

DS118

DS118



I «Fenomeni» di Economy in campo per l'ecosistema

Giunge in Campania la quarta tappa del nostro viaggio alla ricerca di imprese innovative e responsabili. L'evento, organizzato con Symbola e Istituto Tagliacarne, è stato ospitato da Confindustria Benevento. Il prossimo appuntamento sarà in Molise

di Sergio Luciano

«L'impresa deve avere come suo centro l'ecosistema, ossia l'uomo - dice **Oreste Vigorito**, presidente di Confindustria Benevento, che ha ospitato la tappa campana dei "Fenomeni" di Economy - Dobbiamo riuscire a giocare la nostra partita, la partita

ORESTE VIGORITO: «DOBBIAMO GIOCARE LA NOSTRA PARTITA SU QUESTO PIANETA... SENZA SFONDARE IL PALLONE O LA RETE»

della nostra vita, su questo pianeta... senza sfondare il pallone o la rete». E con il suo stile colorito e insieme pacato - che attira magneticamente anche i teenager delle scuole dove va a parlare di cultura d'impresa - l'industriale dell'**Italian Vento Power Corporation**,



GIANNI LETTIERI, ATITECH

«Credo che la discussione sulla sostenibilità della crescita sia importantissima, per noi imprenditori, sia una questione di responsabilità: fare attenzione ai territori, tanto più operando in quadranti difficili. Da presidente degli industriali ce la misi tutta, ricordo il progetto Quadrifoglio per i quartieri napoletani a rischio... o la campagna vaccinale, 8000 iniezioni al giorno... o ancora la mensa solidale, con 200 pasti al giorno dal 12 dicembre al 10 gennaio... E poi l'ambiente: sui nostri hangar i pannelli fotovoltaici ci permettono di ridurre il consumo elettrico di oltre il 40% e puntiamo al 70%, mentre con l'Università Partenope lavoriamo ai motori a idrogeno per gli aerei e alla trasformazione degli aerei passeggeri in cargo. Io credo, in definitiva, che non esista crescita senza responsabilità».

Alta capacità relazionale delle imprese: si può far meglio con scuole e università

a cura dell'Istituto Tagliacarne

La relazionalità con le imprese, istituzioni e soggetti locali aiuta la competitività. Perciò il territorio, come insieme delle relazioni con i diversi soggetti che vivono la comunità locale, è un fattore di snodo per lo sviluppo nel perseguire una crescita sostenibile dove la competitività si coniuga con la

coesione sociale. E infatti l'Ocse ha definito il territorio, nella sua dimensione di fattore di crescita, con il termine di "Capitale territoriale". Una misura della coesione economica locale è nella propensione a relazionarsi con gli stakeholder sia interni che esterni all'azienda. Attraverso

l'indagine del Centro Studi Tagliacarne-Unioncamere è possibile esaminare il livello di relazionalità delle imprese con i vari attori locali. Per quanto riguarda gli stakeholder interni la misurazione della coesione socio-economica considera il rapporto dell'imprenditore con

i propri dipendenti in termini di: i) investimenti nella formazione per il miglioramento delle competenze e la qualificazione personale (competenze); ii) partecipazione dei dipendenti allo sviluppo di progetti di innovazione (progetti di innovazione); iii) investimenti per migliorare la salute e il benessere dei lavoratori, la conciliazione dei tempi di vita e di lavoro dei suoi dipendenti (welfare aziendale). Per gli stakeholder esterni,



L'odierna Benevento (Beneventum, evento felice), come venne ribattezzata dai Romani in seguito alla vittoria riportata su Pirro nel 275 a.C. l'antica Maleventum (cattivo presagio) ha ospitato la tappa campana dei «Fenomeni» di Economy



SALVATORE ESPOSITO, EP SPA

«La nostra è un'azienda familiare attiva dal '75 che ha sempre collocato l'innovazione e la responsabilità sociale

al centro delle proprie strategie. Anche in settori apparentemente tradizionali come quello dei servizi alle imprese, dalla pulizia ai buoni pasto. Siamo stati i primi nell'Unione Europea ad acquistare e utilizzare furgoni completamente elettrici per il trasporto dei pasti. E sempre per primi abbiamo utilizzato i digestori per i rifiuti organici. Innovazione ed ecosostenibilità sono sempre stati al primo posto per noi. Anche sul versante della lotta agli sprechi alimentari, che dipendono dalla miopia degli enti appaltanti, con diete o menù sbagliati. Ah, a proposito: siamo anche stati i primi a usare l'olio diatermico per accorciare i tempi di cottura».



GIOVANNI LOMBARDI, GRUPPO INDUSTRIALE TECNO

«Il nostro gruppo è stato il partner della Apple Academy a Napoli, ha sempre perseguito una

crescita sia organica che per acquisizioni, cogliendola, convinti come sia che con la rivoluzione digitale e logistica si può trovarsi ovunque e poi comunque vendere in tutto il mondo: con il digitale e con i trasporti si arriva ovunque. Nella nostra azienda l'età media è di 36 anni. E puntiamo con convinzione ai valori della solidarietà sociale e della buona governance, la S e la G dell'acronimo Esg. Le aziende non vanno più viste con i canoni novecenteschi, ma devono creare ricchezza anche per territorio... Coltivando i principi Esg il rating migliora e si ottiene miglior credito. Rientra nel culto di questi valori anche il nostro mecenatismo nel mondo dell'arte, anche in collaborazione con Borsa Italiana».



ANTONIO GIACOMINI, INNOVAWAY

«La nostra è un'azienda che ha sempre assistito il territorio, in tutti i

modi possibili. È ormai un gruppo con 7 sedi in Italia e 3 all'estero, ma è nata a Soccavo e ha la sede principale a Napoli, da dove dirige tutte le sue attività nei servizi digitali. Ha lanciato un'Academy per i ragazzi del territorio riuscendo a inserirne più di duecento nel mondo del lavoro negli ultimi due anni. Siamo stati promotori della nascita dell'Its Campania, che presiedo, per formare i giovani verso le attività che generano crescita, convinti come siamo che passi proprio per il digitale, la vera crescita del Paese. Siamo oltre 1000, di cui 650 in Campania, che può diventare un vero hub di talenti e innovazione».

per la misurazione della coesione socio-economica sono stati considerati i rapporti delle imprese con: i) Altre imprese per partnership e rafforzamento dei rapporti di filiera, logistica e distribuzione, per attività di innovazione e internazionalizzazione; ii) Scuole e Università, per collaborazioni per stage/tirocini di studenti e iniziative di alternanza scuola lavoro; iii) Università e enti di ricerca, per realizzare ricerche utili al business dell'impresa e

a progetti di Open Innovation; iv) Banche, per migliorare la strategia finanziaria e aziendale, la competitività, accompagnamento con risorse e consulenza per progetti di innovazione; v) Non profit (soggetti del Terzo settore); vi) Clienti, per il coinvolgimento in "campagne di utilità sociale" (es. lotta allo spreco); vii) Associazioni di categoria settoriali/territoriali; iv) infine, Comunità, nel senso ampio del termine, che coglie tutte

le imprese che investono in interventi di riqualificazione e/o valorizzazione a beneficio delle comunità (es. sostegno ad attività culturali). Secondo i dati del Centro Studi Tagliacarne-Unioncamere, in Campania la coesione socio-economica assume in molti casi tratti di rilievo: il 72,0% delle imprese ha relazioni con i dipendenti volte ad iniziative di welfare aziendale; il 54,4% delle imprese ha instaurato relazioni con i dipendenti in

termini di miglioramento delle competenze; il 38,7% delle imprese ha instaurato rapporti con i dipendenti per progetti di innovazione. Inoltre, il 33,3% delle imprese della Campania ha stretto rapporti con le banche e il 26,2% ha rapporti con scuole e università. Con altri tipi di stakeholder, invece, la percentuale di imprese campane che ha stretto relazioni è al di sotto del 20%: infatti, il 15,9% delle imprese ha stretto relazioni con istituzioni

DS118

DS118



La sala di Confindustria Benevento gremita per la tappa campana dei «Fenomeni» di Economy. Nella pagina accanto, da sinistra: Sergio Sgambato, Oreste Vigorito, Alfonso Ruffo e Sergio Luciano



LUDOVICA ZIGON, GETRA

«La transizione energetica è nelle nostre corde, nel Dna di Getra

– multinazionale tascabile nella produzione dei grandi trasformatori di rete, colossi alti anche dieci metri – che sviluppa la sua ricerca in funzione dell'efficienza massima delle reti elettriche e delle smart cities. Ma insieme adotta tutte le misure per favorire nei propri impianti l'economia circolare, convinta com'è che procedere verso questo nuovo modello economico richiede un cambiamento strutturale e culturale la cui attuazione promette di riservare numerosi vantaggi».

principale azienda tricolore produttrice di pale eoliche, apre l'evento, promosso da **Alfonso Ruffo**, editore incaricato della nostra testata, e sviluppato negli ultimi sei mesi con le tappe di Palermo, Cosenza e Bari, col

LE TAPPE DEI «FENOMENI» DI ECONOMY TOCCHERANNO NEL BIENNIO TUTTE LE REGIONI DEL PAESE

programma di toccare in due anni tutte le regioni del Paese. «Questa iniziativa – ha detto Vigorito – va nella direzione giusta perché dà valore a un fenomeno, cioè una grande e concreta sensibilità degli imprenditori campani per i temi della sostenibili-



CATERINA MEGLIO, MATERIAS

«La nostra azienda è nata a Napoli 8 anni fa, da un'idea del professor

Nicolais - già ministro dell'innovazione, ndr - che ha deciso di fare impresa su un'idea geniale attorno alla quale ha raccolto importanti investitori del Nord. Siamo una società tutta privata che si è data la missione di valorizzare la conoscenza presente in tutte le Università e i Centri di ricerca italiani. Perché la conoscenza c'è ma quando arriviamo al punto di metterla a terra, ci perdiamo... Tre concetti ci ispirano: innovazione, inclusività e responsabilità. Abbiamo selezionato 60 idee; 20 si sono rivelate fallimentari, 40 sono andate con 1 prodotto sul mercato, altre 4 quest'anno e altre 6 nel biennio. Siamo molti concentrati nel settore dei materiali... Tra i nostri investitori figurano Sergio Dompè. Cvc e Banca Intesa».

territoriali, meno del 15% ha relazioni con i clienti, con enti e istituti di ricerca, no profit e comunità. Da sottolineare però che, a differenza di altre regioni,

le imprese che dichiarano una cooperazione con qualsiasi stakeholder analizzato non sono mai inferiori al 10%. Se confrontiamo i dati con il

Mezzogiorno e l'Italia possiamo notare come in generale la regione registri un grado di relazionalità maggiore alla media del Mezzogiorno con tutti

gli stakeholder; e solo in alcuni casi inferiore alla media italiana. Per quanto riguarda le relazioni con gli stakeholder interni, cioè i dipendenti, i punti di forza delle imprese campane riguardano i temi dell'innovazione e del welfare aziendale: immaginando un'ipotetica classifica regionale la Campania è prima in Italia per la propensione delle imprese a favorire in azienda la partecipazione dei dipendenti allo sviluppo di progetti di co-innovazione (38,7% contro il 32,5% nel Mezzogiorno e 34,7% in Italia); ancora, la quota delle imprese campane che



FONTE: CENTRO STUDI DELLE CAMERE DI COMMERCIO GUGLIELMO TAGLIACARNE

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - DS118 - S.11219 - L.1721 - T.1677



tà». E di sostenibilità ha parlato anche **Sergio Sgambato**, Direttore di **Diligentia Ets** - partner dei "Fenomeni" - una no-profit che si è data come mission proprio quello di promuovere un approccio serio alla sostenibilità. «Perché possa esserci sostenibilità,

**A INDIVIDUARE I «FENOMENI»
E IL GRUPPO DI LAVORO COSTITUITO
DA ECONOMY CON SYMBOLA
UNIONCAMERE E CONFINDUSTRIA**

occorre che sia misurabile, con processi e modalità coerenti e conformi - Diligentia è nata due anni fa da una motivazione valoriale. Un gruppo di persone sessantenni con i capelli grigi che si sono chieste "cosa lasciamo ai nostri nipoti su questo pianeta?". E dunque, largo ai "Fenomeni" che decorano



ORESTE VIGORITO, ITALIAN WIND POWER CORPORATION

«Sono uno startupper maturo, che nel '93 lascia la libera professione per sposare, da imprenditore, le energie rinnovabili, cavalcando la legge 10/91. Ed oggi è la più grande azienda italiana nella produzione di impianti eolici. I nostri prodotti aiutano a capire che anche l'aria ha un'anima; e offriamo le nostre competenze al territorio, creando lavoro. Veniamo chiamati in tutta l'Unione Europea per realizzare campi eolici e siamo stati i primi a fare anche in Italia l'eolico off shore... Abbiamo 600 dipendenti di cui 150 nel Sannio... Il mio motto? Gli orizzonti non servono a chiudere la prospettiva, ma per essere raggiunti e superati».



COSIMO RUMMO, RUMMO

«Siamo leader nelle paste di fascia alta, segmento premium, sia in Francia che in Svizzera e Finlandia, per esempio la pasta senza glutine. Produciamo la prima pasta al mondo con la tenuta della cottura certificata. E forse per la qualità e la specializzazione che ci viene riconosciuta, siamo passati da 8 a 200 milioni di fatturato tra il 2012 e il 2023. Abbiamo la fabbrica principale a Benevento, ma stabilimenti anche a Novara, sedi a Milano, Lione, New York, Dallas... Ci dedichiamo alla ricerca e allo sviluppo, abbiamo fondato la Rummo Business School, acquistiamo il grano da colture a zero pesticidi, grazie a un trigeneratore risparmiamo il 38% di CO2, e puntiamo a eolico e fotovoltaico per arrivare a impatto zero. Il nostro motto è: o ci distinguiamo o ci estinguiamo».

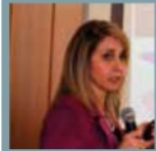
ha dichiarato un'attenzione al tema del welfare aziendale è al di sopra della media del Mezzogiorno e dell'Italia (72,0% vs 70,1% e 69,6%), con un quinto posto nella classifica regionale. Valori in linea con il Mezzogiorno e con la media nazionale per gli investimenti in risorse nella formazione per il miglioramento delle competenze e la qualificazione del personale (55,4% vs 50,6% nel Mezzogiorno e 55,4% in Italia). Analizzando gli stakeholder esterni, le imprese della regione mostrano dei punti di forza nella propensione a vedere i

clienti non solo come acquirenti ma anche come soggetti con cui relazionarsi per motivi di sostenibilità sociale: primo posto in Italia con il 14,4% delle imprese contro il 10,4% nel Mezzogiorno e 9,4% in Italia. Altro punto di forza è la relazione con altre imprese per partnership e rafforzamento dei rapporti di filiera, logistica e distribuzione, per attività di innovazione e internazionalizzazione: quarto posto in Italia (23,2% vs 18,1% nel Mezzogiorno e 19,5% in Italia). Inoltre, il 33,3% delle imprese

ha rapporti stabili con il settore bancario locale (che va al di là del mero rapporto di finanziamento, sfociando ad esempio in attività di consulenza per progetti di innovazione) contro il 31,2% nel Mezzogiorno e il 31,6% in Italia, per questo tipo di relazionalità, la regione si posiziona sesta in Italia. Bene anche la relazionalità con il no profit (ottava posizione nella classifica regionale): il 13,7% delle imprese campane ha stretto rapporti con questi enti, contro una media nel Mezzogiorno dell'11,6% e

italiana del 13,2%. Inoltre, il 12,5% delle imprese in Campania ha dichiarato di aver investito in interventi di riqualificazione e/o valorizzazione del proprio territorio a beneficio delle comunità, nel Mezzogiorno questo valore è dell'11,6% e in Italia del 12,2%. Meglio rispetto al ritardo del Mezzogiorno i rapporti con il mondo associativo imprenditoriale. In Campania il 20,0% delle imprese, dichiara di avere rapporti abituarini con le associazioni di categoria territoriali; nel Mezzogiorno

la loro terra non secondo la solita, e logica, logica quantitativa e dimensionale ma in un'ottica valoriale: inventiva, creatività, dinamismo, solidarietà, ambientalismo. Con tanti esempi davvero fenomenali, individuati da un gruppo di lavoro (non una giuria!) costituita da Economy con **Symbola**, **Unioncamere** e naturalmente **Confindustria**.



CLEMENTINA DIONISI, COSMIND

«Ci occupiamo di meccanica ci precisione e abbiamo una clientela vasta,

qualificata, esigente e fedele. Uno dei nostri ambiti di forza è l'indotto delle telecomunicazioni. E per rispettare i nostri standard di qualità dobbiamo investire sulla formazione del personale. Il punto centrale della nostra visione, in cui crediamo moltissimo, è che lo sviluppo territorio passi attraverso le sinergie. Ed è anche per fare rete col territorio che eroghiamo borse di dottorato all'Università degli Studi della Campania e sosteniamo molte altre iniziative analoghe».



MARIO FERRARO, MATTER ECONOMY

«Seguo da sempre il settore delle costruzioni, anche come presidente dell'Ance e

vicepresidente della Confindustria di Benevento, e devo dire che tante imprese hanno spesso rischiato il fallimento. E noi ci siamo affidati a tecnologia e innovazione. Attraverso l'innovazione, siamo stati ad esempio i primi a portare il metaverso nei cantieri, la progettazione elettronica e la realtà virtuale. Per non dimenticare il Centro per la formazione alla sicurezza. È la strada che riteniamo giusta per noi».

I «Fenomeni» presentati a Benevento, sono stati sedici: Gruppo Adler (Airola), Atitech (Napoli), Citta' Moderna (Napoli), Cosmind srl (Limatola), Distretto Aerostaziale Campano (Napoli), Ep (Napoli), Gruppo Getra (Marcianise), Innovavay (Napoli), Magaldi (Salerno); Gruppo I.V.P.C Italian Vento Power Corporation (San Marco dei Cavoti); Materias (Napoli), Matter Economy (Cautano), Pinetagrande (Castelvoturno),

Rummo (Benevento), Tecno (Napoli), Temi (Napoli).

Le aziende hanno presentato alla platea le loro esperienze, le loro peculiarità e i loro piani. Tutte hanno avuto accesso alla piattaforma di networking e scambio culturale promossa da Economy. In queste pagine, una carrellata di testimonianze di assoluto rilievo.



LETIZIA MAGALDI, MAGALDI

Il Gruppo Magaldi è attivo a Buccino (SA) dal 1929 nella progettazione, produzione e

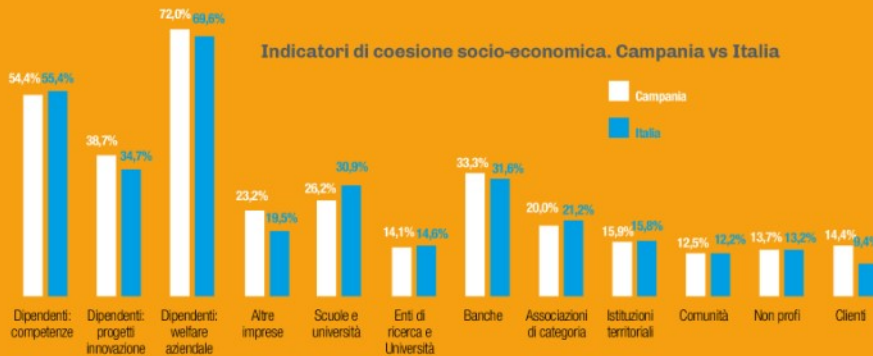
commercializzazione di trasportatori a nastro metallico per la movimentazione di materiali ad altissima temperatura e in condizioni di processo severe. Vanta dunque oltre 90 anni di eccellenza nella progettazione e produzione di soluzioni affidabili per la movimentazione di materiali in condizioni gravose. Nel corso degli anni, l'azienda ha assunto un respiro internazionale, aprendo società controllate ed uffici in Europa, Nord America, Asia ed Australia, per servire al meglio i clienti in ogni parte del mondo.

tale quota è decisamente inferiore (15,7%), si evince però un divario, seppur lieve, rispetto alla media nazionale (21,2%). Sempre nell'ambito dei

corpi intermedi, circa l'15,9% delle imprese in Campania ha relazioni abitudinarie con istituzioni territoriali come Camere di commercio, enti locali,

ecc., mostrando una maggiore propensione rispetto alle imprese meridionali nel loro complesso (14,7%) e italiane (15,8%). Un divario rispetto ai valori

dell'intera penisola si rileva nell'analisi della relazionalità con scuole e università per tirocini, stage, ecc.: scelta seguita dal 26,2% delle imprese campane, valore al di sopra del Mezzogiorno (25,4%) ma ampiamente al di sotto della media nazionale (30,9%). Quando si tratta di svolgere attività di Ricerca & Sviluppo e Open Innovation il grado di relazionalità delle imprese campane con le università è migliore rispetto alla media del Mezzogiorno e in linea con il valore nazionale (14,1% vs 12,8% e 14,6%).



FONTE: CENTRO STUDI DELLE CAMERE DI COMMERCIO GUGLIELMO TAGLIACARNE