



ITALMOBILIARE
INVESTMENT HOLDING

NEWSLETTER #8 | Luglio 2024



Contenuti

INTRODUZIONE	4
L'impresa che crea valore	
SOTTO LALENTE	6
Officina Profumo-Farmaceutica di Santa Maria Novella	
INSIDE	9
Un tour di emozioni	
SIDI nello spazio	
Italmobiliare e Caffè Borbone insieme in Uganda	
CDS taglia il traguardo delle 30 strutture	
Gambero Rosso premia Capitelli	
genITM	14
Storie di persone dal mondo Italmobiliare	
MONDO CLESSIDRA	17
Clessidra Holding a gres art 671	
FONDAZIONE PESENTI ETS	18
Convegno "Industria e finanza per uno sviluppo sostenibile"	
LE LANCETTE DELL'ECONOMIA	19
Economia italiana "en marche"	
OSSERVATORIO ITALIA	22
Bello e ben fatto	
ITALMOBILIARE IN BREVE	24
Dati economici	
L'evoluzione del NAV	
Team Affari Legali	
GRES ART 671	27
Relazione d'impatto 2023	

L'IMPRESA CHE CREA VALORE

IL BUON ANDAMENTO DEGLI ULTIMI MESI CONFERMA IL PURPOSE DEL GRUPPO "INSIEME ALLE IMPRESE PER CREARE VALORI"

DI CARLO PESENTI E LAURA ZANETTI



Pur operando in un contesto macroeconomico instabile e sfidante, ci siamo lasciati alle spalle un 2023 ricco di progetti, iniziative e attività, ma che ricorderemo principalmente per l'eccezionale crescita e sviluppo di alcune delle principali società in portafoglio, la valorizzazione del percorso nel Gruppo Florence e in AGN Energia, l'inaugurazione di gres art 671 e gli importanti passi compiuti nel nostro percorso di sviluppo sostenibile. **Un trend positivo che prosegue anche nei primi mesi dell'anno in corso.** Ancora una volta, Italmobiliare sta dando prova della capacità trasformativa del Gruppo, perfettamente sintetizzata dal **purpose "Insieme alle imprese per creare valori"**. **Ma come si persegue questo obiettivo?**

Innanzitutto attraverso **la condivisione di risorse, idee, progetti ed energie, che all'interno di un Gruppo come Italmobiliare può generare eccezionali sinergie.** Lo abbiamo visto in occasione del viaggio in Uganda organizzato con Caffè Borbone per seguire i progressi del progetto Mwanyi, diventato anche occasione per incontrare l'Ambasciatore d'Italia a Kampala, Mauro Massoni, ed il Ministro dell'Agricoltura, Frank Tumwebaze.



QUALITÀ IN OGNI AZIONE: L'IMPEGNO QUOTIDIANO DELLE IMPRESE CHE TRASFORMA IDEE IN VALORI TANGIBILI

Altri esempi sono l'evento "Shared challenges, joint success" organizzato da Clessidra Group a gres art 671, e la collaborazione tra Officina Profumo-Farmaceutica di Santa Maria Novella, Sidi e Caffè Borbone per l'organizzazione di un evento in occasione della storica partenza del Tour de France da Firenze. O, ancora, la presentazione nell'incantevole cornice del giardino dell'Ambasciata italiana a Tokyo della collezione Eau de Parfums "I Giardini Medicei" dell'Officina, che ha coinvolto oltre 200 tra i principali business partners e media del Paese. Iniziative che abbiamo voluto raccontare in queste pagine, perché testimoniano il valore aggiunto che il Gruppo è in grado di generare.

Condiviso e congiunto è anche l'impegno di tutte le nostre aziende per una crescita che sia realmente sostenibile. In questi mesi il Gruppo ha dato ulteriore impulso al percorso di decarbonizzazione guidato dall'approccio metodologico della Science Based Targets initiative (SBTi), che accompagna le imprese nell'implementazione di azioni di mitigazione misurabili scientificamente con l'obiettivo di dimezzare le emissioni di gas serra entro il 2030 e raggiungere il net zero entro il 2050.

Gli obiettivi di riduzione delle emissioni a breve termine di Italmobiliare sono già stati approvati da SBTi. Con questo primo step e con le azioni di mitigazione già adottate, Italmobiliare ha compiuto i primi passi verso lo sviluppo di una strategia net-zero e sta lavorando attivamente per stabilire obiettivi a lungo termine in linea con i criteri SBTi net-zero.

Dopo Italmobiliare, anche **tutte le società controllate hanno formalizzato il proprio impegno con SBTi** per dare il proprio contributo alla lotta contro la crisi climatica e stanno definendo i propri obiettivi da sottoporre alla validazione.

Prosegue naturalmente anche l'impegno verso l'adozione di **piani di sviluppo delle persone mirati**



alla crescita professionale, all'inclusione e alla parità di genere. Per questo, al pari della Holding, anche le società del Gruppo hanno completato l'adesione ai Women's Empowerment Principles, un insieme di principi definiti da UN Women e UN Global Compact che offrono indicazioni alle imprese su come promuovere l'uguaglianza di genere e l'emancipazione delle donne sul posto di lavoro, nel mercato e nella comunità.

Passando all'analisi dei risultati finanziari, positive indicazioni giungono dall'andamento del primo trimestre dell'anno in corso, che ha visto i ricavi consolidati del Gruppo attestarsi a 166,2 milioni di euro, in aumento del 20% rispetto al corrispondente periodo dell'esercizio precedente, e il margine operativo lordo crescere a 38,4 milioni. In particolare, Caffè Borbone ha incrementato il fatturato grazie alle ottime performance del canale GDO e dell'estero. CDS-Casa della Salute ha tagliato il traguardo delle 30 cliniche e registrando ricavi in aumento del 47,4%.

Officina Profumo-Farmaceutica di Santa Maria Novella ha chiuso il trimestre con ricavi in crescita del 16% e ha messo a segno un'importante acquisizione, rilevando il proprio distributore in Giappone, che diventa così il primo mercato asiatico nel quale l'azienda è presente con una filiale

dedicata ed una rete di punti vendita diretti, un modello già adottato con successo negli Stati Uniti, in aggiunta ovviamente all'Italia. Ma, soprattutto, a gennaio l'azienda ha nominato un nuovo Amministratore Delegato, Giovanna Paoloni, che ha maturato 20 anni di esperienza in importanti multinazionali del lusso e saprà guidare la crescita globale del brand.

Nel 2024 proseguiamo nel percorso intrapreso, con l'obiettivo di confermare gli ottimi risultati raggiunti, consolidare la crescita delle aziende in portafoglio e progredire ulteriormente nella nostra strategia di creazione di valore sostenibile. Con particolare riferimento alle Portfolio Companies, oltre alla continua ricerca di efficienza gestionale e integrazione di competenze strategiche coerenti con il livello sempre più elevato delle sfide che affrontano le PMI italiane, il focus di attività sarà ancora incentrato sul supporto alle principali società del Gruppo attraverso mirate operazioni di M&A e add-on, iniziative di sviluppo organico e di espansione internazionale.

Contemporaneamente, la Holding proseguirà nel suo ruolo proattivo di partner strategico nei piani di sviluppo delle partecipazioni di minoranza come Tecnica Group, Iseo e Bene Assicurazioni.

OFFICINA PROFUMO-FARMACEUTICA DI SANTA MARIA NOVELLA



Ritenuta la più antica farmacia al mondo, Officina Profumo-Farmaceutica di Santa Maria Novella nasce a Firenze nel 1221, quando i frati domenicani fondano l'omonimo convento iniziando a sviluppare quella che diverrà una realtà imprenditoriale unica e che oggi vanta un'esperienza consolidata negli universi delle fragranze, della cura della persona e della casa.

Entrata a far parte del Gruppo Italmobiliare nel 2020, in soli tre anni Officina Profumo-Farmaceutica di Santa Maria Novella è stata protagonista di uno straordinario sviluppo, raddoppiando i ricavi, il numero dei negozi e il numero di dipendenti. Oggi è presente in più di 30 paesi con una rete di distribuzione composta da circa 380 punti vendita, 117 dei quali monobrand, di cui circa un terzo in gestione diretta.

Importante tappa di questo percorso di crescita è stata, a gennaio 2024, l'acquisizione del distributore che operava in Giappone. L'operazione ha permesso a Officina Profumo-Farmaceutica di Santa Maria Novella di operare direttamente nel paese con una rete composta da 16 punti vendita – tra freestanding, department store e corner –, consolidando la presenza del brand in una geografia in cui il suo heritage e i suoi prodotti sono fortemente apprezzati dai consumatori.

Il Giappone diventa così il primo mercato asiatico nel quale l'azienda è presente con una filiale dedicata ed una rete di punti vendita diretti, un modello già adottato con successo negli Stati Uniti, oltre ovviamente all'Italia.

Uno sviluppo che proseguirà ulteriormente, con particolare focus sull'estero, e al quale si è scelto di dare ulteriore spinta con la nomina di un nuovo Amministratore Delegato e Direttore Generale, Giovanna Paoloni, che ha maturato 20 anni di esperienza in importanti multinazionali nel settore lusso e retail tra cui Prada, Harrods, Value Retail e Bottega Veneta. *"Grazie alle profonde competenze, all'esperienza internazionale e alla sua visione strategica, Giovanna Paoloni saprà dare ulteriore impulso allo sviluppo globale di Officina Profumo-Farmaceutica di Santa Maria Novella, sempre nel rispetto della storia e della tradizione del brand"*, ha sottolineato Carlo Pesenti, Consigliere Delegato di Italmobiliare e Presidente di Officina Profumo-Farmaceutica di Santa Maria Novella.

L'obiettivo è chiaro: la crescita deve avvenire nel rispetto del plurisecolare heritage di un'istituzione che ha attraversato il tempo restando riferimento cardine del tessuto urbano e sociale di Firenze, diventando icona di natura, grazia, unicità e tradizione a livello mondiale.

Officina Profumo-Farmaceutica di Santa Maria Novella deve continuare ad essere custode di un saper fare antico che, in virtù della sua radice così "essenziale", è sempre più contemporaneo e apprezzato.



Il press-day di presentazione della collezione di Eau de Parfum "I Giardini Medicei" a Tokyo.

NE PARLIAMO CON...

Ed è proprio in merito a questi progetti ambiziosi che, a qualche mese di distanza dalla sua nomina, abbiamo voluto parlare con Giovanna Paoloni.

Partendo, innanzitutto, da ciò che l'ha spinta ad accettare questo incarico *"Avevo accettato un'offerta dal principale gruppo del lusso al mondo, quando mi è stata prospettata la possibilità di assumere la guida di Officina Profumo-Farmaceutica di Santa Maria Novella. Sin dai primi meeting conoscitivi ho percepito un grande feeling e **mi sono innamorata del progetto. Ho visto potenzialità incredibili**, anzitutto dal punto di vista della storia, che è ineguagliabile e che deve essere raccontata e valorizzata al meglio. Poi nel prodotto, che va custodito e proiettato al futuro nel rispetto del suo heritage unico. A questi punti di forza si aggiunge **l'orgoglio di far parte di una grande gruppo italiano**, che è pienamente consapevole del valore, della storia e della tradizione dell'azienda, e che ha a disposizione le risorse per farla crescere ulteriormente. L'insieme di questi elementi mi ha spinto a cogliere questa opportunità"*.



Appena assunto l'incarico si è messa al lavoro, e in viaggio, per visitare alcune delle aree a più alto potenziale, iniziando dal Giappone, la Corea, la Cina, oltre a tutti i negozi nell'area europea.

"Quello che ho visto è stato assolutamente incredibile – racconta Giovanna Paoloni – il potere del brand, la sua forza. Ho constatato enormi potenzialità nello sviluppo dei modelli di business e gestionale. E ho anche avuto conferma che dovevamo strutturarci ulteriormente al centro per poter arrivare sui mercati in maniera più incisiva e più performante".

E così, nei primi mesi, il CEO ha rinforzato la prima linea con l'inserimento di professionalità che potessero integrare il team già esistente. *"C'è uno splendido mix di esperienze diverse; **nei colleghi ho notato passione, professionalità e senso di appartenenza al brand**. Inizialmente c'era qualche timore rispetto a possibili cambiamenti, sentimento che si è presto trasformato in una grande energia positiva. Sono molto riconoscente del percorso intrapreso tutti insieme perché denota un grande spirito di squadra"*.

Le persone sono centrali nella visione di Giovanna Paoloni, che sottolinea *"uno degli obiettivi a cui stiamo lavorando riguarda la valorizzazione dei nostri talenti con diverse iniziative. Ad esempio, per l'area retail abbiamo studiato un programma di incentivi mirati e finalizzeremo dei percorsi di crescita specifici"*.

Inoltre, aggiunge, *"va creata l'infrastruttura per proiettare il brand al futuro"*.

Si riferisce principalmente allo sviluppo di un sistema di reportistica consolidata e al possibile ampliamento o potenziamento dei negozi più performanti.

Giovanna Paoloni
CEO di Officina Profumo-
Farmaceutica di Santa
Maria Novella



Lato prodotto, Giovanna Paoloni sottolinea come i punti di forza risiedano sicuramente nello storytelling e nella vastità dell'offerta di Officina Profumo-Farmaceutica di Santa Maria Novella. **“Vogliamo razionalizzare e valorizzare l'ampio portafoglio prodotti, puntiamo inoltre a creare un packaging ancora più accattivante e al contempo più sostenibile”**. E conclude **“assieme al Vice Direttore Generale, Giampiero Pesenti, stiamo lavorando per migliorare ulteriormente la sicurezza e le performance del nostro impianto produttivo, per far fronte alla più alta domanda di prodotti da parte dei mercati, e per studiare dei sistemi che ci rendano ancora più attenti al topic cardine della sostenibilità”**.

In merito allo sviluppo internazionale, che è uno dei principali obiettivi del brand, le chiediamo del Giappone, dove a marzo, nell'incantevole cornice del giardino dell'Ambasciata italiana a Tokyo, si è svolto il press-day di presentazione della collezione di Eau de Parfum “I Giardini Medicei”, che ha coinvolto oltre 200 tra i principali media del Paese e business partner.

“Il Giappone è un mercato veloce, con consumatori giovani e dove il marchio e i prodotti di Officina Profumo-Farmaceutica di Santa Maria Novella sono riconosciuti ed estremamente apprezzati. In questo paese, dove stiamo facendo ottimi numeri ma ancora marginali rispetto all'enorme potenziale, dobbiamo essere più incisivi e grintosi. Attraverso l'acquisizione del nostro distributore abbiamo avviato una nuova fase di crescita: ci aspettiamo grandi risultati e siamo certi che attraverso il presidio diretto della nuova filiale e il lavoro del team di professionisti dedicati rafforzeremo ulteriormente la nostra presenza qui”.

La domanda d'obbligo, però, è come si cresce senza snaturare il brand?
*“Non c'è una ricetta unica, è una combinazione di fattori: innanzitutto, bisogna essere fedeli ai propri valori, e a quello che si è autenticamente. Coniugare la propria essenza con i bisogni dei consumatori moderni, nella consapevolezza che **acquistare Officina Profumo-Farmaceutica di Santa Maria Novella è acquistare un po' della storia di Firenze**, indipendentemente dal prodotto scelto. Da ultimo, non possiamo guardare al futuro senza riflettere attentamente sul nostro programma di sostenibilità, e lo dobbiamo fare in una maniera significativa ispirandoci a un momento molto importante per la storia di Officina Profumo-Farmaceutica di Santa Maria Novella: il Rinascimento, una concezione del bello che fa bene, e per il bene. Un Rinascimento, quindi, inteso come rinascita dell'essere e non tanto come periodo storico. Noi miriamo allo stesso: un Rinascimento del futuro dove la natura e l'uomo tornino al centro del nostro sistema valoriale. In questo modo Officina Profumo-Farmaceutica di Santa Maria Novella diventerà un modo di essere e di vedere il mondo”*.



UN TOUR DI EMOZIONI PER OFFICINA PROFUMO-FARMACEUTICA DI SANTA MARIA NOVELLA, SIDI E CAFFÈ BORBONE

Il **Tour de France** è molto più di una semplice corsa ciclistica. È un evento sportivo e culturale che appassiona milioni di persone in tutto il mondo. Una celebrazione della fatica, della tenacia e dello spirito di sacrificio, ma anche un'occasione per scoprire paesaggi mozzafiato e conoscere diverse culture. Dal 1954 la Grande Boucle prende infatti il via da un Paese straniero e quest'anno, per la prima volta, dall'Italia, e in particolare da Firenze. Un'occasione imperdibile che Officina Profumo-Farmaceutica di Santa Maria Novella, Sidi e Caffè Borbone hanno saputo cogliere.



Sidi è stata protagonista dell'evento in quanto ben 11 tra i campioni impegnati nella corsa, tra cui anche il campione d'Italia in carica *Alberto Bettiol*, vestono le scarpe dell'azienda di Maser. Non solo, Sidi ha anche partecipato a *BeCycle*, prima edizione del salone dedicato agli amanti del ciclismo organizzato da Pitti Immagine, che si è svolta alla Leopolda di Firenze in concomitanza con la partenza del Tour. A *BeCycle* l'azienda ha esposto alcune delle iconiche calzature dei campioni del Tour de France, partendo da quelle indossate nel 1983 da Laurent Fignon, vincitore in quell'anno della Grande Boucle.

All'appuntamento col Tour non poteva mancare **Caffè Borbone**, che ha recentemente attivato una partnership in ambito ciclismo con il *Team Technipes #inEmiliaRomagna*, un progetto senza precedenti che nasce da un'idea di *Davide Cassani* – ex commissario tecnico della nazionale italiana di ciclismo e attuale “voce” del Giro d'Italia e del Tour – con l'obiettivo di formare e sostenere giovani promettenti, affiancandogli un team dedicato di esperti che li aiutino a coltivare il loro talento e a crescere sino a diventare ciclisti professionisti.

Caffè Borbone è stato sponsor della maglia celebrativa “*Davide Cassani & friends on Tour 2024*”, una pedalata organizzata da Davide Cassani sul percorso delle prime tre tappe del Tour insieme ad alcuni selezionati professionisti del mondo dell'economia e della finanza, uniti dalla passione per il ciclismo.



Officina Profumo-Farmaceutica di Santa Maria Novella ha invece scelto di celebrare la Grande Boucle esponendo nella vetrina del proprio storico negozio di Firenze la bici dell'ultima vittoria di Marco Pantani al Tour de France nel 2000, circondata da uno speciale allestimento floreale che è un omaggio sia al campione che alla corsa.

Il negozio Officina Profumo-Farmaceutica di Santa Maria Novella di via della Scala è stato, inoltre, teatro di uno speciale evento che ha coinvolto anche Italmobiliare, Sidi e Caffè Borbone e visto la partecipazione di illustri ospiti tra i quali *Bernard Thévenet*, plurivincitore del Tour, *Christian Prudhomme*, direttore generale della corsa dal 2007, *Davide Cassani* e *Dario Nardella*, che da Sindaco di Firenze ha avuto un ruolo fondamentale per portare la Grande Boucle nel capoluogo toscano.

SIDI

SIDI VOLA NELLO SPAZIO CON LA NASA NELLA MISSIONE SPACEX CREW-8

Il rotore di Sidi è stato utilizzato nei polsini veno-costrittori durante il volo spaziale per contrastare gli effetti della microgravità sul corpo umano



Crew-8 è l'ottava missione operativa di astronauti che SpaceX ha effettuato per la **NASA** verso la Stazione Spaziale Internazionale.

I quattro membri dell'equipaggio partecipano all'**Expedition 71** per condurre una vasta gamma di esperimenti per sei mesi.

Le indagini condotte durante l'Expedition 71 includono l'esame di organoidi cerebrali per comprendere i disturbi neurodegenerativi, il monitoraggio dello spostamento dei fluidi corporei durante il volo spaziale e lo studio degli effetti della radiazione UV e della microgravità sulla crescita delle piante.

Sidi Sport prende parte alla spedizione NASA con il suo rotore, utilizzato come sistema di chiusura dei **polsini veno-costrittori indossati dagli astronauti** alle cosce.

Progettati per contrastare gli effetti della microgravità sul corpo umano, il loro uso è finalizzato a intrappolare i liquidi, ridurre quindi il volume nella testa, prevenendo potenziali cambiamenti alla struttura dell'occhio e alla vista.

Per consentire all'equipaggio di regolare e chiudere i polsini, il rotore di Sidi è stato individuato essere un sistema affidabile, efficiente e compatibile con i livelli di prontezza tecnica richiesti per le operazioni di volo spaziale.

Il primo rotore al mondo è stato inventato da Sidi nel 1988 per realizzare un sistema di chiusura a tensione più elevata e microregolabile per le calzature da ciclismo e motociclismo. Da quel giorno, questo sistema di chiusura si è costantemente evoluto per rispondere alle forze estreme applicate nelle corse.

Costruito con resina ad alta densità e cavo Dyneema® (la fibra più resistente al mondo), il rotore offre una maggiore tensione e regolabilità, grazie al sistema di microregolazione, in un sistema costruito per durare e che offre una durata senza pari.

Per Davide Rossetti, Chief Executive Officer di Sidi Sport, *"È assolutamente entusiasmante che i sistemi di chiusura Sidi siano stati scelti dalla NASA all'interno di una missione spaziale. Negli anni '90, inventando i rotori, Sidi Sport ha cambiato il mondo delle calzature sportive e da allora non ha mai smesso di perfezionarli. Il nostro contributo a Expedition 71 rappresenta un potente stimolo a migliorare ulteriormente, a raggiungere nuovi traguardi e a supportare al massimo con i nostri prodotti gli sportivi in ogni loro sfida"*.





ITALMOBILIARE E CAFFÈ BORBONE INSIEME IN UGANDA, PER UNA FILIERA DEL CAFFÈ PIÙ EQUA E SOSTENIBILE

Caffè, donne, lavoro, diritti e opportunità: il progetto Mwanyi



Mwanyi – che significa caffè in lingua locale ugandese – è un progetto lanciato nel 2022 da Caffè Borbone con il supporto di Ofi (Olam Food Ingredients), leader mondiale nel settore degli alimenti naturali e di ingredienti e soluzioni per il beverage tra i principali fornitori mondiali di caffè verde.

Obiettivo del progetto, che nel quinquennio coinvolgerà 1.000 persone, è aumentare il numero di giovani e donne coinvolti in attività sostenibili di produzione di caffè in Uganda entro il 2027, con un conseguente incremento dell'occupazione femminile e giovanile.

L'iniziativa consiste in specifiche attività di formazione rivolte alla popolazione tra i 23 e i 59 anni, pensate per offrire alle comunità dei distretti di Ibanda e Bushenyi, nel sud-ovest dell'Uganda, l'opportunità di un accesso equo e trasparente alla formazione e di combattere la precarietà e l'esodo rurale che affliggono pesantemente queste aree.

L'Uganda è il luogo di nascita della qualità Robusta, nonché il primo Paese in Africa per la produzione di Robusta e il secondo nel continente per la produzione di caffè.

La produzione di caffè contribuisce al 2% del PIL ugandese, con 353.000 ettari di terreno coltivabile.

La percentuale dei ricavi del caffè sul totale delle esportazioni è del 14%. La produzione di caffè è la principale fonte di sostentamento per circa 1/3 della popolazione, pari a 1,7 milioni di famiglie (composte da 7 persone): **una filiera a trazione femminile visto che il 40% dei dipendenti impiegati nel settore è donna.**

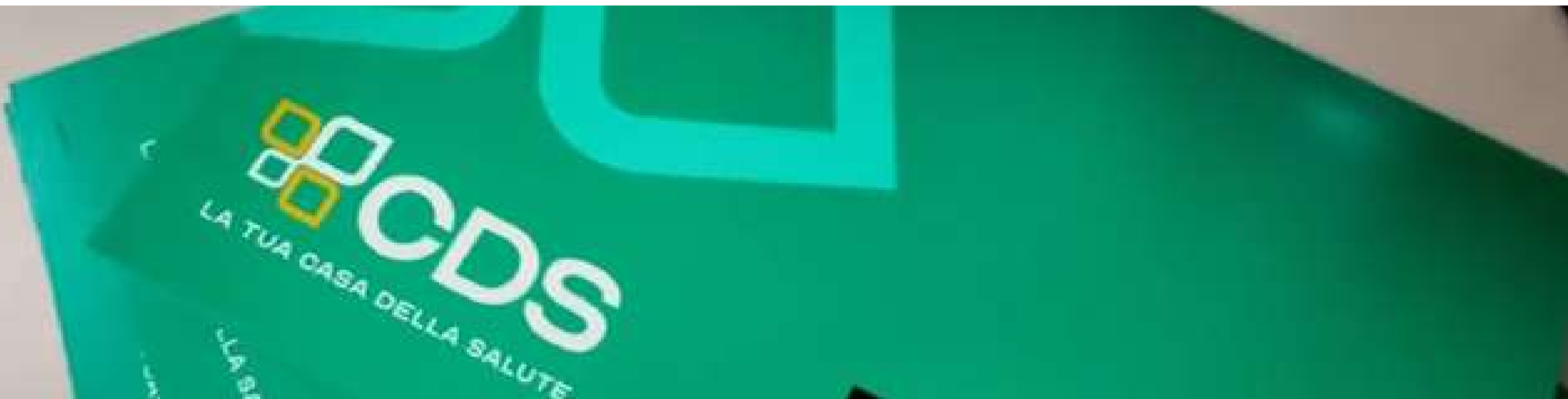
Carlo Pesenti, Consigliere Delegato di Italmobiliare Investment Holding, e Marco Schiavon, CEO di Caffè Borbone, sono stati in Uganda per incontrare le donne e i giovani che stanno partecipando a Mwanyi, progetto quinquennale avviato con Ofi per sviluppare competenze e promuovere iniziative imprenditoriali dei coltivatori che lavorano nella filiera di produzione del caffè in Uganda.

La missione in Uganda è stata anche occasione per incontrare **l'Ambasciatore d'Italia a Kampala, Mauro Massoni,** e il **Ministro dell'Agricoltura, Frank Tumwebaze.**





CDS TAGLIA IL TRAGUARDO DELLE 30 STRUTTURE IN PIEMONTE E LIGURIA



CDS - Casa della Salute ha inaugurato il nuovo poliambulatorio di Sestri Levante, la **trentesima struttura dell'azienda genovese tra Liguria e Piemonte**, alla presenza del CEO e founder di CDS **Marco Fertonani**, del Sindaco del Comune di Sestri Levante **Francesco Solinas** e della cittadinanza.

La struttura ha iniziato la propria attività da martedì 11 giugno 2024, per effettuare visite specialistiche, prestazioni di laboratorio e check-up sangue, esami di diagnostica per immagini e trattamenti di

odontoiatria, proponendo una équipe di medici del territorio e tecnologie di ultima generazione.

Fondata nel 2013 a Busalla da Marco Fertonani, CDS - Casa della Salute rappresenta un'idea innovativa di sanità nata con l'obiettivo di contribuire alla tutela della salute garantendo a tutti i cittadini un servizio sanitario di alta qualità caratterizzato da elevata professionalità, innovazione tecnologica, attenzione al paziente, prezzi accessibili a tutti, con prenotazioni in tempi brevi.

Nel 2020 l'acquisizione di controllo da parte di Italmobiliare ha dato grande impulso, solidità e fiducia al percorso di crescita di CDS.

Oggi, CDS è presente in Liguria e Piemonte con 30 poliambulatori, impiega circa 380 dipendenti e oltre 350 medici ed eroga ogni anno quasi un milione di prestazioni sanitarie.

L'apertura della nuova sede strategica di Sestri Levante completa un'espansione capillare che vede l'azienda presidiare il territorio, in maniera capillare, da Genova a Sarzana.

"Non inauguriamo solo una nuova, moderna struttura ma tagliamo anche un importante traguardo: quello dei 30 centri in Piemonte e in Liguria."

Si tratta di un passo in avanti del piano industriale ma anche un momento indelebile nella storia di CDS, che opera in regime privato, pertanto senza contributi pubblici, per oltre il 95% dei propri ricavi, fornendo circa un milione di prestazioni annue e contribuendo a soddisfare i bisogni di cura di migliaia di pazienti con tempi di attesa contenuti e prezzi per il cittadino vicini al ticket pubblico.

Attraverso l'apertura del centro di Sestri Levante rinnoviamo il nostro impegno verso la comunità e il territorio, dove portiamo servizi ad alto valore aggiunto e con tempi di attesa ridotti a una media di 2-3 giorni".

MARCO FERTONANI





TRADIZIONE DAL 1976

GAMBERO ROSSO PREMIA CAPITELLI PER LA MIGLIORE MORTADELLA ARTIGIANALE D'ITALIA



La Mortadella Capitelli è la migliore mortadella artigianale secondo la classifica **“Migliori Mortadelle Artigianali e del mercato di nicchia” di Gambero Rosso**, l'organizzazione più prestigiosa nel settore enogastronomico italiano.

Il 2023 è stato l'anno della Mortadella, proprio per questo Gambero Rosso, sull'onda del successo di critica e di pubblico ha dedicato all'antico salume ben tre classifiche: le mortadelle artigianali classiche (con e senza pistacchi), le mortadelle artigianali particolari e creative (anche di suini rustici dal mantello scuro), e le mortadella della GDO pre-affettate e confezionate in vaschetta.

Gambero Rosso, riconosciuto come il punto di riferimento per la valutazione dell'eccellenza culinaria in Italia, non organizzava un contest dedicato alla mortadella da oltre 12 anni. La decisione di testare oltre 60 tipi di mortadella da tutta Italia, ha reso il premio ottenuto da Cotto Capitelli ancor più significativo, evidenziando l'impegno della società nella produzione di salumi di alta qualità.

A dare un voto alle oltre 60 mortadelle testate sono stati gli esperti assaggiatori della **Gambero Rosso Academy**, che nelle aule della più importante casa editrice italiana specializzata in enogastronomia, hanno fatto un blind test, ovvero una degustazione alla cieca delle mortadelle selezionate.

Il salumificio Capitelli, fondato nel 1976 e oggi alla terza generazione, è famoso per il San Giovanni, un prosciutto cotto fuori stampo. Per la mortadella collabora con Bressani di Palazzo Pignano (CR), un piccolo artigiano che da 25 anni realizza questo prodotto su ricetta e sotto la direzione del salumificio piacentino.

INGREDIENTI E LAVORAZIONE: CARNI FRESCHE DI SUINI ITALIANI (SPALLA 60%, TRIPPINO 20%, GOLA 20%). COTTURA IN FORNO A SECCO VENTILATO A TEMPERATURE ELEVATE E IN TEMPI LUNGI “IN MODO DA SVILUPPARE I VERI AROMI NATURALI DELLA CARNE”. LO SUGGERISCE L'ASPETTO (FETTA ROSA ANTICO UN PO' GREZZA E ARTIGIANALE), L'ODORE E IL BOUQUET NETTI E PRECISI (UN ESPRESSIVO MIX DI BUONA CARNE SUINA, BRODO VEGETALE E SPEZIE), LA BOCCA SAPIDA, IL LEGGERO PICCANTINO, LA STRUTTURA SUCCOSA, CARNOSA E UN PO' RUSTICA: ALIMENTA LA MASTICAZIONE E ALLUNGA LA PERSISTENZA DEL SALUME.

“Dal punto di vista lavorativo è la più grande soddisfazione che ricordo negli ultimi anni, proprio perché giunge completamente inaspettata. Siamo unanimemente riconosciuti come produttori del miglior prosciutto cotto d'Italia, ma questo riconoscimento ‘fuori contesto’ testimonia come la nostra idea di qualità a 360 gradi incontra con immediatezza e senza filtri, i gusti dei consumatori e degli esperti di settore”.

ANGELO CAPITELLI



L'ARTE DEL CAFFÈ



*“La qualità del buon caffè dipende da moltissimi fattori “ma i principali sono la materia prima, la miscela e tostatura” ci spiega **Mario Bruscano, Green Coffee Purchasing Manager di Caffè Borbone.***



Napoletano, 49 anni, Mario **lavora nel settore da quasi trent'anni** e si è sempre occupato di caffè crudo, un ruolo che implica profonda conoscenza sia della materia prima che dei territori di provenienza della stessa. *“Viaggiare è fondamentale, perché capisci cosa stai comprando. Quasi tutti sanno che ci sono due principali varietà di caffè, arabica e robusta, ma la medesima varietà cambia moltissimo da Paese a Paese, e persino da una zona di produzione all'altra. Non solo, il caffè cambia anche da un anno all'altro, perché la qualità del raccolto è condizionata dal meteo, dalla temperatura e da moltissimi altri fattori”*. Ed è per questo che, oltre a conoscere le aree di provenienza del caffè, è necessario fare approfonditi controlli di qualità. Campioni dei lotti di caffè da tutto il mondo arrivano ogni giorno a Caivano, dove gli esperti di Caffè Borbone lo assaggiano per verificarne la qualità e le caratteristiche. Una prova che viene ripetuta quando i lotti arrivano allo stabilimento: la produzione parte infatti solo dopo che i campioni del caffè che realmente arrivano in azienda sono stati assaggiati, e ovviamente analizzati dal punto di vista chimico e fisico per valutarne la conformità. Ma perché è così importante assaggiare il caffè crudo? *“Il segreto di un buon caffè è la miscela, ovvero la capacità di combinare diverse varietà di caffè crudo per ottenere la bevanda perfetta – spiega Bruscano –. **La miscela è un'arte, e in questo campo noi italiani siamo dei veri artisti, una capacità che ci riconoscono in tutto il mondo”***.



Caffè Borbone ha sviluppato nel tempo le proprie miscele, diverse tra loro, ma tutte caratterizzate da un'impronta inconfondibile data dal perfetto equilibrio tra dolce e amaro, corpo deciso e uno speciale sistema di tostatura, differente rispetto a quello adottato dagli altri torrefattori, che permette di esaltare tutte le caratteristiche del caffè conferendogli un gusto unico. *“Ed è proprio per mantenere questo gusto quanto più possibile uniforme nel tempo che dobbiamo continuamente ricercare il caffè con le giuste caratteristiche”*. È questa la specializzazione di Bruscano, che è entrato in Caffè Borbone a metà del 2023 come responsabile acquisti di caffè crudo, una divisione strategica nell'ottica di accompagnare la rapida crescita dell'azienda garantendo sempre la massima qualità del prodotto.

*“Quando sono entrato in azienda non ho trovato lacune, c'erano alcune cose da migliorare, ma l'esigenza fondamentale era quella di correre dietro alla crescita. **Da piccola torrefazione locale Caffè Borbone è diventato in pochi anni un player internazionale che produce circa 10.000.000 unità di monoporzionato al giorno, con impianti che lavorano h24 per 7 giorni su 7. È un sistema che va alimentato costantemente, che non può fermarsi mai e deve saper fronteggiare imprevisti come le oscillazioni del costo della materia prima o il blocco del canale di Suez, che a gennaio ha improvvisamente dilatato i tempi di consegna da 35 fino anche a 100 giorni”***.

Interrogato sugli obiettivi per il futuro, Mario cita due progetti molto importanti. Il primo riguarda lo sviluppo e la certificazione di una filiera che è molto lunga, complessa, frammentata ed eterogenea. *“**La coltivazione del caffè è fatta da piccoli produttori locali, per sviluppare dei progetti che siano realmente efficaci è quindi indispensabile affidarsi a chi conosce bene i territori. Per questo lavoriamo a stretto contatto coi fornitori e, in particolare, con Ofi (tra i principali fornitori mondiali di caffè verde) abbiamo avviato Mwanyi, progetto quinquennale per migliorare la qualità del raccolto, sviluppare le competenze e promuovere progetti imprenditoriali di donne e giovani che lavorano nella catena di produzione del caffè in Uganda**”*. Il secondo progetto riguarda invece la formazione dei dipendenti: Caffè Borbone ha infatti individuato le 'bocche del futuro', dipendenti che lavorano in diversi reparti dell'azienda e che saranno formati per conoscere e riconoscere il caffè, consolidando ulteriormente la cultura del caffè in azienda. *“**In Italia si beve il miglior caffè del mondo, per preservare e consolidare questa eccellenza è fondamentale promuovere la consapevolezza e creare cultura in merito al prodotto. E noi per farlo abbiamo scelto di partire dalla formazione delle nostre persone, quelli che ogni giorno lavorano con passione per produrre il miglior caffè del mondo!**”*.

gres art 671

UNA NUOVA VISIONE

Il 7 novembre scorso a Bergamo è stato inaugurato gres art 671, un progetto ambizioso e complesso promosso da Italmobiliare e Fondazione Pesenti che è allo stesso tempo polo artistico-culturale, luogo di aggregazione, riqualificazione di un'ex area industriale, opera di ricucitura con il quartiere, del quartiere alla città, della storia al presente. **Francesca Acquati, trentanovenne milanese, direttore generale di gres art 671**, ha seguito tutto lo sviluppo del progetto, dalle fasi di cantiere sino al taglio del nastro. Ed è senz'altro la persona più indicata per guidarci alla scoperta del progetto.



“Quando si è presentata l'occasione di lavorare a gres art 671 avevo da poco concluso una della più importanti avventure professionali della mia vita, ovvero la creazione del centro culturale BASE Milano, dalla scrittura del bando pubblico per l'assegnazione degli spazi dell'ex Ansaldo in via Tortona, alla messa a regime di funzioni permanenti e programma. Sette anni intensi di grandi soddisfazioni, ma avevo bisogno di vedere altre realtà, ed è arrivata la chiamata per gres art 671 (che all'epoca ancora non si chiamava proprio così)”. Già, perché la scelta del nome è arrivata successivamente e nasce dalla volontà di condensare anche nel brand i principali elementi identitari del progetto. “gres”, per mantenere viva la memoria del lascito industriale. “art” per connotare la vocazione odierna dello spazio. “671”, dal nome della statale che costeggia l'area, a sottolineare il forte legame tra il nuovo spazio, la città e il territorio.

“Quello che mi ha stregato è la visione di progetto: il desiderio di restituire all'uso pubblico una proprietà privata, ridare vita a un sedime industriale attivandolo con la cultura e l'arte, rendendolo permeabile alla comunità. Questo progetto ha un senso profondo, un senso che cambia i destini urbanistici di una città. L'attenzione è quindi posta non solo sul bene comune ma soprattutto sul processo di trasformazione che può tramutare un luogo in risorsa per chiunque, in grado di soddisfare i bisogni delle comunità con cui si mette in relazione. E io avevo voglia di dare il mio contributo ed essere parte del cambiamento”.

Francesca inizia a lavorare al progetto a fine 2022, appena un anno prima dell'inaugurazione, quando all'interno del gres potevi entrare solo con il caschetto perché i lavori erano in corso. Pochi mesi all'apertura, moltissimo lavoro da fare. *“La sfida più grande è stata gestire la quantità di informazioni e di cose da fare, in un progetto in corsa, da portare alla deadline dell'apertura. I primi mesi sono come pangea, poi con il tempo le scosse e il movimento dividono il nucleo di un'idea in geografie e territori distinti, che lavorano in un sistema. Si spazia dal discutere i modelli di governance a vedere i colori delle piastrelle, passando attraverso la forma del pittogramma del brand”. E alla fine tutti i pezzi vanno al loro posto, e arriva il momento dell'inaugurazione “La cosa più bella di quella sera è stata vedere il luogo animarsi, sembra banale, ma dopo un anno che vivi lo spazio vuoto passi il tempo a immaginare come sarà quel momento. Vedere le porte aprirsi e far entrare la città è potente e pensi: adesso è reale”. L'apertura è anche un modo per misurarsi con il pubblico, e i primi riscontri sono stati molto positivi. Nei primi due mesi dall'inaugurazione, gres art 671 ha accolto oltre 8.000 visitatori, il 44% dei quali è arrivato da fuori città, a dimostrazione dell'attrattività del progetto. Molto positivi sono anche i riscontri qualitativi, il 95% degli intervistati ha infatti definito molto positiva o positiva l'esperienza di visita.*

L'evento di maggior richiamo è stata la mostra SOLARPUNK di NONE collective, che ha inaugurato lo spazio, ma eccellente è stato anche il riscontro del Festival delle Buone Notizie, che ha coinvolto un ampio pubblico di under 35, del concerto Incontri Inaspettati, organizzato in collaborazione con Festival Internazionale Pianistico Brescia Bergamo e Bergamo Jazz, e del Red Party, evento di raccolta fondi organizzato dalla Fondazione Aiuti per la Ricerca sulle Malattie Rare. Non si misura invece quantitativamente, ma qualitativamente, il successo dei workshop per i bambini, delle visite organizzate con le scuole, delle visite organizzate per le persone con una disabilità e degli aperitivi con il vicinato. Eventi, che avvicinano le persone, le stimolano e le coinvolgono in un dialogo che diventa motore per lo sviluppo di relazioni, idee e progetti, che possono avere molteplici scopi, ma hanno il principale fine di mettere in condivisione le persone connettendole al territorio. Informazioni, queste, che emergono dalla lettura della Relazione di impatto, che rendiconta i risultati rispetto alle finalità di beneficio comune individuati da gres art 671, in quanto Società Benefit **“La prima scommessa vinta è proprio quella di aver scelto di costituirsi come Società Benefit”** spiega Francesca *“Questa tipologia di impresa, infatti, ci permette di agire in modo responsabile e trasparente, superando la dicotomia tra impresa a scopo di lucro e non profit, attraverso un modello di impresa capace di combinare l'equilibrio economico con un impatto positivo sulla società a lungo termine”.*

Riguardo al percorso fatto sin qui, Francesca dice sorridendo **“La soddisfazione maggiore poi è sentire le persone che ti dicono «che bello, una cosa così a Bergamo mancava».** Quello è il compimento della visione e del senso di un progetto di restituzione”. Ma la sua testa è già al prossimo appuntamento *“Abbiamo appena lanciato la nuova mostra 'Between breath and fire', in apertura il 14 settembre, che ci vedrà esporre opere recenti e storiche di Marina Abramović. Un percorso che parte dall'installazione cinematografica Seven Deaths che l'artista ha dedicato a Maria Callas e si sviluppa attraverso lavori recenti e storici”. Ora, oltre a sorridere, le brillano gli occhi **“Ancora non ci credo che avverrà, mi sembra già tutto così incredibile che non so bene cos'altro sognare per gres art 671”.***

Callmewine

IL GUSTO DEL LAVORO

Non sono molte le persone che riescono a fare di una passione il proprio lavoro, ma certamente **Amedeo Itria** è una di queste. Brianzolo, 28 anni, Amedeo ha maturato la decisione di lavorare nel mondo del vino già ai tempi dell'istituto alberghiero, in occasione dei corsi tenuti dagli esperti AIS, l'Associazione Italiana Sommelier. Dopo il diploma ha scelto di completare il percorso AIS iniziato a scuola, conseguendo anche il terzo e ultimo livello, e successivamente ha deciso di specializzarsi ulteriormente frequentando un corso di sommelierie e comunicazione presso ALMA, la prestigiosa Accademia Internazionale di Cucina Italiana. Nel 2018, terminato il percorso di formazione, è entrato in Callmewine.

“A quel tempo l'azienda era molto piccola, eravamo meno di dieci e tutti facevamo un po' di tutto” racconta Amedeo. *“Per il primo anno ho lavorato principalmente come copywriter, mi occupavo prevalentemente della stesura delle schede che raccontano i vini. Sono tutti contenuti originali che, già allora, rappresentavano uno degli elementi distintivi della piattaforma. Poi mi sono spostato nell'area acquisti, dove lavoro tuttora come selezionatore e commerciale”*. Un ruolo essenziale, quello di Amedeo, che consiste nel trovare le migliori cantine ed etichette da tutto il mondo, con l'obiettivo di offrire ai clienti un catalogo (ad oggi quello di Callmewine è composto da oltre 10.000 prodotti) che sia allo stesso tempo ampio e profondo *“un catalogo che dà la possibilità di provare moltissimi vini diversi, ma anche vini con lo stesso vitigno di base che arriva da tre o quattro differenti Paesi: in questo modo è possibile comprendere le differenze gustative di un territorio o di un altro”*, sintetizza Amedeo, che elenca con sicurezza nomi, caratteristiche e peculiarità dei diversi vitigni.



Tornando al catalogo, evidenzia che l'ampia offerta è fondamentale per accontentare sia i bevitori occasionali che i degustatori esperti, ma ci tiene a sottolineare che **ciò che realmente distingue e qualifica Callmewine, è la selezione dei vini proposti**. *“Abbiamo naturalmente in catalogo le etichette più note e diffuse, ma il nostro focus è da sempre sui vini artigianali. Andiamo a scovare quei produttori che privilegiano vitigni autoctoni e non utilizzano chimica di sintesi per trattare le piante. Non usano pesticidi, trattamenti sistemici o crittogamici, e generalmente nemmeno sostanze coadiuvanti in cantina”*. Fare vino in questo modo è un processo complesso, molto impegnativo, che implica grande conoscenza del territorio, dei vitigni e delle fermentazioni, e che comporta anche qualche rischio per il produttore. I vitigni più diffusi a livello internazionale sono infatti quelli più noti ai consumatori e redditizi per i produttori, perché garantiscono un'alta resa per ettaro e un gusto ben consolidato. Questo ha portato, ad esempio, alla grande diffusione in Toscana di vitigni non autoctoni come il Cabernet o il Merlot, a discapito di varietà autoctone come il Sangiovese o il Canaiolo. *“Allo stesso tempo – spiega Amedeo – le zone dove negli anni si era maggiormente puntato sulla quantità sono anche quelle in cui recentemente fioriscono piccoli produttori di vino artigianale, che scelgono di differenziarsi puntando sulla qualità”*. È una scelta sostenibile e improntata alla massima salubrità del prodotto, che valorizza il territorio e genera valore per la comunità. Ma come si fa a trovare questi produttori? *“Viaggiando tanto, per conoscere produttori e territori, e degustando molti vini. Si può fare ad esempio andando a una fiera dove ci sono magari 100 espositori e 700 vini in totale, e portandone a casa 10 se va bene”*. Un processo, quello della selezione, che implica profonda conoscenza, non è un caso se Callmewine impiega oggi ben 8 sommelier su 25 dipendenti in totale.

“Dall'ingresso di Italmobiliare siamo cresciuti moltissimo, ma soprattutto ci siamo strutturati per accompagnare al meglio lo sviluppo dell'azienda. Abbiamo preservato i punti di forza di Callmewine, in particolare la professionalità e la capacità di raccontare il mondo del vino, e migliorato moltissimi aspetti, penso ad esempio alla relazione con il cliente o l'ampliamento delle etichette internazionali in catalogo”. In particolare, Amedeo ci tiene a raccontare un progetto che sta seguendo in prima persona e del quale va molto orgoglioso *“Abbiamo identificato circa 50 cantine italiane eccezionali ma ancora sconosciute ai più, vere e proprie eccellenze in cui ci siamo imbattuti nel corso degli anni. Con questi produttori artigianali abbiamo avviato un percorso di vendita online in esclusiva su Callmewine: grazie a questa vetrina ed al supporto che gli stiamo dando per raccontare e far conoscere le loro realtà e le loro etichette stanno ottenendo risultati che mai avrebbero immaginato”*. Ha un unico rammarico Amedeo, quello di constatare che la media dei consumatori italiani ancora non ha molta dimestichezza con l'argomento vino *“È un settore nel quale abbiamo grande tradizione, ma manca purtroppo una cultura diffusa. Ecco perché in Callmewine dedichiamo tanto tempo, cura e attenzione ai contenuti, al racconto dei vini e delle cantine. Così che tutti possano essere guidati alla scoperta del vino da un sommelier personale”*.

SHARED CHALLENGES, JOINT SUCCESS

Clessidra Holding a gres art 671



Circa 90 partecipanti e una location di eccezione per l'off site di Clessidra Holding, occasione annuale per incontrarsi e **riflettere** in modo meno convenzionale **su obiettivi e sfide di un contesto in grande evoluzione**.

"gres art 671" ha ricordato Carlo Pesenti in apertura "nasce con la missione di ridare vita ad una porzione della città di Bergamo dismessa da anni, restituendola all'uso pubblico, con un processo di ricucitura urbana. Un impegno sul territorio, ma di respiro internazionale che a settembre 2024 vedrà l'apertura della mostra di una straordinaria icona contemporanea come Marina Abramović".

Clessidra Holding – evoluzione di un percorso iniziato nel 2003 – opera oggi attraverso le tre società Clessidra Private Equity SGR, Clessidra Capital Credit SGR e Clessidra Factoring, rispettivamente specializzate nelle attività di private equity, nel settore dei crediti sia distressed che in bonis e nel factoring. Ed in un gruppo così articolato *"è necessaria l'arma punto di vista"* ha evidenziato l'attore Giacomo Poretti, che ha fatto sorridere, riflettere e commuovere ricordando come non sia sufficiente un cambiamento fine a se stesso *"una delle parole più pronunciate, evocate e strillate"*– quanto piuttosto **una riflessione su cosa si voglia cambiare e verso quale direzione**.

Con la dinamica moderazione di Gabriele Gagliolo, Head of Legal & Corporate Affairs Clessidra Holding, alcuni rappresentanti della "nuova generazione" (Guido Dania, VP Clessidra Capital Credit; Carmela Di Odoardo, Area Manager Sud Italia Clessidra Factoring; Luca Vallini, Analista Clessidra Private Equity; Claudia Camagni, Legal & Corporate Affairs Clessidra Holding) hanno inoltre approfittato del clima informale per "salire sul palco" e rivolgere alcune domande ai vertici del Gruppo.

Federico Ghizzoni, Vicepresidente esecutivo Clessidra Holding; Gabriele Piccini, CEO Clessidra Factoring; Andrea Ottaviano, CEO Clessidra Private Equity e Mario Fera, CEO Clessidra Capital Credit non hanno esitato a raccontare episodi divertenti e momenti di svolta del loro percorso, riflettendo anche sulle dinamiche complesse della Holding. **Un Gruppo che, a oltre vent'anni dalla propria costituzione, non ha mai smesso di guardare al futuro** e di interrogarsi sul significato e la direzione del cambiamento, riuscendo così ad evolvere per anticipare le trasformazioni del mercato e rispondere al meglio alle esigenze dei clienti.





“INDUSTRIA E FINANZA IN DIALOGO PER UNO SVILUPPO SOSTENIBILE”

A gres art 671 il convegno organizzato da Fondazione Pesenti Ets e Fondazione Corriere della Sera in collaborazione con Vontobel

L'incontro ha messo a confronto esponenti dell'industria, della finanza e dell'università provenienti dall'Italia e dalla Svizzera sul tema dello sviluppo sostenibile e si è tenuto presso gres art 671, centro d'arte e cultura nato su iniziativa di Italmobiliare e Fondazione Pesenti che è esso stesso simbolo di impegno verso le persone e il territorio.

Carlo Pesenti, Presidente Fondazione Pesenti Ets, e Christel Rendu de Lint, Co-CEO Vontobel, hanno aperto l'incontro, sottolineando come nell'attuale scenario globale, caratterizzato da sfide sempre più complesse, come il cambiamento climatico, la disuguaglianza sociale e la scarsità delle risorse, la transizione verso un futuro sostenibile diventi sempre più una necessità impellente.

*“Il raggiungimento degli ambiziosi e improcrastinabili obiettivi dell'agenda 2030 non può essere demandato solo alle iniziative dei governi o alla buona volontà dei singoli – ha sottolineato **Carlo Pesenti** –. Industria e finanza possono dare un grande impulso al percorso di transizione sostenibile ed è essenziale che si impegnino a farlo, nella piena consapevolezza delle proprie responsabilità e del ruolo fondamentale che rivestono”.*

*“La trasformazione verso un futuro sostenibile e un'economia a basse emissioni di carbonio richiede un consenso resiliente tra politica, imprese, organizzazioni no-profit e società in generale – ha dichiarato **Christel Rendu de Lint** –. Si tratta di un compito impegnativo ed entusiasmante, che coinvolge tutti noi, chiamati a svolgere un ruolo fondamentale”.*

Il convegno è stato aperto da una lectio magistralis da **Enrico Giovannini, Co-fondatore e direttore scientifico di Alleanza italiana per lo sviluppo sostenibile (ASviS):** “È una questione di giustizia, e questo è il punto chiave: giustizia tra le generazioni. Possiamo definire lo sviluppo sostenibile come ciò che permette a una generazione di soddisfare i propri bisogni

senza impedire alle generazioni future di fare lo stesso. Quindi, pur essendo certamente una questione ambientale, è anche una questione economica, sociale e istituzionale”.

Spunti, questi, che sono stati colti e discussi dai relatori della **Tavola Rotonda, coordinata da Ferruccio de Bortoli, Presidente Fondazione Corriere della Sera,** che ha messo a confronto Francesco Billari, Rettore Università Bocconi, Nicola Monti, Amministratore Delegato Edison, Bernardo Sestini, Vice Presidente di Confindustria Bergamo e Vice Presidente di Federchimica, Marta Testi, Amministratore Delegato ELITE (Gruppo Euronext).

Francesco Billari, Rettore Università Bocconi, ha illustrato i possibili scenari futuri attraverso la lente demografica, un approccio che consente di comprendere come le decisioni di oggi – in politica, in economia e nella società – possano influenzare il futuro dell'Italia e dell'Europa: “La demografia non è destino, ma una scienza che ci permette di leggere i grandi cambiamenti del mondo che ci circonda, e soprattutto di agire per governarli”. “Oggi, in un contesto di crescenti sfide ambientali e sociali, il ruolo abilitante del sistema energetico per il progresso umano assume una rilevanza senza precedenti”, ha commentato **Nicola Monti, Amministratore Delegato Edison.**

“La necessità di perseguire obiettivi di sostenibilità e inclusività rende infatti l'energia un fattore chiave per realizzare un futuro equo e rispettoso dell'ambiente”. **Bernardo Sestini, Vice Presidente di Confindustria Bergamo e Vice Presidente di Federchimica:** “La sostenibilità non è procrastinabile. L'industria ne è consapevole ed è pronta a fare la propria parte provando a rendere disponibili le tecnologie necessarie per raggiungere gli obiettivi del Green Deal, ma questo richiede ingenti investimenti e molti anni di ricerca”.

Marta Testi, Amministratore Delegato ELITE (Gruppo Euronext), ha aggiunto “Il ruolo delle piccole e medie imprese è cruciale per il raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità che, come collettività, ci siamo dati. L'adozione di pratiche sostenibili aumenta la loro resilienza, competitività e impatto positivo sulle economie locali, migliorando uno sviluppo economico equilibrato e inclusivo”.

Il convegno si è chiuso con un intervento di **Zacharias Sautner, Professore di Sustainable Finance all'Università di Zurigo e Senior Chair dello Swiss Finance Institute.** “La sostenibilità e la finanza sono strettamente intrecciate. Un'ampia mole di ricerche dimostra che i rischi legati alla sostenibilità hanno iniziato ad essere valutati nei mercati finanziari. Banche e investitori devono affrontare attivamente questi rischi nei processi di prestito e investimento, e le aziende devono identificare e mitigare le fonti di rischio sottostanti”.



Economia italiana “en marche”

L'occupazione spinge il PIL e il calo dell'inflazione aiuta i consumatori. Tassi in discesa, Borse sempre su

L'economia italiana va

“I francesi si incazzano e le palle ancora gli girano”, canta Paolo Conte. Non stiamo parlando dei risultati elettorali, ma del “**sorpasso**”, del rovesciamento di posizioni in quella speciale corsa, simile al Giro d'Italia o al Tour per la fatica e la fantasia, che è la **performance delle economie**: l'Italia in Europa non è più ultima e perenne inseguitrice, ma è balzata ai primi posti, con Francia e Germania in affanno. Questo confermano i **dati dello scorso primo trimestre**, e l'incremento di attività sul primo trimestre 2019 è del 3,3%, contro il 2,1% francese e lo 0,4% tedesco.

Nel secondo trimestre sta **proseguendo la sua corsa di testa**, come illustra la componente **output del PMI**. Pur soffrendo anche l'Italia nel **comparto manifatturiero**, che risente come altrove della restrizione monetaria e degli shock energetici e geopolitici. E della **crisi dell'auto** tedesca e francese.

L'economia italiana va perfino meglio di quel che le statistiche ufficiali dicano. Lo suggeriscono due altre letture. La prima è relativa alle componenti del PIL. Infatti, a seconda di come le osserviamo, rivelano un andamento migliore o peggiore: nel caso del **primo trimestre del 2024** quello peggiore è nel semplice dato del PIL, quello migliore è nelle vendite finali, cioè del **PIL al netto della variazione delle scorte**. Questo diverso punto di vista ci fa passare da +0,3% a +1,0% sul trimestre precedente e da +0,7% a +2,7% rispetto a un anno prima.

C'è da leccarsi i baffi, tenuto conto che le vendite finali dicono come va la **domanda di produzioni italiane**. Domanda interna e internazionale.

E rispetto a quella internazionale l'**export italiano** aumenta più dei mercati di riferimento, **conquistando quote**, anche perché sta sfruttando *nearshoring* e *friendshoring* che stanno rimodellando la globalizzazione, assieme alle martellate protezionistiche.

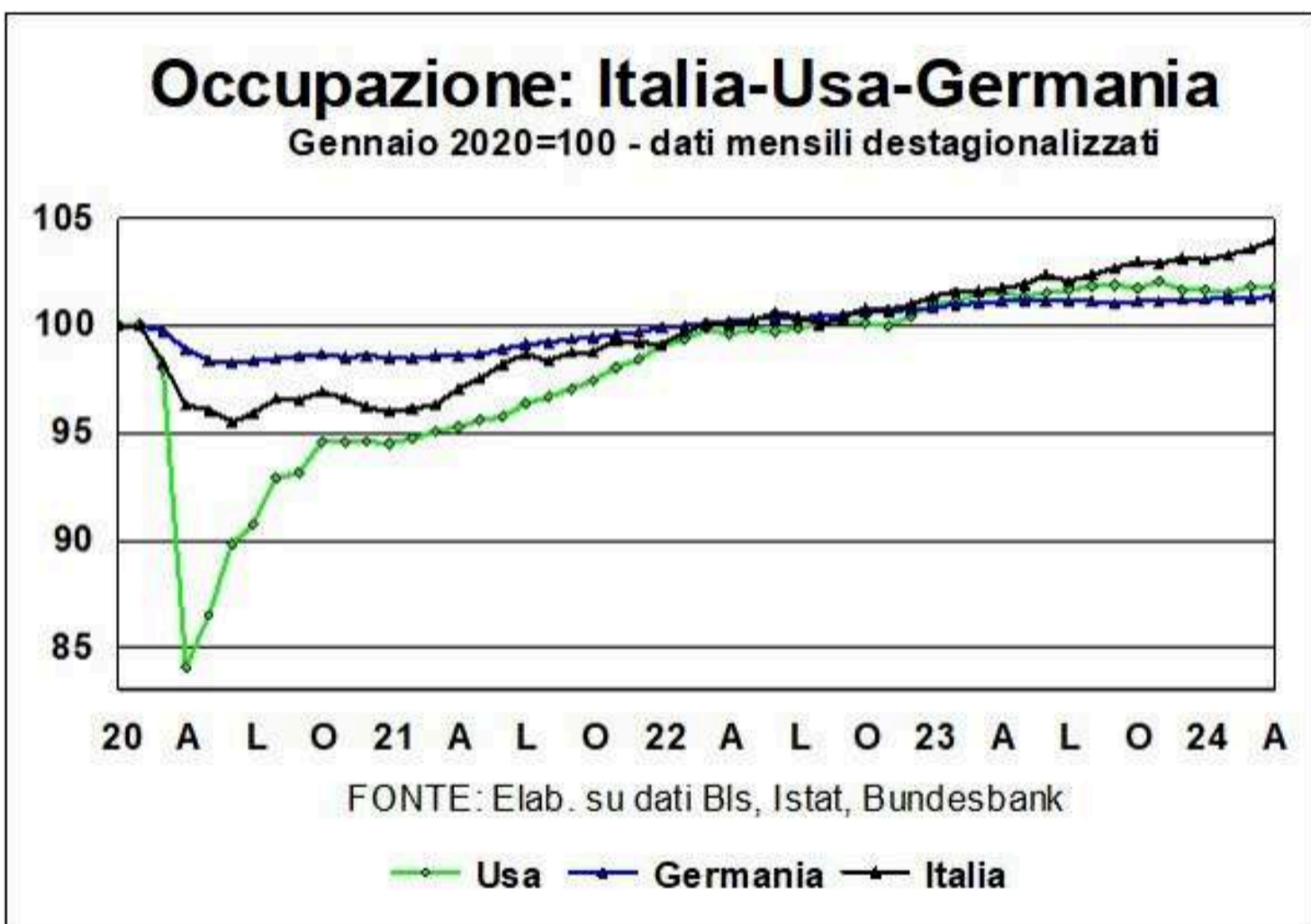
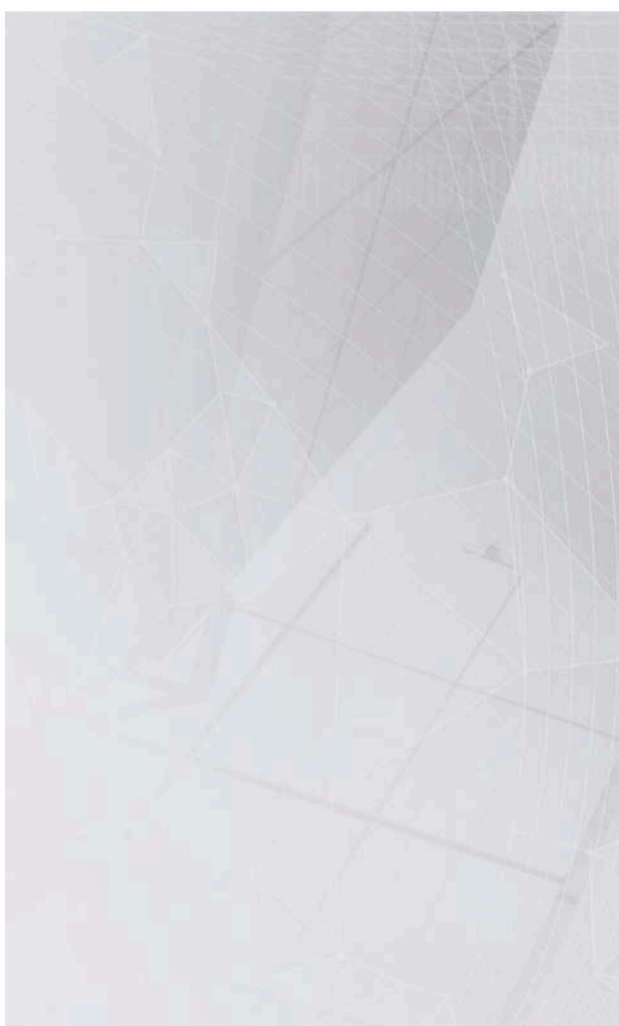
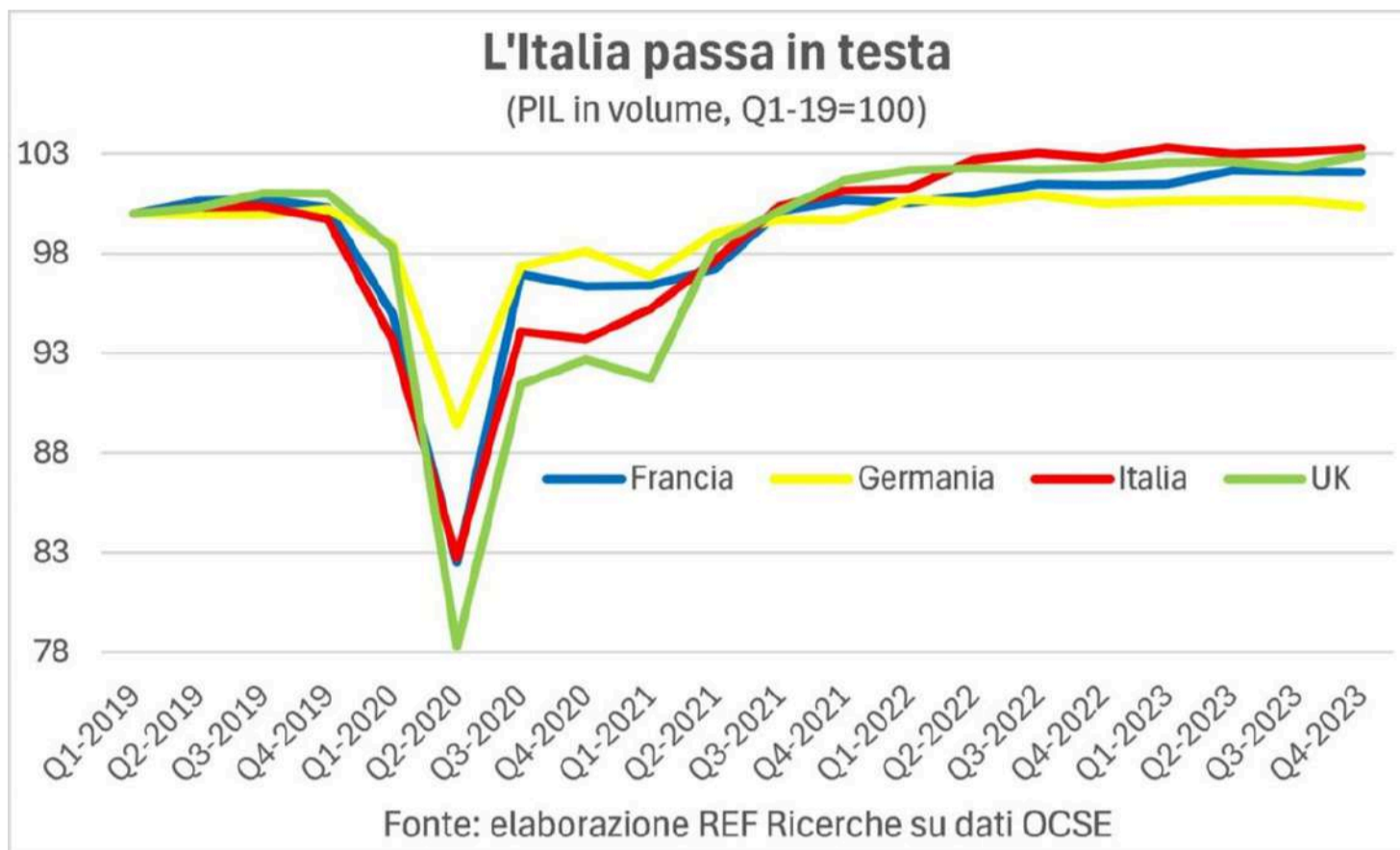
Quali fattori sono dietro alla tenuta dell'economia italiana? Perché la crescita è virtuosa? L'export conquista quote di mercato? Nei beni esportati aumenta la qualità? Il Pil è più dinamico di quanto sembri?

A CURA DI

ref.

ricerche

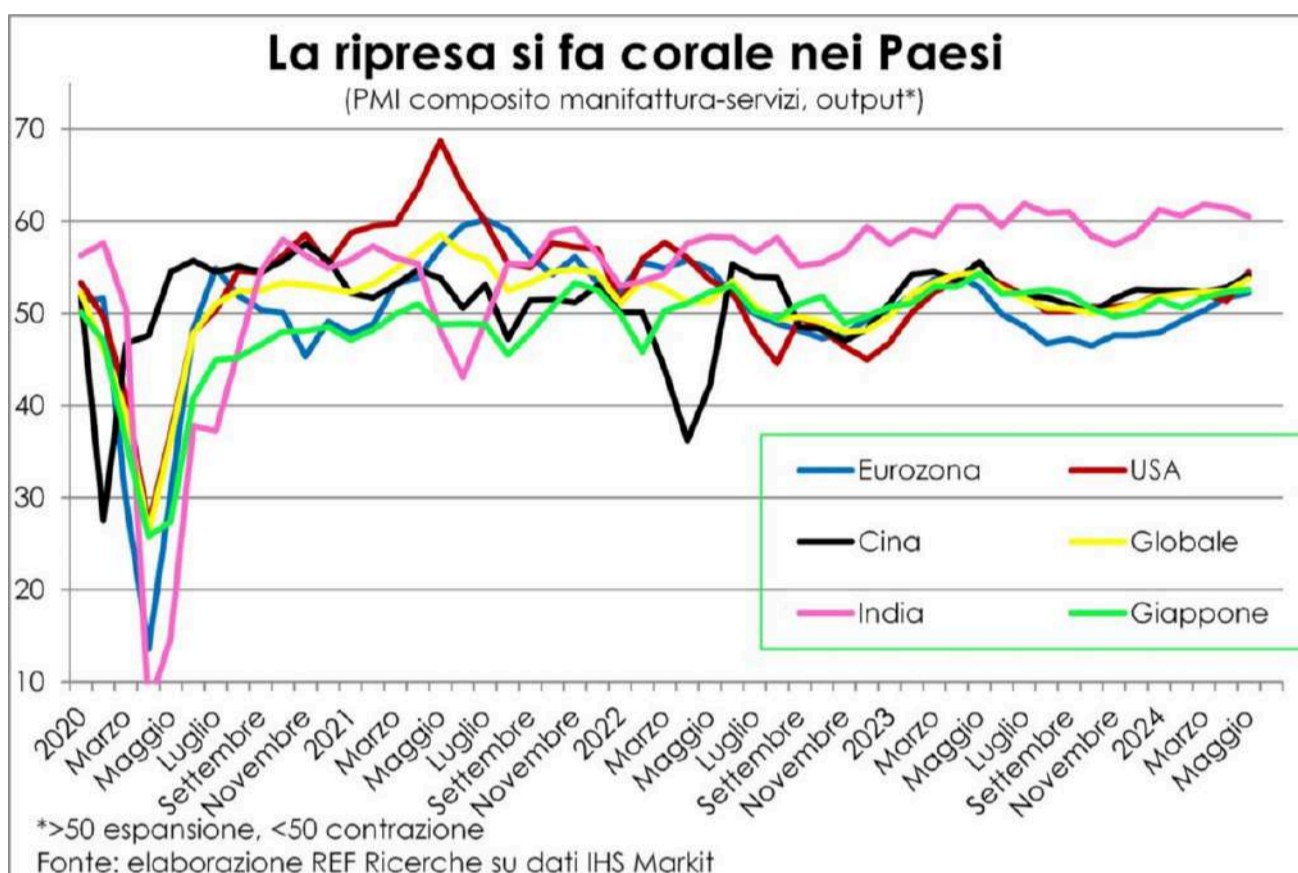
FABRIZIO GALIMBERTI
LUCA PAGLAZZI



La seconda lettura è quella dell'**occupazione**, dove il **ritmo di espansione** delle persone che hanno un lavoro continua a essere molto brillante, perfino più di quello della portentosa *job-machine* americana, e più del PIL. Allora dobbiamo porci la domanda: sono gli imprenditori così "fessi" da prendere così tanta gente per produrre così poco o è il metodo di **misurazione del PIL** che emette un suono "fesso", perché è incrinato rispetto ai cambiamenti avvenuti e in corso nella realtà economica?

Propendiamo per la seconda ipotesi e attendiamo con fiducia la revisione all'insù del PIL negli anni a venire. C'è **un'altra falsa convinzione** che continua a circolare in ogni dove: il **superbonus** è stato solo una iattura e non ha dato alcun vantaggio al Paese, beneficiando i pochi soliti noti. Per fortuna questa **granitica certezza ha iniziato a incrinarsi** (vedasi ultime uscite della Banca d'Italia) e andare nella direzione più volte indicata dalle *Lancette*: senza **l'esplosione verso l'alto degli investimenti in abitazioni** l'aumento del PIL italiano sarebbe rimasto quello smunto e triste conosciuto in passato. E **l'esplosione** di quegli investimenti è **figlia proprio del superbonus**, perché i bassi tassi c'erano da tempo e non avevano portato a simili risultati.

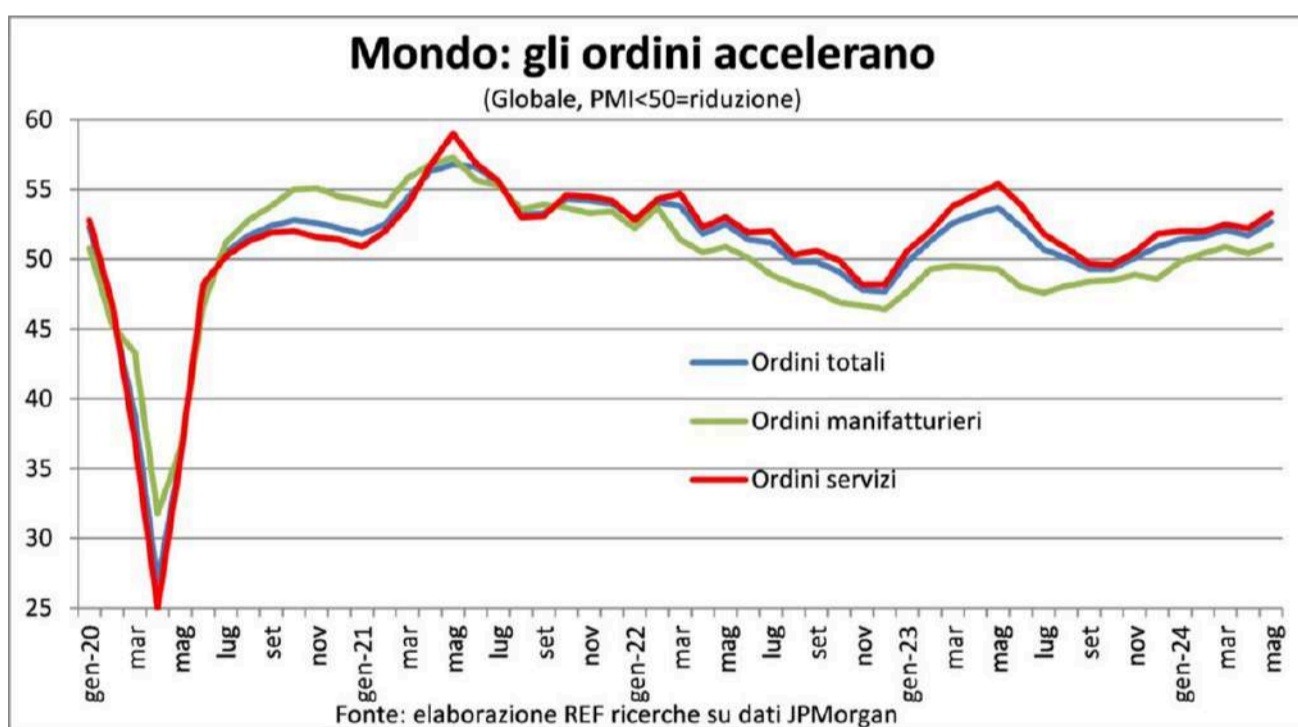
Non si pensi che sia solo una questione di **costruzioni**, perché quando queste vanno tutto va (in ciò i francesi hanno ragione) e l'economia diventa **più forte nel suo insieme**. Tanto che la **crescita potenziale italiana** è stata rivista all'insù, all'1%, dallo 0,1% stimato non tantissimo tempo fa.



Come continuerà nei prossimi trimestri la **bella fiaba** del brutto anatrocchio italiano rivelatosi cigno? Siccome sappiamo che l'Italia resta una **piccola navicella** nel grande e tempestoso oceano globale, per capire come andrà alziamo lo sguardo dall'**ombelico nazionalistico** e lo rivolghiamo al resto del mondo. Dove la **ripresa ha ulteriormente accelerato il passo**, sia nella produzione sia negli ordini, secondo i più recenti dati PMI.

Gli **ordini** stanno salendo anche dall'estero, prova provata che la **trasmissione internazionale** degli impulsi espansivi funziona, nonostante il vento protezionistico contrario. Ciò ridarà **slancio al manifatturiero**, che è il *master and commander* dei beni scambiati tra Paesi. Quindi nella seconda metà dell'anno al tiraggio delle **costruzioni**, infiacchito dai voltafaccia legislativi sul superbonus (in spregio al più elementare rispetto dei contribuenti), si sostituirà quello dell'industria trasformativa.

Un rischio all'orizzonte c'è: che prevalga il "**cattivo senso**" dei benpensanti che si sono rifatti coraggio e chiedono di **ridurre il deficit pubblico qui e ora**. Non gli sono bastate le sofferenze e le perdite inflitte con la crisi dei debiti sovrani!



Leggi di più su

[LE LANCETTE DELL'ECONOMIA](#)

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 Gorla. In seguito Chief Economist della Fiat e infine editorialista de Il Sole 24 Ore.

Luca Paolazzi, economista, advisor di Ceresio investors. 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.

BELLO E BEN FATTO

di Luca Paolazzi

Nelle produzioni industriali di beni **la qualità è frutto di cultura d'impresa**, perché conta il processo ancor prima del risultato. O, meglio, il manufatto di qualità è figlio di un protocollo studiato scientificamente, realizzato metodicamente e messo a punto con cura. Insomma, **la qualità non si improvvisa** ed è l'esito di un percorso storico, dell'evoluzione in direzione dell'innalzamento della tipologia di produzioni per posizionarsi su segmenti di mercato più remunerativi, ma che sono anche ben presidiati da concorrenti di Paesi rinomati proprio per la loro qualità. Questo dicono i manuali, e non sono chiacchiere. Però...

Esplorando i **distretti industriali**, più di trent'anni fa si arrivò in fondo a una strada che si inerpica su una di quelle montagne che compongono le «due catene non interrotte di monti» lecchesi citate da Manzoni nell'incipit de *I promessi sposi*. Lì sorge Premana, gruppo di case raccolte ad abbracciare la chiesa, mille metri di quota e duemila anime o poco più. Specializzazione: forbici e coltelli, oltre un paio di altre lavorazioni originariamente derivate dal ferro, di cui c'erano miniere lassù, alla testata della Val Varrone. Una di quelle lavorazioni sono i campanacci per gli animali al pascolo; l'altra sono le attrezzature da arrampicata, realizzate con materiali altamente tecnologici e apparecchiature sofisticate.

La scoperta nella scoperta di quel luogo magico, con produzioni radicate nel passato e proiettate nel futuro, fu rivelata da un imprenditore: le lame e le forbici fabbricate a Premana finiscono a Solingen, la capitale tedesca delle lame. Da lì, con il marchio di quella città, non a caso nota come *Klingenstadt* (*Kling*=clangore, ma anche lama, e quasi si sente il rumore delle spade che si incrociano) andavano in tutto il mondo con un bel ricarico nel prezzo. In altre parole, **la qualità è Made in Italy**, ma è la Germania a garantirla e a estrarne il valore aggiunto.

Accade tutt'oggi: una fetta rilevante dell'export della Germania è costituita dalla produzione italiana incorporata nei beni intermedi che sono usati nella fabbricazione dei beni tedeschi venduti all'estero. Un esempio molto noto è quello dei freni *Brembo* che sono montati dalle case automobilistiche tedesche, soprattutto nei modelli delle marche più prestigiose.

Tutto questo per dire che **la qualità italiana c'è**, eccome; perfino in un paesino sperduto sulle montagne prealpine; e anche quando non si vede, perché è inserita nei prodotti fabbricati ed esportati dagli altri Paesi.

È sempre stato così? Nì. È vero che il termine «bello e ben fatto» veniva usato già negli anni Novanta del secolo scorso per caratterizzare **i prodotti del tessile e abbigliamento italiano**. Fu coniato da Mario Boselli, imprenditore serico di Garbagnate Monastero, per distinguerli dai capi di lusso e rappresentare quanto siano comunque pregevoli nel disegno, nella fattura, nella scelta dei materiali, e anche nella pronta risposta alla domanda del mercato (*time to market*), grazie alla flessibilità e alle competenze acquisite.

Poi dal 2009 nel «bello e ben fatto» sono entrati a far parte anche i **beni di arredamento** (*furniture*), l'**alimentare** (*food*), le **calzature** (che insieme all'abbigliamento compongono la *fashion*), i **gioielli** e l'**occhialeria**. Made in Italy è sinonimo di tutto questo, famoso soprattutto grazie alle sue eccellenze.

Tuttavia, il vero **decollo della qualità italiana** è avvenuto a partire dal 2000, sotto l'incalzare asfissiante della concorrenza cinese, fondata inizialmente solo sul prezzo. Da allora la marcia non si è più fermata e chi non ha saputo tenere il passo è uscito di scena, che si trattasse di singole imprese o di interi settori e distretti industriali.

Mentre il **concetto di «bello e ben fatto»**, da un lato, **si è esteso** fino a coprire ambiti impensabili tanto lontani sono da un abito, come un macchinario industriale e, dall'altro, **è diventato troppo stretto** per produzioni che sono sempre più intrise di alta tecnologia.

Non potrebbe essere diversamente, visto che alcune delle più note griffe italiane si stanno cimentando nell'**inventare prodotti** adatti a salire in cielo e concorrere al successo del Paese nella space economy.

Non facciamo nomi, per evitare pubblicità non pagata, e ci limitiamo a

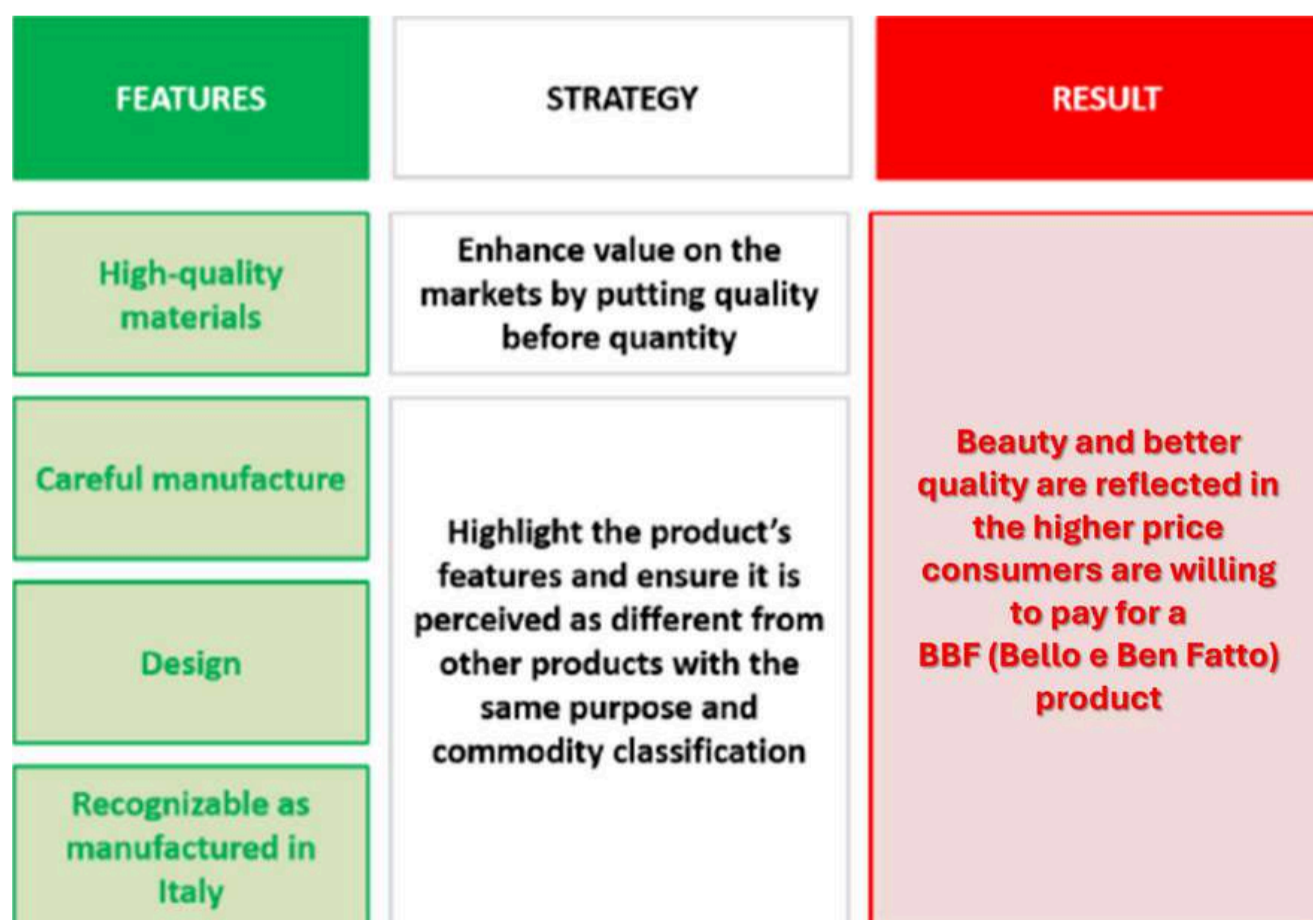
indicare i comparti in cui operano: abiti di alta moda, calzature per sport invernali, automobili di lusso, alimentare tipico della dieta mediterranea.

D'altra parte, come ha scritto Carlo Cipolla quasi quarant'anni fa, la **prosperità dell'Italia**, povera di materie prime, si fonda sulla sua capacità di esportare e per evitare di perdere mercati, cosa facile quando i prodotti sono imitabili perché non hanno contenuto tecnologico elevato o non sono molto originali, non può che puntare su **innovazione e qualità**. Perciò, conclude: «Siamo un popolo che non può permettersi di fermarsi, di accontentarsi di facili successi. Dobbiamo sempre inventare cose nuove che piacciono». **E l'alta qualità piace sempre.**



Il grafico mette in relazione il valore medio unitario dei prodotti esportati con i prezzi alla produzione per i mercati esteri. Perché rivela la **qualità crescente**? I valori unitari sono ottenuti dividendo il valore complessivo dell'export per il numero dei pezzi esportati.

I prezzi alla produzione hanno pesi fissi e non colgono quei **miglioramenti di qualità** che sono invece riflessi nel più alto prezzo unitario di un bene esportato.



DATI ECONOMICI

IL GRUPPO CHIUDE UN ALTRO ANNO DI IMPORTANTE CRESCITA: CRESCONO FATTURATO (+21,1%) E MOL (+80,7%) A LIVELLO CONSOLIDATO. DISTRIBUITO DIVIDENDO PER COMPLESSIVI 3 EURO AD AZIONE

Nel 2023 il Gruppo Italmobiliare ha registrato trend positivi legati allo sviluppo e al continuo miglioramento dell'efficienza delle società in portafoglio. **A livello consolidato, il fatturato** del Gruppo si è attestato a 585,8 milioni di euro, **in aumento del 21,1%** rispetto al 2022, principalmente per l'apporto positivo di Caffè Borbone, Casa della Salute, Officina Profumo-Farmaceutica di Santa Maria Novella e Italgén. **Il Margine operativo lordo**, pari a 99,2 milioni, è risultato **in crescita dell'80,7%** rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente, sempre grazie alle ottime performance di Caffè Borbone, Officina Profumo-Farmaceutica di Santa Maria Novella e Italgén. Escludendo le azioni proprie, il Net Asset Value di Italmobiliare si è attestato a 2.201 milioni di euro (2.029 milioni di euro al 31 dicembre 2022). **Il NAV per azione** (escluse le azioni proprie) è pari a 52,1 euro e, in considerazione della distribuzione di dividendi pari a 0,70 euro per azione, **ha registrato un incremento di circa il 10%** rispetto all'analogo valore al 31 dicembre 2022.

In merito alla valorizzazione delle partecipazioni in portafoglio, a ottobre è stata perfezionata la cessione di Florence InvestCo S.r.l., società della quale Italmobiliare deteneva una partecipazione del 13,98%, mentre a febbraio 2024 è stata ceduta la partecipazione in AGN. In considerazione degli ottimi risultati conseguiti, l'Assemblea ha deliberato la distribuzione di un dividendo ordinario di 0,80 euro per azione e di un dividendo straordinario di 2,2 euro per azione.

“L'aumentata disponibilità di cassa di Italmobiliare e la solidità patrimoniale delle nostre aziende ci hanno consentito di proporre all'Assemblea un importante dividendo, volto a testimoniare al mercato la validità della nostra strategia di investimento e sviluppo – ha commentato Carlo Pesenti, Consigliere Delegato di Italmobiliare –. Nel 2024 il focus di attività sarà ancora incentrato sulla spinta alla crescita attraverso mirate operazioni di M&A e add-on volte allo sviluppo organico e all'espansione internazionale delle principali società in portafoglio”.

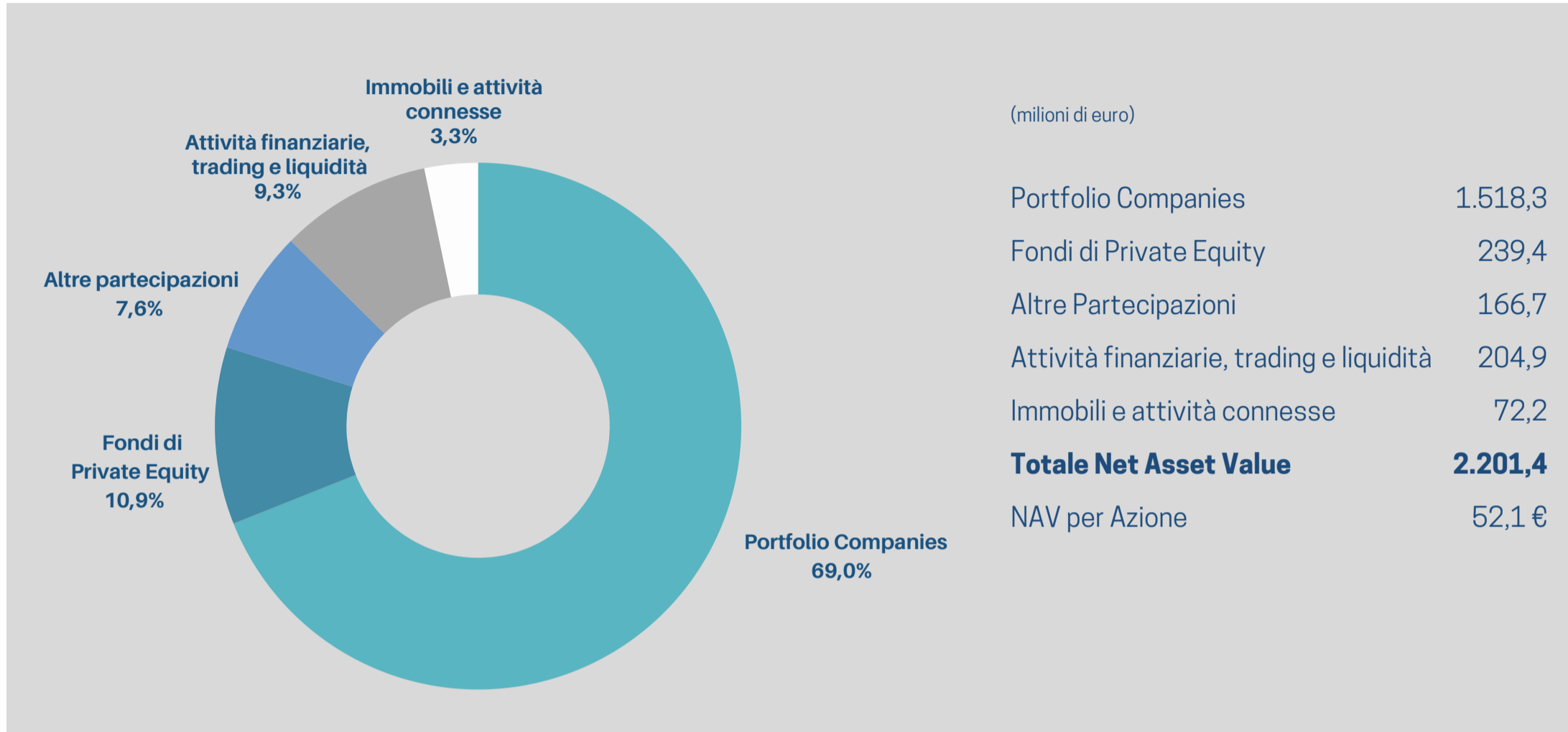
“Nel 2023 abbiamo dato ulteriore impulso al percorso di decarbonizzazione guidato dall'approccio metodologico della Science Based Targets initiative, alla quale, dopo la Holding, hanno aderito anche tutte le Portfolio Companies – ha aggiunto la Presidente Laura Zanetti –. L'obiettivo del Gruppo, già ben posizionato nei principali ESG Ratings a livello mondiale, è consolidare ulteriormente la propria strategia sostenibile, che si fonda su una governance solida, è costruita sui più elevati riferimenti globali, tra cui UN Global Compact, e si estende all'intera catena del valore”.

Nel corso del primo trimestre dell'anno il Gruppo ha proseguito nel percorso di crescita e continuo miglioramento dell'efficienza delle società in portafoglio, in particolare delle aziende che operano nei settori in cui il Gruppo si sta concentrando maggiormente, anche nell'ottica di sviluppare vere e proprie piattaforme industriali. A livello consolidato, i ricavi e proventi del Gruppo si sono attestati a 166,2 milioni di euro, in aumento del 19,9% rispetto al corrispondente periodo dell'esercizio precedente principalmente grazie alle ottime performance di Caffè Borbone (+6,5 milioni di euro), Italgén (+5,4 milioni di euro), CDS – Casa della Salute (+4,9 milioni di euro), Officina Profumo-Farmaceutica di Santa Maria Novella (+1,6 milioni di euro) e Italmobiliare (+8,5 milioni di euro al netto delle elisioni infragruppo). In crescita anche il margine operativo lordo, pari a 38,4 milioni di euro, e il risultato operativo, pari a 27,9 milioni.

ANDAMENTO DELLA GESTIONE DELLE PRINCIPALI SOCIETÀ DEL GRUPPO

(milioni di euro)	Ricavi			Mol		
	Esercizio 2023	Esercizio 2022	Var. %	Esercizio 2023	Esercizio 2022	Var. %
Italmobiliare	120,4	137,0	(12,1)	67,7	70,3	(3,7)
Portfolio Companies						
Caffè Borbone	300,4	262,7	14,3	79,7	65,8	21,0
Officina Profumo-Farmaceutica di Santa Maria Novella	56,2	46,6	20,5	15,7	11,3	38,3
Casa della Salute	42,8	32,5	31,8	5,1	4,8	5,8
Italgén	56,8	50,0	13,7	12,6	9,8	29,0
SIDI Sport	23,8	33,2	(28,3)	(2,7)	3,7	n.s.
Capitelli	22,4	19,2	16,8	3,5	2,8	24,6
Callmewine	13,5	16,2	(16,5)	(1,8)	(1,6)	n.s.
Tecnica Group	540,3	561,0	(3,7)	84,1	94,5	(11,0)
Iseo	159,7	163,3	(2,2)	16,9	20,5	(17,8)
Bene Assicurazioni	222,1	170,7	30,1	n.d.	n.d.	n.d.
Totale Portfolio Companies Industriali	1.438,0	1.355,3	6,1	213,0	211,6	0,7
Gruppo Clessidra	38,5	30,6	25,9	7,2	6,3	13,6
Totale Portfolio Companies	1.476,5	1.385,9	6,5	220,2	218,0	1,0

NET ASSET VALUE DI 2.201,4 MILIONI DI EURO al 31 dicembre 2023



L'EVOLUZIONE DEL NAV

Da gennaio 2018 Italmobiliare ha distribuito **dividendi per oltre 230 milioni di euro (pari a 5,7€ per azione)**



DIREZIONE AFFARI LEGALI



Stefano Seccamani Mazzoli

- In Italmobiliare dal 2020, Direttore 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



Giulia Ricci

- In Italmobiliare dal 2023, Legal Specialist
- Precedenti esperienze in Legance e Clifford Chance
- Laurea in Giurisprudenza presso l'Università degli Studi di Torino
- Abilitata alla professione di avvocato in Italia

La **Direzione Affari Legali** ha il compito principale di fornire a Italmobiliare un supporto legale in tutte le fasi delle operazioni straordinarie e nella gestione delle varie tematiche che possano avere riflessi significativi sull'attività di impresa delle *Portfolio Company*, fornendo il proprio apporto nella maturazione e sviluppo dei processi decisionali e gestionali interni, con un approccio commerciale sempre volto al *problem solving* e alla crescita di valore.

Con consolidata esperienza in ambito *M&A*, la Direzione Affari Legali collabora quotidianamente – tra gli altri – con i *team* delle Direzioni Sviluppo e Investimenti, Affari Societari e Gestione Partecipazioni, fornendo assistenza legale e organizzativa per l'implementazione delle diverse fasi delle operazioni di *M&A* che interessino la *Holding*, incluse operazioni sul capitale delle *Portfolio Company*, investimenti e disinvestimenti in altre società e operazioni di co-investimento con fondi di *private equity*.

La Direzione fornisce altresì consulenza legale a tutte le aree aziendali e nei diversi ambiti di interesse per la gestione ordinaria delle società del gruppo, cooperando attivamente con gli esponenti delle *Portfolio Company* e delle varie direzioni aziendali di Italmobiliare di volta in volta interessate. Inoltre, collabora regolarmente con il management delle *Portfolio Company*, fornendo assistenza legale di natura strategica, di coordinamento e di supporto alle varie attività, inclusi i progetti speciali di *M&A* – tra cui *add-on* a livello nazionale e internazionale – le operazioni di finanziamento e rifinanziamento del debito e le riorganizzazioni societarie che possano riguardare le medesime.

Infine, la Direzione Affari Legali gestisce il rapporto con consulenti esterni e *advisor* che assistono Italmobiliare, coordinandone e supervisionandone l'attività e favorendo l'interscambio tra la struttura aziendale centrale e gli studi legali, e supporta altresì le *Portfolio Company* nell'individuazione dei consulenti più qualificati per la risoluzione delle problematiche di volta in volta affrontate.

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. Vi invitiamo a prendere visione della nostra informativa privacy aggiornata presente al seguente link: <https://www.italmobiliare.it/it/newsletter/INFORMATIVAPRIVACY>

gres art 671

Oltre 8.000 visitatori in soli due mesi con un grado di soddisfazione del 95%: gres art 671 presenta la prima Relazione di Impatto

Roberto Pesenti *“Le imprese sono chiamate a ripensare il proprio modello di sostenibilità, promuovendo nuovi progetti che facciano leva sulla cultura come motore di sviluppo”.*

Oltre 8.000 persone hanno visitato gres art 671 nei primi due mesi di apertura, richiamati dalle iniziative, dalle mostre e dagli eventi organizzati nel nuovo centro d'arte e cultura, nato a Bergamo su iniziativa di Italmobiliare, che si racconta attraverso la prima Relazione di Impatto.

Inaugurato a novembre 2023, gres art 671 nasce con l'intento di riattivare e restituire alla cittadinanza un'area ex industriale per conservare e trasmettere la memoria della storia di produzione del luogo creando uno spazio di produzione culturale. Uno spazio nuovo, aperto e accogliente, che si inserisce nel tessuto urbano integrandosi senza mai sovrapporsi all'offerta artistica cittadina, *«contribuendo a proiettare la città di Bergamo in una nuova grande dimensione internazionale»*, per citare le parole del Sindaco Gori.

*“gres art 671 ha scelto di adottare la forma giuridica di società benefit e di operare attraverso l'arte e la cultura riconoscendone il valore sociale – spiega **Roberto Pesenti, Presidente di gres art 671** -. Questa tipologia di impresa ci permette di agire in modo responsabile e trasparente nei confronti di persone, comunità e territorio attraverso attività culturali e sociali volte a migliorare la qualità di enti e associazioni, e altri portatori di interesse territoriali, attraverso un modello di impresa capace di combinare l'equilibrio economico con l'impegno a generare un impatto positivo sulla società nella quale operiamo. Un impatto che, seppur a pochi mesi dall'inaugurazione, abbiamo già voluto misurare”.*

Ed è proprio in quest'ottica che si inserisce la prima Relazione di Impatto della società, da cui emerge che nei primi due mesi di attività sono state 8.009 le persone che hanno visitato gres art 671 per partecipare ad una delle numerose iniziative organizzate tra novembre e dicembre. L'evento di maggior richiamo è stata la mostra **SOLARPUNK di NONE collective**, che ha inaugurato lo spazio riscuotendo grande successo di pubblico e di critica. Eccellente è stato anche il riscontro del **Festival delle Buone Notizie**, che ha coinvolto un ampio pubblico di under 35, del **concerto Incontri Inaspettati**, organizzato in collaborazione con Festival Internazionale Pianistico Brescia Bergamo e Bergamo Jazz, e del **Red Party**, evento di raccolta fondi organizzato dalla Fondazione Aiuti per la Ricerca sulle Malattie Rare. Non si misura invece quantitativamente, ma qualitativamente, il successo dei workshop per i bambini, delle visite organizzate con le scuole, delle visite organizzate per le persone con una disabilità e degli aperitivi con il vicinato. Eventi, che avvicinano le persone, le stimolano e le coinvolgono in un dialogo che diventa motore per lo sviluppo di relazioni, idee e progetti, che possono avere molteplici scopi, ma hanno il principale fine di mettere in condivisione le persone connettendole al territorio. Tutte queste iniziative rientrano in una delle cinque finalità di beneficio comune individuate nello statuto di Gres Art Società Benefit e rendicontate all'interno della Relazione di Impatto 2023 della società.

IL VALORE GENERATO

Per la valutazione dell'impatto generato da gres art 671 si è scelto di utilizzare il B Impact Assessment, un software sviluppato dall'ente indipendente statunitense B Lab che risponde ai requisiti di legge per lo sviluppo dello “standard di valutazione esterno” richiesto per quantificare l'impatto delle società Benefit. Ne emerge una società virtuosa, seppur all'inizio del suo percorso di generazione di impatto, con un punteggio complessivo superiore rispetto alla media di settore e da subito molto attenta a una governance responsabile e in ascolto (si è deciso di somministrare un questionario di gradimento al pubblico, i cui principali risultati sono riportati sotto).

“Seppur riferiti a soli due mesi di operatività, i risultati della relazione di impatto ci danno importanti riscontri in merito alla capacità di gres art di coinvolgere il pubblico e creare un valore aggiunto per la comunità e il territorio, nonché preziose indicazioni su possibili aree di sviluppo – commenta Roberto Pesenti -. Consci che il percorso è appena iniziato, ripartiamo da questi spunti per progettare le future iniziative e offrire un contributo ancora migliore alle finalità di beneficio comune che il nostro statuto ci impegna a perseguire”.

IL GRADIMENTO DEL PUBBLICO

Oltre a misurarsi attraverso uno standard di valutazione esterno, la società ha deciso di mettersi in ascolto del proprio pubblico attraverso un questionario di gradimento che ha coinvolto un campione di 125 persone e dal quale emergono interessanti risultati. Il 44% dei visitatori di gres art 671 è arrivato da fuori città, a dimostrazione dell'attrattiva del progetto a soli due mesi dall'inaugurazione. Il 29% degli intervistati è venuto a conoscenza di gres art dai social network e il 23% dai giornali, ma il dato più rilevante è che il 37% ha conosciuto gres art attraverso il passaparola o dai vicini di casa, segno che l'obiettivo di stimolare un dialogo e coinvolgere le persone è già stato in parte raggiunto.

Estremamente positivi sono anche i riscontri qualitativi: il 94,7% degli intervistati ha definito molto positiva o positiva l'esperienza di visita, lo spazio e la mostra sono stati gli elementi maggiormente apprezzati dal pubblico, che nel 77,3% dei casi ha dichiarato che tornerà certamente a gres art 671.

Raccolti e analizzati questi numeri, è ora tempo di progettare il futuro. Il 2023 è stato l'anno dell'avvio del progetto, dedicato principalmente allo spazio, alla trasformazione urbanistica e alla progettazione delle attività future di gres art 671. Ma in un progetto come questo l'inaugurazione degli spazi è solo l'inizio del percorso, l'obiettivo di gres art 671 è ora che gli individui e i gruppi lo riconoscano come nuovo soggetto culturale, lo utilizzino e soprattutto lo vedano come elemento generativo di altri processi comuni, materiali o immateriali, in cui loro stessi sentono di avere un ruolo attivo. L'operatività quotidiana di gres art 671 è momentaneamente interrotta per il completamento dei lavori, che prevedono la realizzazione di un ristorante e di uno spazio coworking, ma anche in questo periodo la struttura continua ad ospitare eventi e riaprirà in modo permanente dopo l'estate con tante novità.

*“Stiamo focalizzando l'attenzione soprattutto sul processo di trasformazione che può convertire gres art 671 in una risorsa per tutti, in grado di soddisfare i bisogni delle comunità con cui si mette in relazione – spiega **Francesca Acquati, General Manager di gres art 671** -. Con questa logica gres art 671 si svilupperà attraverso due asset strategici: le funzioni permanenti, ovvero aree ad accesso gratuito, bar/ristorante, spazi attrezzati per studiare o lavorare, e le produzioni culturali come mostre, incontri e spettacoli live. L'obiettivo è promuovere iniziative e progetti che facciano leva sulla cultura come motore di sviluppo per il territorio e le persone”.*

gres art 671

Marina Abramović between Breath and Fire

SAVE THE DATE
14 settembre 2024



Bergamo,
14 settembre 2024 -
febbraio 2025

In mostra la grandezza, la solitudine, il mito, la caducità dell'essere umano, un percorso che parte dall'installazione cinematografica *Seven Deaths* che Marina Abramović ha dedicato a Maria Callas e si sviluppa attraverso lavori recenti e storici.

Una immersione tra le opere, curata da Karol Winiarczyk, che racconta parte del mondo di una delle più importanti artiste contemporanee, grazie ad una serie di parallelismi, richiami e rimandi. Dalle interpretazioni della divina Callas ad alcuni dei grandi temi affrontati da Marina Abramović.

gres art 671 è un nuovo centro per l'arte e la cultura, con sede a Bergamo. Un luogo dove andare, scoprire, sperimentare, stare, nato con un ambizioso progetto di rigenerazione urbana promosso dal Gruppo Italmobiliare con Fondazione Pesenti.

gres art 671 coniuga bellezza e impatto sociale, sviluppando modelli sostenibili che promuovano il benessere della comunità, attraverso una programmazione multidisciplinare, accessibile e inclusiva.

www.gresart671.org

[web](#) [ig](#) [fb](#) [in](#)