una parte dell'offerta agli affitti brevi, che ha sottratto ulteriori immobili al mercato delle locazioni tradizionali. Esiste, inoltre, un patrimonio consistente di abitazioni che rimangono vuote e inutilizzate, pur essendo nella disponibilità dei proprietari. Secondo i dati Istat, il fenomeno riguarda numerose città: a Bologna, ad esempio, si stimano tra i 13 e i 15 mila alloggi sfitti, a fronte di circa 6 mila immobili destinati agli affitti brevi. Recuperare queste abitazioni e riportarle sul mercato non è semplice, perché molti proprietari temono il rischio di morosità e le difficoltà legate alla gestione degli inquilini, preferendo mantenere gli immobili a propria disposizione. Si tratta di una criticità che riguarda tutta Europa e che viene definita housing affordability, ovvero accessibilità economica alla casa. Un problema sempre più rilevante, che sta alimentando anche le recenti proteste degli studenti, particolarmente penalizzati dai costi degli affitti nelle città universitarie».

Il mercato immobiliare presenta differenze significative tra territori, città metropolitane e centri di dimensioni più contenute. Quali sono le aree che mostrano maggiore dinamismo e quali, invece, le principali criticità?

«L'Italia presenta un mercato immobiliare estremamente eterogeneo, caratterizzato da profonde differenze territoriali, legate alla conformazione geografica, alla distribuzione della popolazione e alle opportunità economiche. Nelle aree montane dell'Appennino e in molti piccoli centri del Sud la criticità principale è rappresentata dallo spopolamento, con le giovani generazioni che si trasferiscono altrove in cerca di maggiori opportunità. In questi territori si registra spesso un'offerta abitativa persino superiore alla domanda, ma composta in larga parte da immobili poco fruibili, non ristrutturati o appartenenti a patrimoni familiari che avrebbero bisogno di interventi di riqualificazione per tornare sul mercato».

La situazione è quasi opposta nelle grandi città.

«Sì, la domanda rimane molto elevata e i prezzi hanno raggiunto livelli che rendono l'acquisto sempre più difficile anche per le fasce di reddito medio. Il problema, infatti, non riguarda più soltanto le categorie economicamente più fragili, ma coinvolge anche quelli che tradizionalmente erano considerati i ceti medi: impiegati, insegnanti, medici e professionisti. A Milano, per esempio, anche una famiglia con due redditi può incontrare notevoli difficoltà nell'acquistare un'abitazione di dimensioni contenute, arrivando a dover sottoscrivere mutui con durate superiori ai trent'anni per sostenere il costo di un appartamento di appena 80 metri quadrati. Si sta quindi accentuando una frattura territoriale e sociale: da una parte piccoli centri con immobili inutilizzati e scarsa attrattività, dall'altra grandi città dinamiche, ma sempre meno accessibili anche per una parte significativa del ceto medio».

Quali prospettive si delineano per il mercato immobiliare italiano nei prossimi anni?

«Le nostre previsioni vengono aggiornate periodicamente attraverso modelli econometrici che tengono conto anche delle dinamiche macroeconomiche, sempre più determinanti per l'andamento del mercato immobiliare. Da almeno quindici anni, infatti, soprattutto nelle grandi città, il settore mostra una forte sensibilità agli shock economici internazionali. Del resto, circa il 60-70 per cento degli acquisti immobiliari avviene ricorrendo a un mutuo e, quando il costo del finanziamento aumenta, molte famiglie preferiscono rinviare l'acquisto o il cambio di abitazione. Per i prossimi anni ci troviamo di fronte a un quadro complesso».

A cosa assisteremo quindi?

«Da un lato, potrebbero manifestarsi nuove pressioni inflazionistiche e tensioni internazionali, con possibili ripercussioni sui costi energetici e sulle catene di approvvigionamento; dall'altro, il mercato immobiliare italiano, sia a livello nazionale sia nelle principali città, ha già raggiunto volumi di compravendita tra i più elevati dell'ultimo decennio e, in alcuni casi, degli ultimi quindici anni. A questo si aggiunge il divario tra l'andamento dei prezzi immobiliari e quello dei salari, che negli ultimi anni non hanno registrato una crescita paragonabile. Le famiglie, quindi, incontrano difficoltà crescenti nell'accedere alla proprietà, soprattutto in presenza di condizioni di finanziamento meno favorevoli. Per gli investitori, invece, l'attuale livello delle quotazioni può rappresentare un'opportunità, pur in un mercato esposto a una maggiore volatilità. La prospettiva è dunque quella di un settore che mantiene livelli elevati di attività, ma nel quale la sostenibilità economica dell'acquisto rappresenta una criticità sempre più evidente». •**Cristiana Golfarelli**

Chiara Pelizzoni, senior project manager Area Territorio e Immobiliare di Nomisma



Cresce l'attenzione per l'oro come bene rifugio

Nunzio Ragno richiama l'attenzione sulla necessità di tutelare l'intera filiera, semplificare il quadro normativo e contrastare l'abusivismo, valorizzando il ruolo dell'oro nel mercato e nel risparmio



A.N.T.I.C.O. rappresenta l'intera filiera dell'oro e dei metalli preziosi, dando voce a tutte le imprese che ne fanno parte: dalle aziende di fusione e lavorazione dell'oro e dei metalli preziosi, alle imprese di fabbricazione orafa, fino ai commercianti di oro da investimento e oggetti preziosi. Uno degli elementi distintivi dell'Associazione è la specializzazione nella conoscenza delle normative che regolano il comparto. «Una competenza- precisa il presidente Nunzio Ragno- che mettiamo a disposizione della filiera, attraverso lo studio e l'approfondimento delle leggi di settore, con l'obiettivo di comprenderne e migliorarne gli impatti sull'operatività delle imprese. A testimonianza del nostro ruolo di rappresentanza, siamo inoltre l'unica Associazione del comparto orafo a far parte del Consiglio dei Partecipanti dell'OAM (Organismo Agenti e Mediatori), in rappresentanza commercianti di oro da investimento e di oggetti preziosi, iscritti ai relativi registri previsti dalla legge. A questo si affianca un'attività costante di confronto e interlocuzione con le istituzioni, finalizzata all'individuazione di strumenti e soluzioni per l'ottimizzazione operativa delle imprese della filiera orafa. Riteniamo, infatti, che rappresentanza, competenza normativa e dialogo istituzionale siano strumenti fondamentali per tutelare gli operatori e creare condizioni più favorevoli allo sviluppo e alla competitività dell'intero comparto».

Quali sono oggi le principali dinamiche che stanno interessando il settore e quali opportunità, ma anche criticità, si presentano per gli operatori della filiera?

«Stiamo assistendo a una crescente attenzione verso l'oro, favorita da uno scenario internazionale caratterizzato da tensioni geopolitiche e instabilità economica, che ne hanno consolidato il ruolo di bene rifugio. Ciò ha prodotto effetti su entrambi i versanti del mercato: da un lato, le quotazioni particolarmente elevate hanno favorito una maggiore propensione dei consumatori a dismettere vecchi gioielli, con un conseguente incremento dei volumi di attività degli operatori compro oro; dall'altro, la funzione di bene rifugio dell'oro ha alimentato l'interesse di un numero crescente di risparmiatori e investitori verso il suo acquisto, in particolare sotto forma di oro da investimento. Quest'ultimo ha assunto un peso sempre più rilevante nelle strategie di diversificazione del risparmio, affiancandosi alle forme di investimento più tradizionali, quali strumenti finanziari, immobili e attività produttive. Si è così assistito a una significativa espansione del mercato e a un conseguente incremento degli operatori attivi. Accanto a queste opportunità, permangono tuttavia criticità che riguardano soprattutto il quadro normativo. Gli operatori devono confrontarsi con una pluralità di disposizioni amministrative, fiscali e antiriciclaggio, non sempre adeguatamente coordinate tra loro, che possono generare incertezze interpretative. Su questo fronte A.N.T.I.C.O. è impegnata nel confronto con le Istituzioni per la formulazione di proposte volte a favorire una maggiore armonizzazione e chiarezza delle regole».

L'ORO DA INVESTIMENTO

Ha assunto un peso sempre più rilevante nelle strategie di diversificazione del risparmio, affiancandosi alle forme di investimento più tradizionali, quali strumenti finanziari, immobili e attività produttive

Quali sono gli interventi normativi prioritari per garantire maggiore chiarezza e semplificazione, mantenendo al tempo stesso elevati livelli di trasparenza e sicurezza?

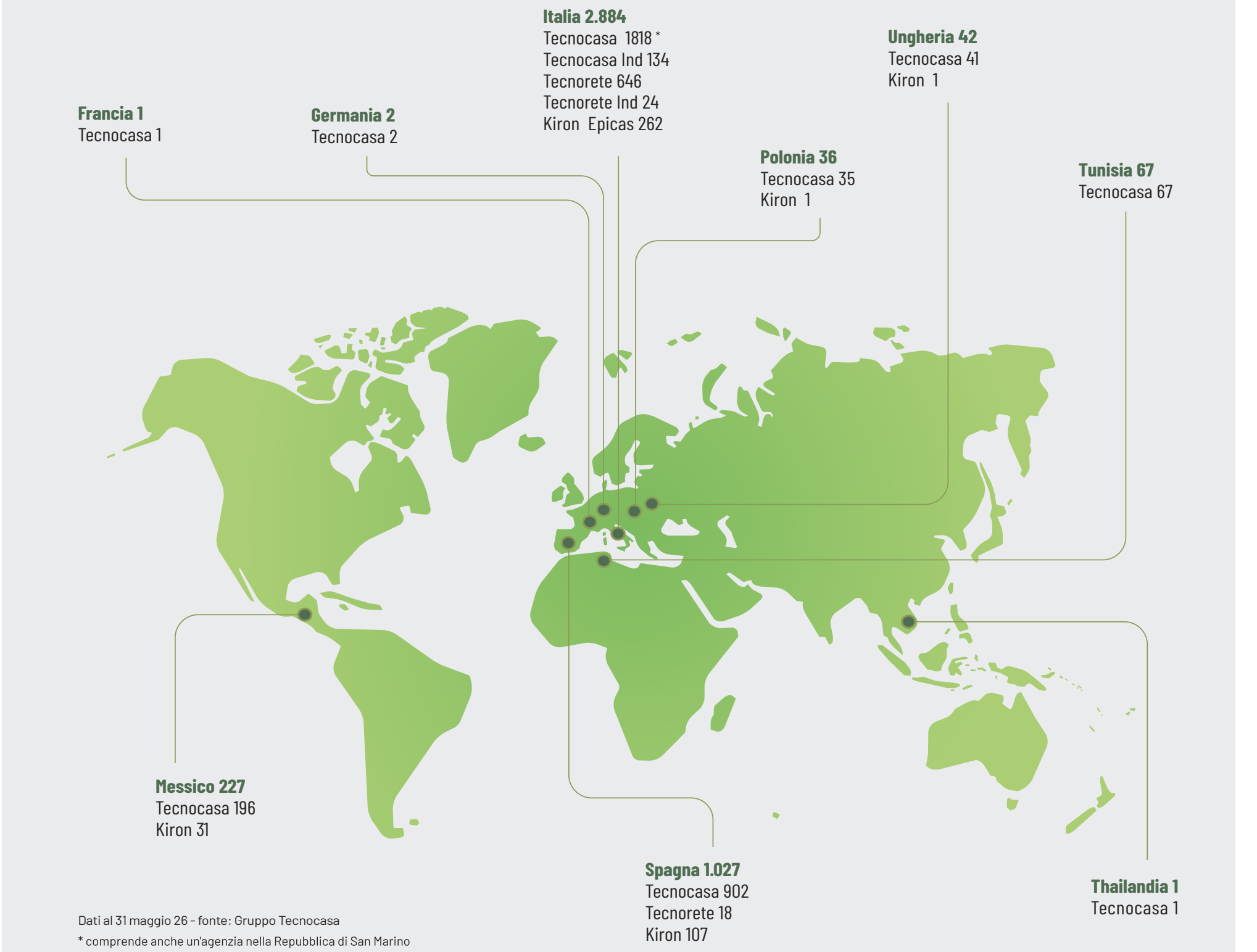
«Sul fronte normativo, riteniamo prioritario intervenire sulla disciplina antiriciclaggio, favorendo una maggiore semplificazione degli adempimenti. Un'opportunità in questa direzione potrà arrivare anche dall'attuazione del nuovo AML Package europeo, che coinvolgerà nell'applicazione dei presidi antiriciclaggio anche i commercianti di gioielli, oreficeria e orologi di valore superiore a 10.000 euro. Su questo percorso A.N.T.I.C.O. è già impegnata attraverso interlocuzioni dirette con il Mef e con l'Amla, l'Autorità europea antiriciclaggio, affinché le nuove disposizioni siano applicate in modo chiaro e proporzionato. In una prospettiva più ampia, auspichiamo inoltre la realizzazione di un Testo Unico in materia di preziosi e gemmologia, che consenta di riordinare e coordinare una normativa oggi frammentata. Un altro intervento prioritario riguarda la fiscalità dell'oro da investimento. A.N.T.I.C.O. ha avanzato specifiche proposte per ridurre la tassazione sulle plusvalenze derivanti dalla sua cessione, inasprita a partire dal 2024. Una revisione che consentirebbe di agevolare soprattutto i piccoli risparmiatori che intendono disinvestire in modo trasparente e regolare, favorendo al contempo la circolazione dell'oro attraverso i canali ufficiali e un'ulteriore crescita del mercato».

L'abusivismo e la concorrenza sleale rappresentano un problema per gli operatori che lavorano nel rispetto delle regole. Quali iniziative state portando avanti per contrastare questi fenomeni e quali sono le prospettive di sviluppo che intravedete per il comparto orafo italiano nei prossimi anni?

«Il fenomeno dell'abusivismo rappresenta una criticità significativa per il comparto. Si stima, infatti, che siano diverse migliaia i soggetti che svolgono, prevalentemente in forma occasionale, il commercio di oggetti preziosi usati senza essere iscritti al Registro degli Operatori Compro Oro presso l'OAM, come previsto dalla normativa. Si tratta di una situazione che genera concorrenza sleale nei confronti degli operatori regolarmente iscritti e che rischia di compromettere la trasparenza del mercato. Sul tale punto, A.N.T.I.C.O. è da sempre impegnata nella promozione della legalità e del rispetto delle regole. In questa direzione, sono attualmente in corso interlocuzioni e momenti di confronto con l'OAM, del cui Consiglio dei Partecipanti facciamo parte, e con la Guardia di Finanza, volti ad approfondire il fenomeno e, soprattutto, a favorire l'individuazione di strumenti e modalità operative che consentano di rafforzare l'azione di prevenzione e contrasto dell'abusivismo, a tutela degli operatori regolarmente iscritti e dell'intero comparto». • **Giada Amerio**

Nunzio Ragno, presidente A.N.T.I.C.O.





Dati al 31 maggio 26 - fonte: Gruppo Tecnocasa

* comprende anche un'agenzia nella Repubblica di San Marino

Gruppo Tecnocasa oltre **40 anni** di **esperienza**

Il Gruppo Tecnocasa, fondato nel 1986 dal Dott. Oreste Pasquali, nasce come rete di agenzie di intermediazione immobiliare in franchising alle quali si affiancano successivamente quelle di mediazione creditizia.

Attraverso la creazione di marchi di rete e rami d'azienda complementari fra loro, il Gruppo cresce nel tempo sia dal punto di vista numerico sia da quello organizzativo.

La politica della creazione del valore unita alla focalizzazione sulla competitività del business ha permesso al Gruppo Tecnocasa di diventare nel tempo il maggior gruppo immobiliare a livello nazionale ed europeo.

Attraverso professionisti esperti, preparati e formati, il cliente viene supportato in tutte le fasi della compravendita, finanziamento compreso.

TECNOCASA® GROUP

TECNOCASA® FRANCHISING NETWORK

TECNOCASA® FRANCHISING NETWORK IMMOBILI PER L'IMPRESA

TECNORETE® FRANCHISING NETWORK

TECNORETE® FRANCHISING NETWORK IMMOBILI PER L'IMPRESA

KÌRON® MEDIAZIONE CREDITIZIA



GLB elettrica | Consumo ciclo misto: 18,6 (GLB 350 4MATIC con tecnologia EQ) - 15,4 (GLB 200 con tecnologia EQ) kWh/100km, CO_2 ciclo misto: 0 g/km,
Autonomia elettrica: 631 (GLB 250+ con tecnologia EQ) - 374 (GLB 200 con tecnologia EQ) km.