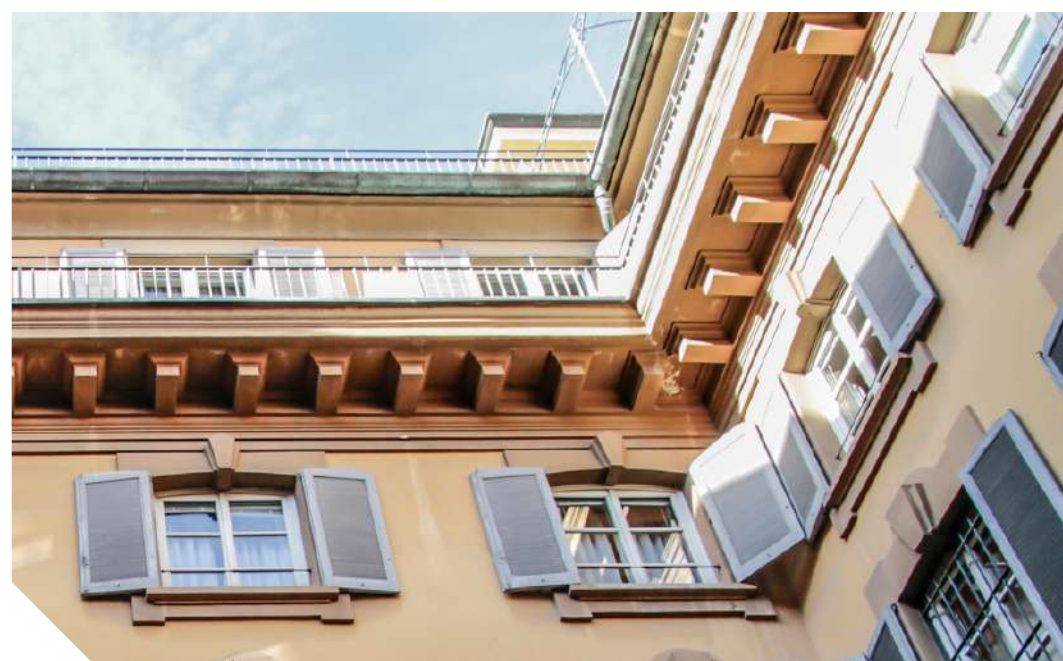


ITALMOBILIARE
INVESTMENT HOLDING

NEWSLETTER #3 | Novembre 2020

Contenuti

INTRODUZIONE **3**

Sostenibilità
L'impegno di Italmobiliare
e delle Portfolio Companies

LE LANCETTE DELL'ECONOMIA **6**

In Italia (e non solo)
ripresa appesa al vaccino

OSSERVATORIO ITALIA **10**

Il lusso intelligente

SOTTO LA LENTE **12**

Officina Profumo-Farmaceutica
di Santa Maria Novella

INSIDE **15**

Progetto Florence
Caffè Borbone
AGN Energia

MONDO CLESSIDRA **18**

Scigno

ITALMOBILIARE IN BREVE **20**

Dati economici al 30 settembre 2020
Andamento del NAV
Un'efficace gestione del rischio
Team Affari Legali e Societari

SOSTENIBILITÀ

L'IMPEGNO DI ITALMOBILIARE E DELLE PORTFOLIO COMPANIES

È nella nostra **mission** svolgere un ruolo proattivo nell'accrescere la competitività delle portfolio companies attraverso una costante **innovazione** della loro offerta, un'efficace implementazione della governance, il monitoraggio dei rischi e la piena integrazione dei principi della **sostenibilità**.

Escludiamo dalle linee di investimento settori e attività che possano ostacolare direttamente o indirettamente lo sviluppo sostenibile o violare i diritti umani, come il commercio di armi o la produzione di beni dannosi per la salute e l'ambiente. Nel processo di **due diligence** sui potenziali investimenti, teniamo conto delle **performance ESG** e del livello di esposizione ai rischi di business corrispondenti.

Inoltre, convinti che un approccio olistico che integri le dimensioni sociali e ambientali contribuisca a rafforzare l'efficacia e l'affidabilità delle nostre strategie di investimento nel tempo, sentiamo pienamente il nostro ruolo di **investitori responsabili** e **gestori attivi di asset**.

Ma tutto questo potrebbe non essere ancora sufficiente.

Nel **2020**, il mondo ha assistito a uno straordinario livello di sconvolgimenti sociali, ambientali ed economici – dalle proteste mondiali per la giustizia razziale al collasso delle ultime piattaforme intatte di ghiaccio artico a una crisi sanitaria globale diversa da qualsiasi altra a memoria d'uomo.

Ma la pandemia che stiamo affrontando è solo l'ultimo evento di una serie di **sfide globali interconnesse**, dalle crisi economiche a cavallo del 2010, alla quasi continua crisi migratoria e delle disuguaglianze che investe direttamente anche il nostro paese; dall'acuirsi della crisi ambientale-climatica con fenomeni estremi frequenti anche alle nostre latitudini agli innumerevoli conflitti e tensioni in molte parti del mondo, agganciate anche alla nostra economia nazionale, sempre più globale.

Dobbiamo ripartire da qui: l'insieme delle crisi globali deve generare in tutti i sistemi, compreso quello economico, sensibilità ambientale e responsabilità sociale uniti alla creazione di occupazione e valore di mercato. La **gestione equilibrata dei capitali finanziario, sociale e naturale** resta il driver fondamentale per far ripartire le attività economiche e la società nel modo migliore.



La creazione di valore condiviso è il nuovo paradigma. Per fare questo oggi abbiamo più riferimenti, strumenti, consapevolezza e capacità, da mettere a frutto.

L'Agenda 2030, attraverso i **Sustainable Development Goals**, integra con efficacia questa visione: la responsabilità della ricostruzione non è solo dei governi, è anche delle imprese e della società civile.

Il **Gruppo Italmobiliare**, nella sua sfera di influenza, ha il privilegio e l'onere di aderire al **Global Compact delle Nazioni Unite**, giocando questa sfida in prima fila.

Le imprese, grandi o piccole, sono componenti essenziali del sistema economico, ma anche di quello sociale. E hanno effetti, grandi o piccoli, ma mai trascurabili sull'ambiente. L'emergenza ha raccolto, anche tra le nostre **portfolio companies**, molte storie di integrità aziendale, responsabilità, ingegnosità ed energia.

Per due decenni, **UN Global Compact** ha incoraggiato le imprese ad abbracciare un'ampia visione del loro impatto sociale e ambientale, andando ben oltre il successo finanziario. Oggi, questo approccio è più importante che mai. Le aziende devono diventare più resilienti e fornire migliori risultati sociali insieme a migliori prestazioni aziendali, abbracciando ambiziosi parametri di riferimento per la sostenibilità e per far avanzare l'integrazione degli SDGs nelle loro operazioni di core business e gestione.

Il prossimo decennio deve essere quello dell'azione, dei risultati, delle ambizioni aziendali allineate alle esigenze della società e del pianeta, di una nuova definizione degli obiettivi aziendali.

Da obiettivi incrementali basati sulla fattibilità a obiettivi assoluti fondati sulla scienza e allineati alle sfide globali definite dagli SDGs.

Dal singolo output positivo ai benefici condivisi per le imprese, la società e l'ambiente.

Dall'approccio filantropico all'impatto positivo di prodotti, servizi e catene di valore globali.

Da obiettivi separati da quelli di business a una totale integrazione e tracciatura.



Questa è la sfida raccolta da Italmobiliare per le sue portfolio companies: unire i puntini delle molte eccellenze per alzare il livello, oltre il naturale progresso incrementale, per ottenere il cambiamento trasformativo di cui abbiamo bisogno, per il futuro che tutti vogliamo.

di **Stefano Gardi** – Direttore Sostenibilità Italmobiliare

In Italmobiliare dal 2020. Precedentemente Chief Sustainability Officer di Itelyum e per oltre 10 anni Direttore Sviluppo Sostenibile di Italcementi Group. Laurea in Chimica Industriale presso l'Università Statale di Milano. Esperienza trentennale nella sostenibilità a livello internazionale con World Business Council for Sustainable Development e UN Global Compact. Esperienza trentennale nelle principali organizzazioni di rappresentanza industriale a livello nazionale ed europeo. Docenze in corsi universitari e Master.

IN ITALIA (E NON SOLO) RIPRESA APPESA AL VACCINO

Per l'economia notizie buone e cattive. La ripresa prende le sembianze di una delle ultime lettere dell'alfabeto. Tra Usa ed Europa è in corso una nuova staffetta. Asia felix. Mercati finanziari tra sorprese e conferme.

A Tale of Two Cities: nel grande libro di Charles Dickens le due città erano Londra e Parigi. Oggi, in un'immaginaria **Tale of Two Worlds** i due mondi sarebbero l'**Occidente** da una parte e l'**Asia** dall'altra. Il primo barcolla sotto l'onda d'urto di un virus che non riesce a domare, mentre il continente asiatico è riuscito a tenere sotto controllo il **Covid-19**.

I numeri sono impietosi: combinando Usa ed Europa, i casi di coronavirus a oggi sono più di 20mila per milione di abitanti, e in aumento. Il numero corrispondente in Asia è poco più di 3mila, e stabile.

Contano **fattori culturali**, ma contano anche **l'efficienza e la severità della risposta**: in Australia e Nuova Zelanda – Paesi occidentali ad honorem – quel numero è anche più basso che in Asia. Alla fine il virus sarà sconfitto, per merito della scienza (si avvicina il vaccino), ma intanto i danni all'economia sono stati e saranno ingenti.

In **America l'esito delle elezioni presidenziali** è **positivo** per l'economia, anche se la ringhiosa resistenza di Trump introduce qualche elemento di incertezza nella fase di passaggio delle consegne. La locomotiva Usa deve ancora sopportare il peso delle **ulteriori inevitabili restrizioni sanitarie** anche se, grazie ai generosi trasferimenti, l'infaticabile consumatore americano ha ulteriore ampio spazio per allargare i cordoni della borsa (il tasso di risparmio delle famiglie è all'incirca doppio della media storica) e la "luna di miele", tradizionalmente accordata al nuovo Presidente, potrebbe **catalizzare questa capacità di spesa**.

Quali le differenze e quali le similitudini tra la fase attuale della congiuntura e quella dello scorso marzo-aprile?

A CURA DI
ref.
ricerche
FABRIZIO GALIMBERTI
LUCA PAOLAZZI

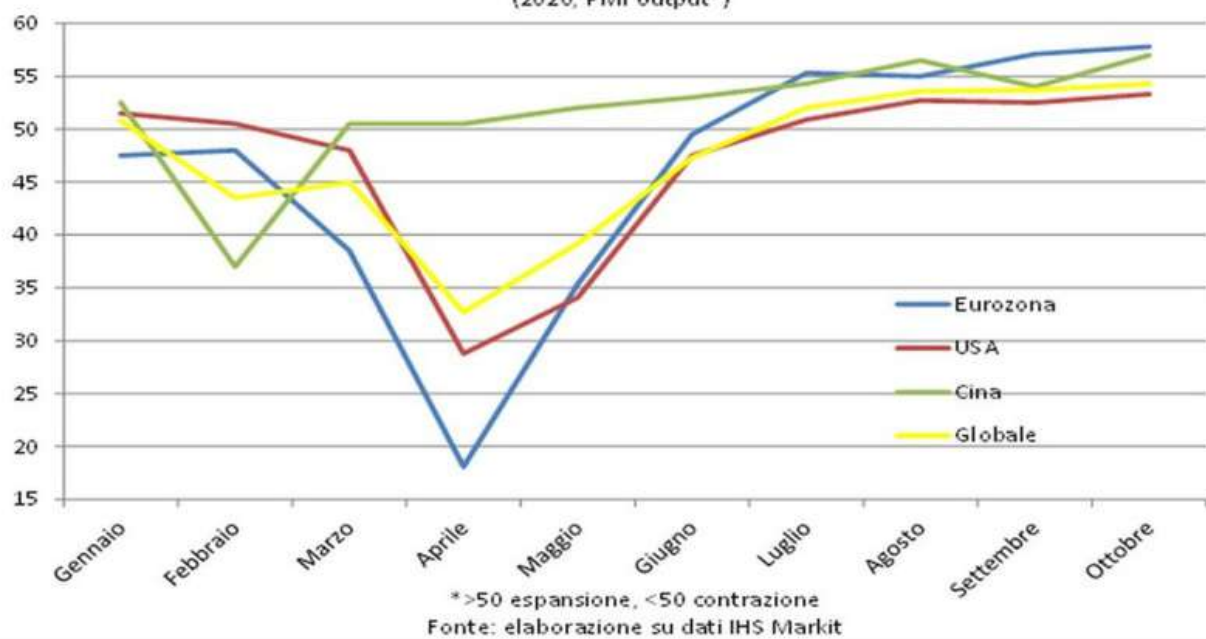
Anche in **Italia** i consumatori, se non infaticabili come in America, sembravano tenere (le vendite al dettaglio di settembre erano tornate ai livelli pre-virus), ma pure qui dobbiamo mettere in conto che **le conseguenze delle nuove restrizioni non sono ancora inglobate nei dati saranno pesanti**.

In precedenza avevamo rilevato che le infezioni si stavano allargando, in **Europa** anche più che in **America**. Ora la **staffetta si è invertita**, ed è l'**America** che ha **preso la rincorsa** (le elezioni, con comizi, folle e assembramenti vari, hanno avuto una grossa parte). In **Europa** (non in Italia) si notano segnali di **stabilizzazione nella dinamica delle infezioni**; nel nostro Paese ci dobbiamo accontentare di un rallentamento nell'aumento del **tasso di positività**, che è alto.

Ovunque **dati della congiuntura invecchiano precocemente** di fronte all'improvvisa e acuta ripresa del virus. A questa obsolescenza, in epoca di *Big Data*, si cerca di porre rimedio con **monitoraggi in tempo reale**, che si avvalgono di parole chiave in Google, di dati di spesa dalle carte di credito, di prenotazioni nei ristoranti... E questi monitoraggi danno **pessime notizie** a partire dalla seconda metà di ottobre.

Nell'Euroarea il manifatturiero accelerava...

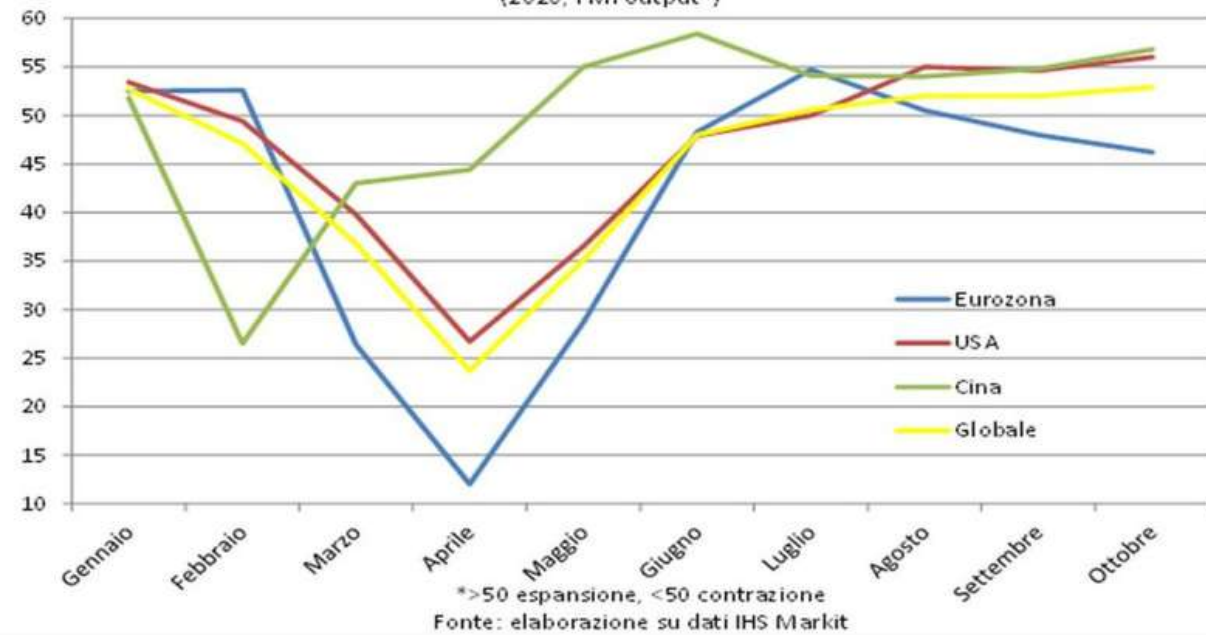
(2020, PMI output*)



Commentare i dati economici oggi disponibili è un esercizio quasi inutile. Perché sono tutti precedenti alla nuova ondata pandemica. Se non per un elemento: **il manifatturiero continuava a marciare a gonfie vele**. Certo non potrà proseguire così, risentendo inevitabilmente della minore domanda. Tuttavia, tra lo spostamento della domanda verso i beni e la continua crescita asiatica, gli rimarrà abbastanza vento in poppa.

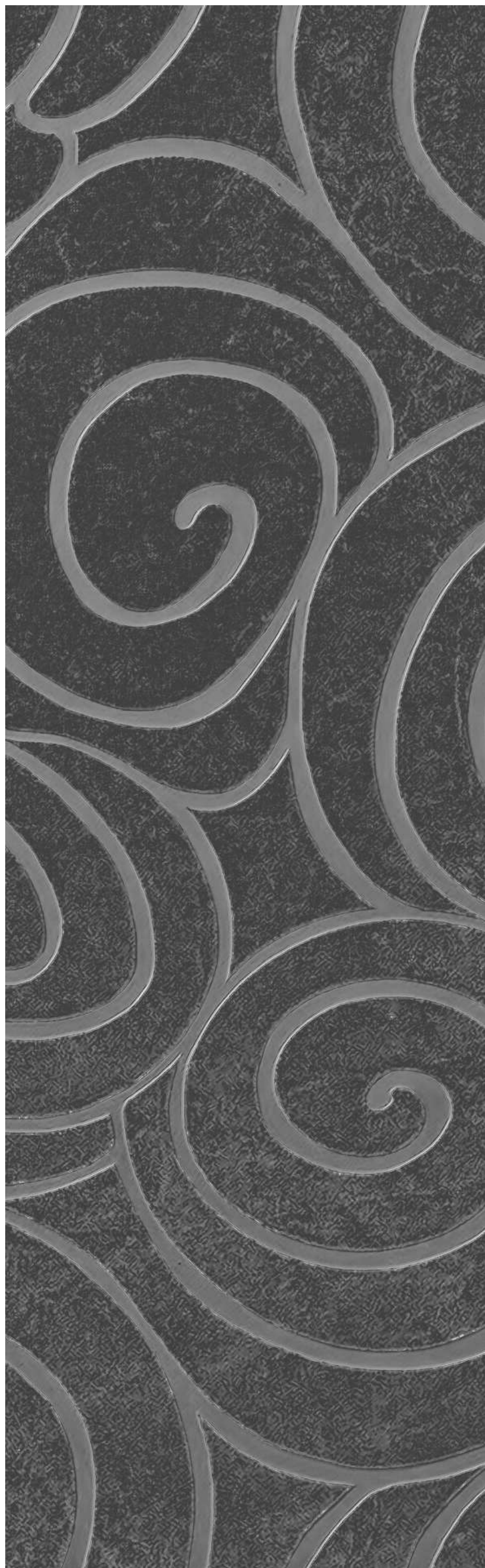
...mentre i servizi erano già in retromarcia

(2020, PMI output*)



Il terziario, invece, nell'Euro-area era in recessione già prima delle nuove restrizioni. E in Germania la Merkel ha già iniziato a dire che queste ultime dureranno oltre Natale. Mentre in Italia proseguiremo a colorare le regioni almeno fino alla fine dell'inverno 2021.

Salirà o non salirà la dinamica dei prezzi al consumo? Il contrasto tra i desideri dei banchieri centrali e le paure degli investitori.



L'inflazione rimane **cedente**, sia a livello dei **prezzi al consumo** che a livello dei **prezzi alla produzione**. L'unica eccezione sono gli **Usa**, come si conviene a un paese dove l'economia è meno debole che altrove (dovrebbe fare eccezione anche la **Cina**, ma colà i prezzi sono stati influenzati da una grossa caduta delle quotazioni della carne di maiale).

L'economia cinese, che continua a essere il maggiore assorbitore mondiale di **materie prime**, ha spinto all'insù le quotazioni di queste ultime, e anche il **petrolio** si mantiene sopra quota 40\$/b.

La pandemia ha influenzato le **misure di inflazione**? Un ponderoso studio dell'FMI ha ricalcolato i **pesi delle varie categorie di spesa** (con i lockdown è aumentata la quota di spesa per i beni essenziali, e diminuita quella per i beni discrezionali). Usando i dati delle carte di credito, e ricalcolando gli indici, viene fuori che durante il lockdown **l'inflazione "vera", intesa come erosione del potere d'acquisto, era di qualche decimale più alta** un po' in tutte le principali aree del mondo, eccetto che nel Sud-Europa (dove siamo noi...).

Sui **tassi a lunga** i livelli non sono molto variati rispetto al mese scorso, eccetto per i **T-Bond**, dove i rendimenti a 10 anni si sono **avvicinati all'1%**, per poi riabbassarsi lesti, in connessione con il leggero rialzo dell'inflazione (comunque sempre sotto il famoso 2%) e con la miglior tenuta (finora) dell'economia reale.

Stabili i Bund, mentre i BTp hanno ribadito la buona performance segnata in precedenza, e perfino hanno toccato un rendimento dello 0,60%, prima di assestarsi a un livello leggermente superiore, ma comunque inferiore a quello dei titoli del Tesoro Usa. Naturalmente, molti diranno che è merito della **Bce**, che acquista **BTp** a tutto spiano. Ma lo stesso fa la **Fed** con i titoli americani, e in ogni caso Fed e Bce non fanno altro che il loro dovere: dato che il drago dell'inflazione si è assopito da tempo, **le Banche centrali agiscono secondo i loro statuti, e sostengono l'economia**.

Rispetto al mese precedente, i **tassi reali** (deflazionati con l'IPC "core", che esclude alimentari ed energia) sono rimasti stabili. Per aiutare davvero il rilancio economico dovrebbero essere ben più bassi, ma tant'è...

Poco variato il cambio dell'**euro** contro dollaro. Le elezioni americane non hanno avuto grandi effetti sul corso del **biglietto verde** e il dollaro/euro è rimasto nella fascia 1,17-1,19, dove si trova da agosto, dopo la forte salita dall'inizio dell'anno.

Là dove invece c'è stata un'**involata** è nel cambio della moneta cinese: lo **yuan**, che un mese fa quotava 6,71 contro dollaro, si è **rafforzato** a 6,56. Come si conviene alla valuta di un'economia che ha fatto meglio di tutte: secondo le previsioni ultime, che ancora non consideravano gli effetti recenti della seconda ondata pandemica, alla fine dell'anno prossimo l'economia Usa sarà ancora ai livelli del 2019, mentre l'economia cinese sarà di un 10% più grande.

E i **mercati azionari**? La **correzione** della seconda metà di ottobre è **durata poco**, e in novembre le quotazioni borsistiche, ingagliardite dalle elezioni Usa e ringalluzzite dalle notizie sui vaccini, si sono riportate **vicino ai massimi storici**. Trump aveva dichiarato che, se fosse stato eletto lui, Wall Street sarebbe partita come un razzo. Wall Street è partita, ma per altre ragioni...

La "strana coppia" **Borse-oro** non balla più *cheek-to-cheek* come prima. Da agosto ad oggi l'**oro** ha perso qualcosa e le **Borse** sono salite. Come dovrebbe in effetti succedere in un mondo ben temperato.



NELL'ECONOMIA QUESTA VOLTA
SARÀ DIVERSO.
MA NON TANTO.



MINIMI STORICI PER I
RENDIMENTI DEI BTP. BORSE
CAUTE MA CONTENTE.



SULL'INFLAZIONE I MERCATI
FANNO ORECCHIO DA
MERCANTE.

Leggi di più su

LE LANCETTE DELL'ECONOMIA

www.firstonline.info/in-italia-e-non-solo-ripresa-appesa-al-vaccino/

Fabrizio Galimberti, romano, classe 1941. Bocconiano, ha studiato alla Columbia University di New York, ha insegnato Scienza delle Finanze a Roma e a Ferrara. Poi ha lavorato al Dipartimento di Economia dell'Ocse. A Roma, consigliere economico al Tesoro, con Beniamino Andreatta e con Giovanni Goria. In seguito Chief Economist della Fiat e infine editorialista del Sole 24 Ore.

Luca Paolazzi, economista partner a REF Ricerche. Dall'ottobre 2007 al febbraio 2018 ha diretto il Centro Studi Confindustria. Dal settembre 1986 al settembre 2007 ha lavorato a Il Sole 24 Ore, arrivando a coordinare gli editoriali. Dal marzo 1984 all'agosto 1986 è stato economista all'Ufficio Studi FIAT. Autore di numerose pubblicazioni di economia, ha vinto i premi Q8, Brizio e Lingotto per il giornalismo economico.

IL LUSSO INTELLIGENTE

Luca Paolazzi | Ref Ricerche

Nel Mondo ci sono circa 1,4 miliardi di persone benestanti. Cioè con un reddito pro capite tale da potersi permettere di acquistare i prodotti italiani. Fino a dieci anni fa il 90% abitava nei paesi avanzati e solo il 10% in quelli emergenti. Ora la proporzione è nettamente cambiata, grazie alla più forte crescita economica dei secondi rispetto ai primi, cosicché poco meno di un quarto risiede nei paesi emergenti, capitanati dalla Cina. E la tendenza proseguirà, con il colosso cinese che sarà sempre più importante.

Qual è il vantaggio competitivo dei prodotti italiani nei consumi mondiali di beni manufatti? Che cosa attrae questi consumatori benestanti verso il Made in Italy? In una parola: la bellezza. Intesa non solo come aspetto esteriore, ma anche nel contenuto, negli elementi intrinseci di un bene: la qualità dei materiali, la cura nella manifattura. Tanto da poter essere considerati frutto dell'artigianalità industriale, che è solo in apparenza un ossimoro. Perché in essi ci sono l'attenzione quasi maniacale dell'artigiano e l'organizzazione e le quantità dell'industria. In uno slogan: sono beni belli e ben fatti.

Si tratta di prodotti di fascia di mercato medio-alta, non di lusso e quindi accessibili (gli analisti inglesi lo chiamano *affordable luxury*), per la persona e per la casa: abiti e accessori di abbigliamento, calzature, gioielli, mobili e complementi di arredo, generi alimentari, occhiali, piastrelle, profumi e cosmetica. Quelli che, impropriamente, vengono considerati segmenti tradizionali della specializzazione commerciale e produttiva italiana.

In realtà, si può essere innovativi anche nella fabbricazione dei bottoni (Cesare Romiti, nel corso di un seminario per dirigenti Fiat, disse: «Se io invento un nuovo modo per fabbricare bottoni, il bottone è un bene ad alta tecnologia»...). L'importante, come scrisse mirabilmente un grande storico dell'economia italiana, Carlo Cipolla, è saper continuare a «inventare cose nuove che piacciono». E i beni belli e ben fatti italiani piacciono eccome.

L'import globale di questi prodotti è di oltre mille miliardi di euro. Ripartiti in due terzi nei mercati maturi e un terzo in quelli nuovi e in maggior crescita. La quota italiana è di circa l'8 per cento, ossia 2,5 volte la quota delle esportazioni italiane sulle esportazioni mondiali di manufatti.

... E RESPONSABILE

La bellezza è riconosciuta all'Italia nel suo complesso. Per lo straordinario insieme di paesaggi vari e stupendi e di monumenti storici di cui è ricco ogni angolo della Penisola. Una bellezza che è valore identitario e ispiratrice delle imprese dei beni belli e ben fatti. E allo stesso tempo una sorta di "marchio di fabbrica" di questi beni, nel senso che sono ricercati proprio in quanto sono prodotti in Italia. Basti pensare alle numerose imitazioni e ai richiami e ammiccamenti racchiusi nell'*Italian sounding*.

In questo quadro, profumeria e cosmetica costituiscono un'interessante eccezione.

Infatti, alla domanda di quale sia la nazione leader in questo settore inevitabilmente si alzerebbe un coro unisono: Francia. Eppure, sia nelle origini sia nelle attuali produzioni l'Italia non è seconda.

Infatti, nella prima metà del '500 fu Caterina de' Medici, andata in sposa al futuro re Enrico II, a portare, alla corte francese l'arte e la moda di ingentilire l'odore del corpo con i profumi. Così, fu il suo profumiere di fiducia, Renato Bianco, subito ribattezzato René le Florentin, a insegnare a estrarre, attraverso gli alambicchi, i profumi dagli aromi vegetali e animali.

All'epoca quasi ogni città italiana aveva produttori di profumi, conoscitori della trasformazione chimica degli ingredienti naturali. A Firenze erano i frati di Santa Maria Novella. Tuttavia, nel '600 e soprattutto nel '700, furono i conciatori di Grasse, famosa cittadina della Provenza, a trasformarsi in profumieri su larga scala, grazie al grande mercato interno offerto dalla crescente domanda della nobiltà francese.

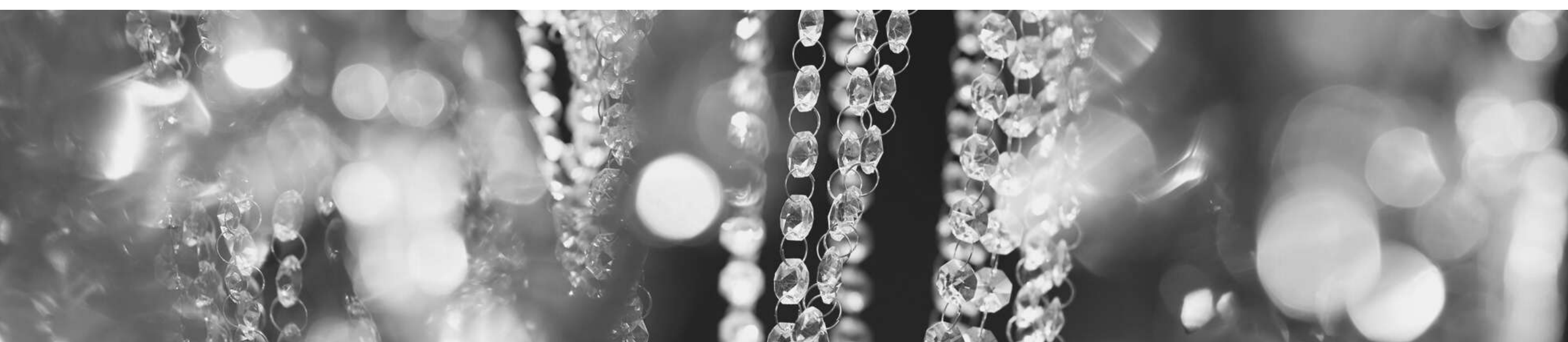
Qual è il vantaggio competitivo dei prodotti italiani nei consumi mondiali di beni manufatti? Che cosa attrae il consumatore benestante verso il Made in Italy?

In una parola: la bellezza. Frutto dell'artigianalità industriale: attenzione quasi maniacale dell'artigiano e organizzazione e quantità dell'industria.

Oggi moltissimi marchi della moda fanno fare i propri profumi dagli industriali italiani, i quali, nella cosmetica, vantano una vera e propria leadership.

Nel 2019, secondo l'ultimo rapporto annuale di Cosmetica Italia (l'associazione imprenditoriale che raccoglie le imprese del settore), il valore della produzione è stato di 12 miliardi di euro, di cui il 41% esportato. Il saldo della bilancia commerciale è stato di 2,8 miliardi.

A livello globale l'Europa rimane il primo mercato di prodotti cosmetici, con 79,9 miliardi di vendite nel 2019, seguito dagli USA con 73,7 miliardi, dalla Cina con 54,9 miliardi, dal Giappone con 32,6 miliardi e dal Brasile con 23,4. Anche da questa graduatoria, tenendo conto delle forti differenze demografiche, risulta chiaro come la Cina costituisca uno sbocco con enormi potenzialità di crescita. E il bello e ben fatto italiano ha tutte le carte per giocare bene questa importante partita anche nella cosmetica.



OFFICINA PROFUMO-FARMACEUTICA DI SANTA MARIA NOVELLA



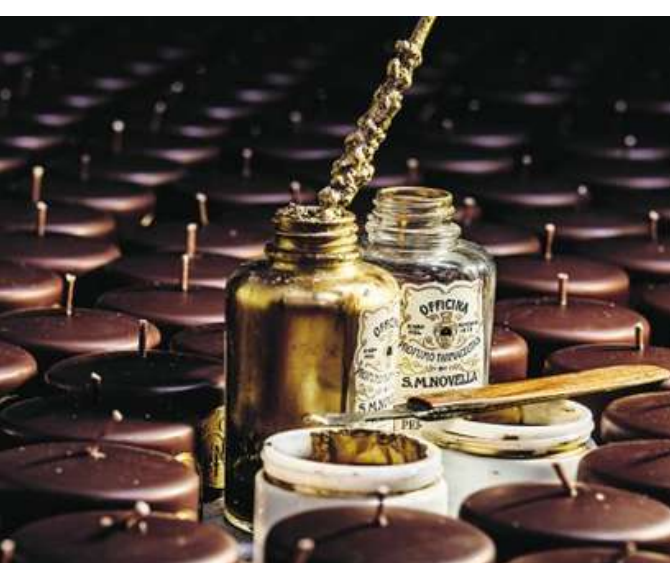
Il fascino di una storia antica

Le origini

Officina Profumo-Farmaceutica di Santa Maria Novella nasce “ufficialmente” nel cuore di Firenze nel 1612 e rappresenta con oltre 400 anni di tradizione la più antica farmacia del mondo ancora in attività: una storia di spezie, profumi, aromi e unguenti che attraversa i secoli. Ma le origini dell’Officina risalgono ancora a qualche secolo prima: già nel 1221, infatti, i padri domenicani fondano il convento, iniziando quindi la produzione di medicinali, balsami e pomate per la loro piccola infermeria.

Brand ambassador ante litteram: Caterina de’ Medici

È qui a Santa Maria Novella che tutto è cominciato. È qui che ha origine la magnifica storia del profumo moderno alla quale questa fragranza si ispira e rende omaggio. Proprio nei chiostri e nei laboratori di Santa Maria Novella, i frati domenicani dell’Officina (non era ancora Officina) affinavano la creazione di essenze, eccellendo nello studio della natura e nell’innovazione tecnica.



Quando, nel 1533, una giovanissima Caterina de’ Medici lasciò Firenze per andare in sposa al futuro re di Francia, volle nel suo seguito – fra paggi, guardie e dame – anche un profumiere. Si chiamava Renato Bianco, a Parigi divenne René le Florentin e fu così che dall’antica sapienza degli essenzieri di Santa Maria Novella si irradiò nel mondo la nobile arte del profumo.

Fra le note officinali dei giardini toscani e la freschezza agrumata della grande tradizione mediterranea, ecco un fondo elegante e potente che racconta viaggi, curiosità, opulenza: come una regina, come la Regina di Firenze e di Parigi grazie alla quale tutto è cominciato.





La fondazione dell'Officina

Il 15 ottobre 1612, il consiglio del convento domenicano dà ufficialmente avvio all'attività dell'Officina Profumo-Farmaceutica di Santa Maria Novella sotto la direzione di Fra' Angiolo Marchissi, aprendo la spezieria al pubblico e anteponendo nella scelta della denominazione il profumo al farmaco quasi ad evidenziare l'interesse rivolto al lato più estetico dell'attività dell'Officina. I frati domenicani nel corso dei secoli hanno costantemente ampliato e affinato il patrimonio di formule e preparati ereditati dai loro predecessori arricchendole con nuovi componenti, principi curativi e prodotti richiesti dalle nuove mode soprattutto per la parte cosmetica e dal giungere di nuove materie prime esotiche importate in Europa da terre fino ad allora sconosciute.

I nuovi custodi della tradizione dell'Officina

L'antica tradizione dei frati domenicani risalente al XIII secolo è stata gelosamente custodita e tramandata sotto l'egida dei frati direttori che si sono susseguiti nei secoli fino al 1867 quando la gestione dell'Officina passò alla famiglia Stefani sancendo il passaggio di Santa Maria Novella da struttura domenicana ad azienda privata.

Il prestigio internazionale

Nel 1900 l'Officina consacra la sua fama internazionale partecipando all'Esposizione Universale di Parigi e nel 1908 viene concesso per intercessione della regina Margherita di Savoia la possibilità di fregiare la propria insegna con lo stemma della Real Casa di Savoia.

2020 – Italmobiliare con Santa Maria Novella rilancia la bellezza e la tradizione del Made in Italy

“Sentiamo la responsabilità della storia di un'azienda che è patrimonio di Firenze ed emblema del Made in Italy nel mondo – sottolinea il Consigliere delegato di Italmobiliare Carlo Pesenti, che assume la carica di nuovo Presidente di Officina Profumo-Farmaceutica di Santa Maria Novella –. L'impegno di Italmobiliare mira a preservare l'autenticità dei prodotti e a sviluppare ulteriormente il valore generato dalla società non solo per azionisti e dipendenti ma anche per tutta la città, che ha saputo negli anni conservare e valorizzare una attività così singolare e prestigiosa. Firenze e Santa Maria Novella sono nomi che richiamano nel mondo il meglio del nostro Paese, e quello per cui è amato: la bellezza, il Rinascimento, le sue straordinarie realtà artigianali. Italmobiliare – che ha nella propria mission lo sviluppo, l'internazionalizzazione e l'innovazione e nel proprio DNA la valorizzazione del Made in Italy – vede in Officina Profumo-Farmaceutica di Santa Maria Novella uno straordinario attore di questo percorso”.



NE PARLIAMO CON...

Il tuo è un percorso di imprenditorialità di successo, caratterizzato da esclusività, qualità nella ricerca e nelle materie prime, internazionalizzazione. Che cosa trovi ora in Santa Maria Novella?

La mia famiglia è coinvolta da due generazioni in questo mondo meraviglioso dei profumi. Per me quindi guidare Santa Maria Novella rappresenta un onore e una sfida che affronto con il profondo rispetto dovuto a chi ha saputo fino ad oggi scegliere e valorizzare le più belle materie prime, e con l'ambizione di accrescere ulteriormente l'orgoglio di portare nel mondo un'Italia e una Firenze rappresentate da fascino, qualità e storia senza uguali.

Rispetto della tradizione, innovazione, e capacità di comunicare in modo chiaro e diretto a fronte di un cliente sempre più consapevole. Sono questi i valori che hanno caratterizzato la mia esperienza e che ritrovo come elementi chiave di Officina Profumo-Farmaceutica di Santa Maria Novella.



Gianluca Perris

AD Officina Profumo-
Farmaceutica di Santa
Maria Novella

Quali sono le linee di business di Santa Maria Novella?

Santa Maria Novella produce e commercializza un ampio range di prodotti appartenenti principalmente a cinque business lines: profumi (per persona e ambiente), cosmetici, prodotti di cereria, liquori, specialità alimentari.

Questi prodotti sono disponibili attraverso una rete di circa 70 punti vendita/corner monomarca e diverse centinaia di punti vendita multimarca, oltre ovviamente al canale e-commerce.

Cosa caratterizza i clienti che conoscono e scelgono Santa Maria Novella nel mondo?

Il cliente di Santa Maria Novella sposa i tipici canoni del lusso sostenibile, apprezza e sa riconoscere il valore e l'autenticità del Made in Italy e le tradizioni antiche dell'Officina, è informato, maturo, sofisticato, ama fare ricerca sui prodotti e costruire con spirito critico le proprie decisioni di acquisto.

Il mondo del profumo è stato per troppo tempo erroneamente criptico. Credo dunque fermamente che condividendo quello che sappiamo, i valori che ci sono alla base, andremo sempre più incontro a clienti consapevoli e capaci di scegliere.

Quali sono i caratteri distintivi alla base del successo di Santa Maria Novella?

La storia dell'Officina, la vocazione per i componenti naturali in modo coerente con la tradizione, la qualità delle formulazioni e dei materiali di base sono i valori fondanti.

È una combinazione di qualità e valori senza tempo, dove l'esperienza di un viaggio nel passato quando il cliente incontra i prodotti, a partire dal negozio storico di Firenze fino ai canali online, si sforza con la costante innovazione volta a garantire l'unicità dell'acquisto e dell'experience.

A livello globale vi è sempre più richiesta di prodotti naturali e sempre più attenzione alla cura e alla salute con metodi tradizionali. Questo conferma il potenziale altissimo di un marchio che vanta otto secoli di storia in questa direzione.

PROGETTO FLORENCE

Italmobiliare partecipa alla nascita di FLORENCE PRIMO POLO PRODUTTIVO PER L'ABBIGLIAMENTO DI LUSSO IN ITALIA

Florence è un progetto industriale che mira a sviluppare una piattaforma leader anche a livello internazionale nella fornitura di **prodotti di alta manifattura** per i più importanti **brand della moda**, facendo leva sulle caratteristiche che da sempre definiscono il successo delle aziende familiari della tradizione artigianale italiana, quali l'alta qualità del prodotto offerto a prezzi competitivi e la capacità di garantire flessibilità nei tempi di consegna e nelle soluzioni impiegate.

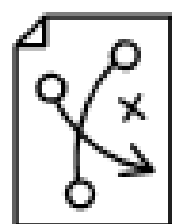
L'ambizioso obiettivo di dare vita al **primo polo produttivo dell'abbigliamento di lusso in Italia** vede coinvolte nella fase iniziale **Giuntini**, leader nella produzione di abbigliamento outerwear e capispalla, **Ciemmecci Fashion**, specializzata nella produzione di abbigliamento in pelle, e **Mely's**, eccellenza italiana nella maglieria. Si tratta di realtà che vantano un'esperienza di oltre cinquant'anni nella produzione di un **"lusso intelligente"**, riuscendo a coniugare tradizione e innovazione e rappresentando un punto di riferimento, anche nella fase creativa, per gli stilisti di tutto il mondo che si affidano al loro know-how nella ricerca di nuovi materiali, colori e tendenze per disegnare le loro collezioni.

Florence deterrà il 100% delle tre aziende e sarà controllata per circa il 65% dal **consorzio** guidato da **VAM Investments** e **Fondo Italiano d'Investimento** (tramite Fondo Italiano Consolidamento e Crescita – FICC) e per il restante 35% dalle **famiglie fondatrici delle tre aziende** (Giuntini, Capezzuoli, Maltinti, Ciampolini e Sanarelli), che reinvestiranno in maniera significativa nel progetto. Tra gli investitori nel consorzio anche **Italmobiliare**, che ha seguito l'elaborazione del progetto fino dalle sue fasi iniziali.

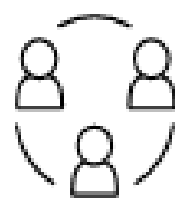
Un altro importante obiettivo di Florence, con un fatturato stimato a fine anno di oltre 150 milioni di euro e 700 dipendenti, è quello di mettere a disposizione degli stilisti italiani e internazionali, presso uno **showroom di prossima apertura a Milano**, il vasto archivio delle aziende del Gruppo che racchiude **oltre 50 anni di storia della moda**.



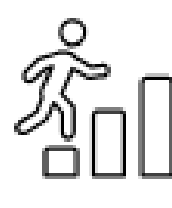
One-stop-shop



Best in class
nei servizi



Focus sulla sostenibilità



Best in class
nella supply chain

Diventare il polo di eccellenza e il punto di riferimento nella fornitura di abbigliamento per i brand del lusso high-end, creando una piattaforma "one-stop-shop" best-in-class nei servizi offerti e all'avanguardia in termini di sostenibilità e certificazione della filiera



PREMIO ECCELLENZE D'IMPRESA A CAFFÈ BORBONE

Come si diventa campioni nel mondo dell'impresa? Il laboratorio di idee e innovazione per le PMI italiane **"Eccellenze d'impresa"** ha voluto sottoporre la domanda a un panel di esperti nel corso di un incontro tenuto lo scorso 15 ottobre al Teatro Manzoni di Milano.

Durante l'evento si è tenuta la premiazione dei vincitori del Premio Eccellenze d'Impresa 2020, selezionati dalla giuria composta da **Gabriele Galateri, Patrizia Grieco, Marco Fortis, Raffaele Jerusalmi e Luisa Todini**. Sono stati poi presentati i risultati della Ricerca Campioni d'Italia, che ha analizzato i fattori del successo di 10 mila aziende italiane.

Caffè Borbone si è aggiudicato sia il Premio Eccellenze d'Impresa 2020 come vincitore assoluto, sia il premio per la categoria "Crescita e Sostenibilità". In occasione del premio, Harvard Business Review Italia ha dedicato una "case history" a Caffè Borbone dal titolo "Caffè stellare, il caso di successo di Caffè Borbone", nel quale analizza la strategia e le performance del successo dell'azienda (al seguente link l'articolo completo: www.caffeborbone.it/wp-content/uploads/2020/11/Case-Study-CaffeI%CC%80-Borbone.pdf).

L'azienda ha assistito negli ultimi anni a una crescita straordinaria delle performance, con fatturato in crescita del 36% annuo e un contemporaneo rafforzamento della marginalità, arrivando ad essere la seconda marca top-of-mind in Italia nel settore e affermandosi come un importante brand con ulteriori opportunità di crescita per il futuro.

Il premio, giunto quest'anno alla sua settima edizione, è **patrocinato da Borsa Italiana e organizzato da Eccellenze d'Impresa**, il progetto nato dalla collaborazione fra GEA-Consulenti di Direzione, Harvard Business Review Italia e Arca Fondi Sgr.

A margine dell'evento, coordinato da Federico Fubini, vicedirettore del Corriere della Sera, ha avuto luogo la presentazione del libro "Campioni d'Italia – Come le migliori imprese emergono e vincono sui mercati mondiali" ed è stata organizzata una tavola rotonda sul tema "Come il mercato dei capitali può accelerare la crescita dei campioni nazionali". La giornata è stata chiusa dal **keynote speech di Urbano Cairo**, presidente Rcs Media Group.



AGN ENERGIA SERVIZI ESSENZIALI E SOSTENIBILITÀ

Nel contesto dell'emergenza sanitaria che ha duramente colpito il Paese, **Gruppo Autogas**, con il suo brand **AGN ENERGIA**, è rimasto in prima linea continuando ad operare su tutto il territorio nazionale per garantire tutti i servizi essenziali, a partire dall'attività di distribuzione di **GPL**, il core business del Gruppo.

Il GPL, considerato un combustibile ecocompatibile tra i più consigliati per il rispetto dell'ambiente, possiede i requisiti richiesti dal **pacchetto clima-energia 2030** definito dall'Unione Europea, che mira a preservare l'ambiente attraverso la riduzione delle emissioni climalteranti.

Il GPL si pone come uno dei vettori energetici di fondamentale importanza in questo "bridge" verso le fonti rinnovabili e gli obiettivi di decarbonizzazione già fissati.

Energia versatile e comoda che, in totale sicurezza, soddisfa con un'unica fonte le esigenze di riscaldamento, acqua calda e cucina, per le zone del nostro territorio non raggiunte dal metano.

Il forte orientamento ad attività sempre più sostenibili si conferma, inoltre, in tutto il comparto delle **energie rinnovabili** e delle soluzioni di **efficientamento energetico**, attività che il Gruppo ha sviluppato al fianco dello storico GPL.

Nel contesto attuale che mette ancora più a fuoco l'importanza dei temi legati alla **sostenibilità**, sempre più centrali per le comunità e per il sistema economico e finanziario delle imprese, l'impegno del Gruppo è quindi rivolto al rafforzamento di collaborazioni con partner di rilievo che diano vita a progetti concreti di utilità sociale e rispondano a istanze ambientali ormai urgenti, in linea con la mission che vede una attenzione particolare verso il mondo dei giovani.

Progetti di turismo accessibile e sostenibile, buone regole di comportamento per la salvaguardia del pianeta, progetti di piantumazione, sono tra le iniziative raccolte nella **Città dell'Energia**, il palcoscenico in cui sono raccontate, condivise e veicolate tutte le attività di responsabilità sociale promosse sotto il brand AGN ENERGIA.



UNIAMO LE NOSTRE ENERGIE: PIANTIAMO UN ALBERO INSIEME?

Unisciti anche tu e partecipa con noi alla riduzione di CO2
ADOTTANDO **gratuitamente** un albero della Città dell'Energia.

COME FARE? È SEMPLICISSIMO

VISITACI



Vai sul sito
www.lacittadellenergia.com

ADOTTA



Scegli l'albero virtuale
che preferisci

RESPIRA!



Noi li trasformeremo
in alberi veri!



GPL, Luce, Gas, Efficienza Energetica. Gruppo Autogas, tra i principali player del settore GPL da oltre 60 anni, con il suo brand **AGN ENERGIA**, offre garanzia di affidabilità e di qualità in tutti i comparti energetici.

MONDO CLESSIDRA



Clessidra SGR è uno tra i principali gestori di Fondi di Private Equity dedicati al mercato italiano.

Gestisce attualmente i fondi Clessidra Capital Partners II e Clessidra Capital Partners 3, del quale Italmobiliare è anchor investor. Tra le partecipazioni dei fondi Clessidra: Nexi, L&S, Scigno, Harmont & Blaine.

Il quarto fondo, Clessidra Capital Partners 4, sarà lanciato nel corso del 2021.



L'investimento in Scigno S.p.A. da parte del Fondo Clessidra Capital Partners 3 si è perfezionato nel giugno 2018, attraverso l'acquisizione del 100% della società.

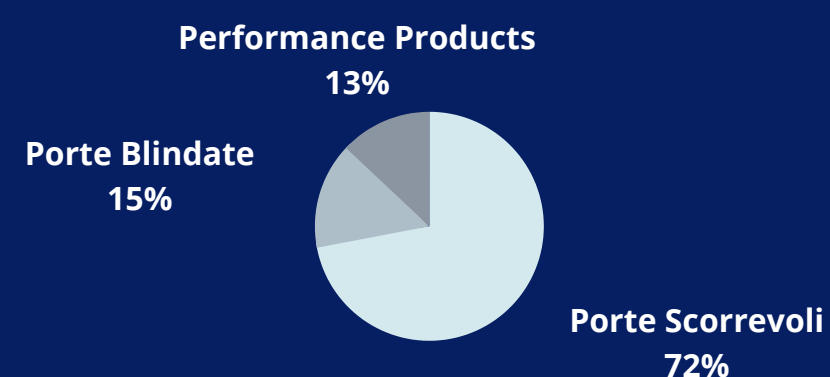
Scigno è leader nella progettazione, produzione e commercializzazione di esclusivi controtelai per porte e finestre scorrevoli a scomparsa, 100% Made in Italy.

Scigno è inoltre attiva sia nel settore della sicurezza, tramite la controllata Master, con una produzione di oltre 30.000 porte blindate all'anno, che in quello di



I NUMERI

Fatturato 2019	+€87m
Export	50%
CAGR 15-19PF	6,1%
Fabbriche in Italia	5
Persone	300



Un importante passo nella diversificazione delle attività della società è stato l'avvio del fondo CRF che, attraverso il conferimento da parte di 10 istituti bancari italiani di crediti UTP e la disponibilità di nuova finanza, supporterà una quindicina di società italiane in fase di ristrutturazione e rilancio dei rispettivi business.

Altresì rilevante la recente acquisizione di un intermediario finanziario operante nel settore del factoring, che ha assunto il nome di Clessidra Factoring. La società permetterà a Clessidra di compiere il primo passaggio per l'avvio del processo di creazione di una piattaforma integrata dedicata alle aziende distressed, in grado di offrire soluzioni volte al ribilanciamento della situazione finanziaria e al rilancio industriale, inserendosi nel piano di sviluppo della posizione strategica della SGR nel settore della gestione dei crediti.

guarnizioni e accessori in grado di aumentare le prestazioni tecniche dei serramenti, grazie all'acquisizione, avvenuta ad ottobre 2019, del 100% di CCE (Costruzioni Chiusure Ermetiche srl).

Dagli inizi del 2019, Scigno è entrata nel Piano di attività ESG di Clessidra. I principali obiettivi inclusi nel Piano ESG di Scigno sono stati identificati nel rafforzamento dei controlli sulla catena di fornitura, in nuove iniziative di formazione per il personale e nella revisione degli imballaggi finalizzata all'incremento della riciclabilità.

Scigno promuove la gestione sostenibile del patrimonio forestale attraverso la certificazione delle produzioni a base legnosa secondo i principi PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification), il principale sistema di certificazione forestale a livello globale.

DATI ECONOMICI

AL 30 SETTEMBRE 2020

Nel corso dei primi nove mesi dell’anno le **portfolio companies** nel loro complesso hanno registrato un **significativo incremento del MOL** (+16,4% dato aggregato proforma) rispetto all’omologo periodo 2019. Guardando solo al terzo trimestre, il margine operativo lordo risulta pari a 76,8 milioni di euro, in crescita del 18,8% rispetto al 2019.

Un buon terzo trimestre consolida dunque **un 2020 in decisa crescita rispetto all’esercizio precedente**, nonostante l’impatto dell’emergenza sanitaria legata al Covid-19 che si riflette su una contenuta contrazione dei ricavi.

Il portafoglio di partecipazioni, costruito negli ultimi anni, ha dimostrato un bilanciamento in grado di affrontare una fase di severa criticità congiunturale, con la parte preponderante del portafoglio rappresentata da società che operano in settori legati alla filiera alimentare e al comparto energetico e risultati particolarmente positivi per Caffè Borbone.

Il **Net Asset Value** al 30 settembre scorso è pari a 1.656,1 milioni di euro, stabile rispetto al 30 giugno 2020 (1.629,3 milioni di euro).

La **posizione finanziaria netta di Italmobiliare S.p.A.**, positiva per 389,3 milioni di euro, risulta in diminuzione di 180,3 milioni di euro rispetto al 31 dicembre 2019, principalmente a seguito dell’acquisizione dell’80% di Officina Profumo-Farmaceutica di Santa Maria Novella.

Per effetto di questa acquisizione la componente rappresentata dalle portfolio companies ha registrato un incremento di 161,7 milioni di euro (di cui circa 120 milioni di euro nel corso del terzo trimestre).

ANDAMENTO DELLA GESTIONE DELLE PRINCIPALI SOCIETÀ DEL GRUPPO

30 SETTEMBRE 2020

(milioni di euro)	Ricavi			MOL		
	30 settembre 2020	30 settembre 2019	Var. %	30 settembre 2020	30 settembre 2019	Var. %
Italmobiliare	50,7	58,7	(13,6)	(7,4)	29,0	n.s.
Portfolio companies						
Caffè Borbone	155,8	126,6	23,0	52,4	38,2	37,2
Sirap	183,4	203,1	(9,7)	18,9	12,8	47,7
Italgen	21,6	25,1	(13,8)	9,3	9,8	(5,1)
Capitelli	10,7	10,3	3,7	2,8	2,9	(1,8)
Officina SMN	16,4	21,1	(21,6)	3,8	6,8	(43,3)
Tecnica Group	260,2	290,8	(10,5)	37,2	31,9	16,7
Iseo	89,7	104,8	(14,4)	8,8	12,0	(26,7)
Autogas-AGN Energia	301,4	355,0	(15,1)	32,9	28,3	16,3
Totale portfolio companies	1.039,2	1.136,8	(8,6)	166,1	142,7	16,4

n.s. non significativo

SINTESI SITUAZIONE CONSOLIDATA AL 30 SETTEMBRE 2020

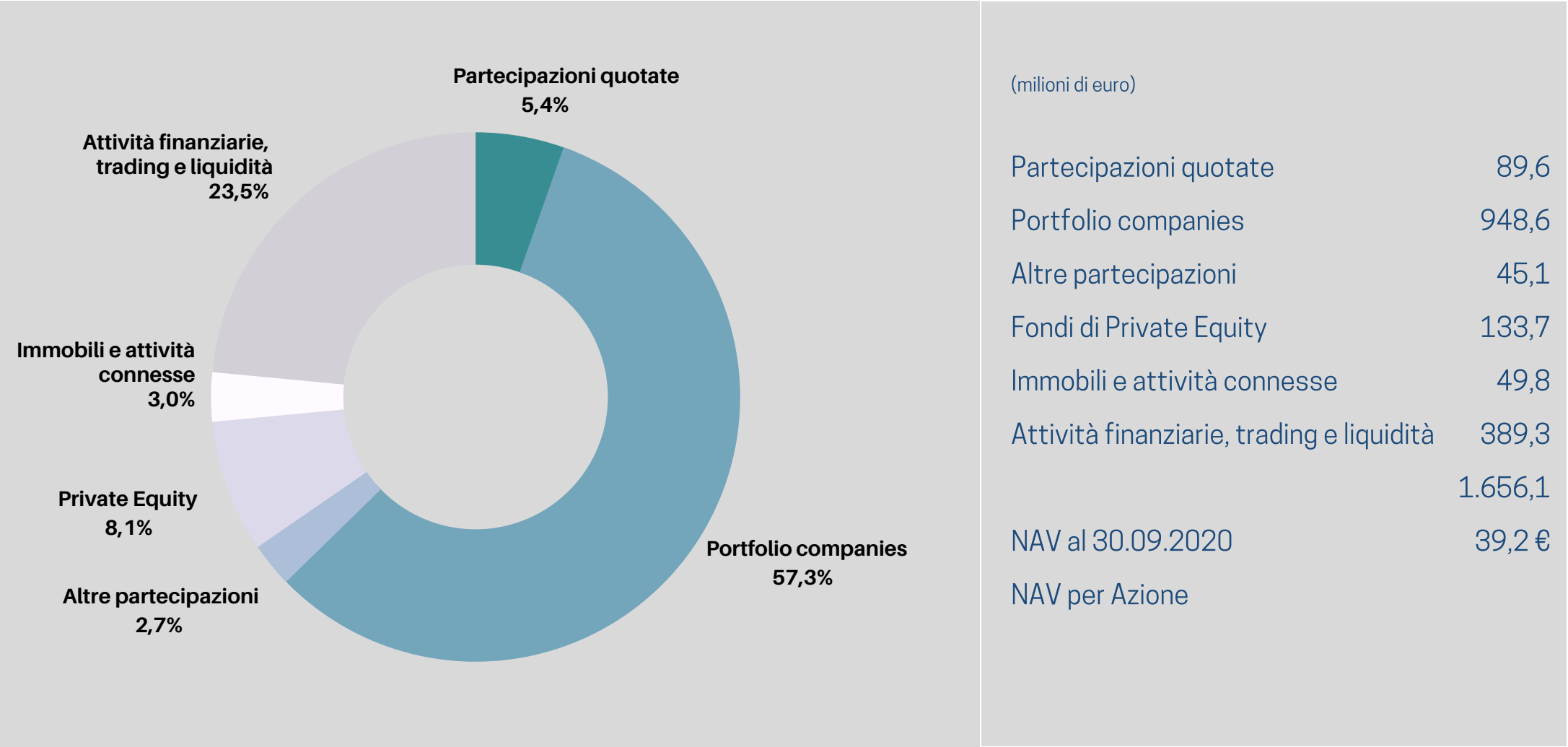
TERZO TRIMESTRE

(milioni di euro)	3° TRIMESTRE 2020	3° TRIMESTRE 2019	Variazione %
Ricavi	131,3	135,0	(3,7)
Margine operativo lordo	24,0	31,9	(7,9)
% sui ricavi	18,3	26,3	
Risultato operativo	16,8	24,0	(30,0)
% sui ricavi	12,8	17,8	

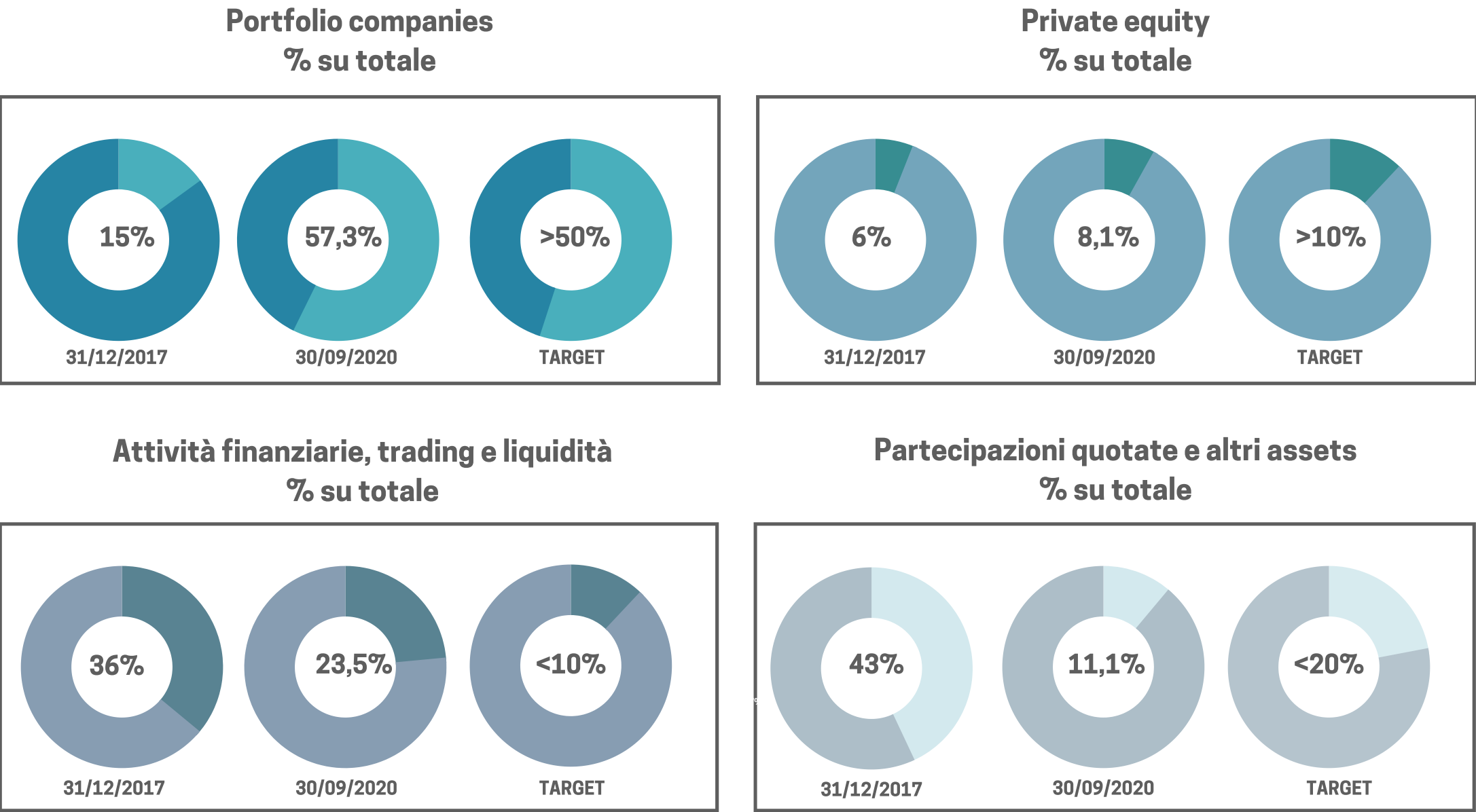
PROGRESSIVO AL 30 SETTEMBRE

(milioni di euro)	Progressivo al 30.09.2020	Progressivo al 30.09.2019	Variazione %
Ricavi	407,4	413,2	(1,4)
Margine operativo lordo	51,7	84,0	(38,5)
% sui ricavi	12,7	20,3	
Risultato operativo	30,0	62,3	(51,9)
% sui ricavi	7,4	15,1	

NAV DI 1.656,1 MILIONI DI EURO
al 30 settembre 2020



LA TRANSIZIONE DEL NAV



ITALMOBILIARE: UN'EFFICACE GESTIONE DEL RISCHIO

Un efficace modello di gestione del rischio è insito nella stessa “mission” di Italmobiliare, e nell’obiettivo della Holding di svolgere un ruolo attivo e continuo nel processo di crescita e valorizzazione del portafoglio.

L’attività di investimento di Italmobiliare ricerca una equilibrata composizione del portafoglio tramite alcuni criteri guida: **accurata gestione del rischio** anche vis-à-vis la fase del ciclo economico e le dinamiche di valutazione delle opportunità di investimento e disinvestimento; **valutazione del grado di concentrazione del portafoglio** e di correlazione tra i diversi investimenti; **complementarietà delle partecipazioni** detenute attraverso investimenti diretti e attraverso quote di fondi di private equity, minimizzando le possibili concentrazioni di rischio e massimizzando, se presenti, dinamiche sinergiche in termini di know-how, competenze, relazioni e opportunità di co-investimento.

L’emergere e il perdurare di uno shock esogeno come quello della pandemia da Covid-19 ha evidenziato in modo esemplare l’importanza di una periodica **analisi integrata dei principali fattori di rischio e delle relative misure di mitigazione**, che mira a fornire al Comitato Controllo e Rischi e al Consiglio di Amministrazione di Italmobiliare adeguati elementi di valutazione secondo diverse prospettive di analisi.

I. Analisi quantitativa del livello di rischio e di correlazione delle diverse componenti del portafoglio di investimenti di Italmobiliare nel suo complesso

II. Analisi “bottom-up” dei fattori di rischio specifici per il Gruppo e relative azioni di mitigazione

III. Analisi specifica dell’esposizione del portafoglio di investimenti alle diverse aree geografiche.

In particolare, il contesto ha inoltre confermato la significatività delle evoluzioni di tipo metodologico apportate negli ultimi anni:

- **Rafforzamento dell’approccio bottom-up**, tramite il coinvolgimento diretto nell’attività di risk assessment del management di tutte le portfolio companies
- **Evoluzione della metodologia di consolidamento** dei risultati del risk assessment, al fine di ottenere una valutazione a livello di Gruppo a partire dalla valutazione dei rischi a livello di singola società, tenuto conto del peso della singola società sul NAV di Italmobiliare.

La stessa strutturazione di un “**Comitato per la Sostenibilità e la Responsabilità Sociale**” evidenzia inoltre l’estrema attenzione riservata da Italmobiliare ad una integrazione dei rischi e principi ESG nei processi di investimento e gestione del portafoglio, anche a fronte di un contesto internazionale dove per la prima volta le preoccupazioni ambientali e climatiche dominano la classifica dei rischi globali.

Primi 5 rischi globali in termini di probabilità

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
1	Interstate conflict	Involuntary migration	Extreme weather	Extreme weather	Extreme weather	Extreme weather	=
2	Extreme weather	Extreme weather	Involuntary migration	Natural disasters	Climate action failure	Climate action failure	=
3	Failure of national governance	Climate action failure	Natural disasters	Cyberattacks	Natural disasters	Natural disasters	=
4	State collapse or crisis	Interstate conflict	Terrorist attacks	Data fraud or theft	Data fraud or theft	Biodiversity loss	↑
5	Unemployment	Natural catastrophes	Data fraud or theft	Climate action failure	Cyberattacks	Human-made environmental disasters	↑

Il quadro macro di riferimento: per la prima volta le preoccupazioni ambientali e climatiche dominano la classifica dei rischi globali

Primi 5 rischi globali in termini di impatto

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
1	Water crises	Climate action failure	Weapons of mass destruction	Weapons of mass destruction	Weapons of mass destruction	Climate action failure	↑
2	Infectious disease	Weapons of mass destruction	Extreme weather	Extreme weather	Climate action failure	Weapons of mass destruction	↓
3	Weapons of mass destruction	Water crises	Water crises	Natural disasters	Extreme weather	Biodiversity loss	↑
4	Interstate conflict	Involuntary migration	Natural disasters	Climate action failure	Water crises	Extreme weather	↓
5	Climate action failure	Energy price stock	Climate action failure	Water crises	Natural disasters	Water crises	↓

I primi 5 rischi a lungo termine in fatto di probabilità sono tutti legati all’ambiente, come 3 dei 5 rischi principali in termini di impatto

Economico

Ambientale

Geopolitico

Sociale

Tecnologico

Fonte: World Economic Forum 2010-2020, Global Risks Reports

SHARING IDEAS: TEAM AFFARI LEGALI E SOCIETARI

**E. Noto**

- In Italmobiliare dal 2018, Direttore Affari Legali e Societari
- Precedenti esperienze in Luxottica Group, Fastweb, Montedison.
- Laurea in Giurisprudenza presso Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano

**S. Seccamani Mazzoli**

- In Italmobiliare dal 2020, Responsabile Affari Legali
- Precedenti esperienze in Chiomenti e doValue
- Master (LL.M.) presso Fordham University School of Law di New York e laurea in Giurisprudenza presso Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano
- Abilitato alla professione di avvocato in Italia e New York

Italmobiliare svolge un ruolo attivo e continuo nel processo di crescita e valorizzazione del portafoglio coniugando lo sviluppo, l'internazionalizzazione e l'innovazione con un efficace modello di governance e gestione del rischio. La società adotta un **modello di governance tradizionale**, caratterizzato dalla presenza di un Consiglio di Amministrazione e di un Collegio Sindacale, entrambi nominati dall'Assemblea, ritenendo tale sistema di governo societario il più idoneo a coniugare l'«**efficienza della gestione**» con l'«**efficacia dei controlli**» e, nel contempo, a perseguire il soddisfacimento degli interessi degli azionisti e la piena valorizzazione del management. Nel suo ruolo di holding, Italmobiliare è fermamente convinta che la continua modernizzazione delle regole di Corporate Governance favorisca e rinforzi la condivisione dei propri valori e la diffusione di cultura imprenditoriale e capacità manageriali.

La **Direzione Affari Legali e Societari** di Italmobiliare, che riporta gerarchicamente al Consigliere Delegato e Direttore Generale, svolge un ruolo centrale nel supporto alla definizione dei **processi di Corporate Governance** e nell'implementazione delle norme applicabili alle società quotate, ispirandosi a principi di efficacia ed efficienza, nonché nell'assistenza delle strutture aziendali con riguardo alle diverse tematiche legali, di natura ordinaria o straordinaria, che possano interessare la società.

La **Funzione Affari Societari** è, tra l'altro, responsabile della gestione degli **adempimenti societari** e della predisposizione ed aggiornamento dei documenti e delle procedure previsti dalle disposizioni applicabili alle società quotate. La Funzione partecipa, inoltre, all'organizzazione delle riunioni degli organi societari come **vero e proprio "consulente interno"**, raccogliendo e predisponendo la documentazione di supporto e collaborando altresì con l'Alta Direzione e la Direzione Risorse Umane nella definizione del sistema di deleghe e procure da attribuire al management.

La **Funzione Affari Legali** fornisce invece **consulenza legale a tutte le aree aziendali** e nei diversi ambiti di interesse per la società, oltre ad occuparsi della gestione del contenzioso civile. In quest'ambito, in linea con il core business di Italmobiliare, la Funzione Affari Legali assicura un supporto chiave nei vari **progetti speciali della holding**. Con consolidata esperienza in ambito M&A, garantisce infatti un'assistenza costante alle direzioni interessate in occasione dei molteplici progetti di investimento e disinvestimento (tra cui, il Team Sviluppo e Investimenti ed il Team Gestione Partecipazioni). Gestisce inoltre il rapporto con i consulenti legali esterni che assistono Italmobiliare – coordinandone e supervisionandone l'attività e favorendo l'interscambio tra la struttura aziendale centrale e gli studi legali – e facilita lo **sviluppo dei processi decisionali e gestionali** interni all'impresa.

Infine, la **Direzione Affari Legali e Societari** di Italmobiliare **collabora regolarmente con le società in portafoglio della holding**, fornendo assistenza in ambito societario e legale di natura strategica, di coordinamento e di supporto alle varie attività, anche con riguardo a progetti di M&A e riorganizzazioni societarie che possano interessare le medesime.

a cura della Direzione Comunicazione @ ITALMOBILIARE

La presente pubblicazione ha meri fini di informazione, non costituendo in nessun caso offerta al pubblico di prodotti finanziari ovvero promozione di servizi e/o attività di investimento né nei confronti di persone residenti in Italia né di persone residenti in altre giurisdizioni.