

Leasing

ANNO V N. 10 **M**AGAZINE

Time

LOCAZIONE FINANZIARIA E NOLEGGIO, FACTORING
E FINANZIAMENTI A MEDIO-LUNGO TERMINE



Francesco Tamagni
Key2people



Nadia Marzocchini
Alba Leasing



Alessandro Gentili
Banca Progetto

*La nautica costituisce una certezza positiva
in un "mare" di difficoltà per la nostra economia*



postatarget
magazine

CENTRO/00726/05.2018
DAL 09/05/2018

Posteitaliane

Soluzioni a portata di mano



GRANDANGOLO - ph Jamoon028/FreePik



TREBI Generalconsult
Full Service Software

SOFTWARE FINANZIARIO E CONSULENZA
Dal 1980 leadership, competenza, flessibilità, innovazione

www.trebi.it



MAGAZINE Leasing

CONTENUTI

5 | EDITORIALE

La nautica costituisce una certezza positiva in un "mare" di difficoltà per la nostra economia

6 | NAUTICA

Un 2021 da record per l'industria nautica

9 | ORIZZONTI

Per un digitale sempre più umano

15 | INNOVAZIONE

*TREBI Generalconsult
L'evoluzione della trasformazione digitale*

20 | FILIERA

*Azienda Castellani:
la storia di successo continua...*

23 | INTERVISTA

*Quando il fintech favorisce la raccolta e premia i risparmiatori
Intervista a Alessandro Gentili (Banca Progetto)*

27 | SOSTENIBILITÀ

Alba Leasing tra i leader della sostenibilità 2022

31 | IDEE E SOLUZIONI

Profondità di analisi e coraggio nell'agire

35 | ESPERIENZE

*Gelostandard e Gelolab:
il futuro del gelato è già qui*

38 | NUOVI ORIZZONTI

L'architettura ridisegna il futuro degli studenti

41 | NUMERI LEASING

*Il punto sul leasing:
pubblicati da Assilea i dati relativi ad agosto*

43 | NUMERI FACTORING

Il factoring in cifre: agosto 2022

45 | APPROFONDIMENTI

*Per una storia del mito di Shelley:
la trama De Ambris-Viani nell'estate del 1922
(prima parte)*

49 | VISIONI

La caduta della classe operaia

Castellani SHOP

ARREDO PER



INDUSTRIA



NEGOZIO



UFFICIO

Castellani Shop nasce dall'esperienza di Castellani.it srl, azienda leader toscana che da più di sessanta anni produce scaffalature metalliche da industria, negozio, attività commerciali e soluzioni d'arredamento per ufficio.

SERVIZIO CLIENTI / ORDINI TELEFONICI

0587 748052

www.castellanishop.it

situér

MILANO



Via Vincenzo Vela, 1 - Milano
info@situermilano.it | +39 3920142397 | @situermilano

www.situermilano.it

La nautica costituisce una certezza positiva in un “mare” di difficoltà per la nostra economia



Dopo il Salone Nautico di Genova possiamo confermare che la ripresa del mercato e della produzione nautica rappresentano una certezza per l'Italia e i distretti produttivi. I temi economici problematici sono noti e li abbiamo potuti

referire anche nei nostri ultimi editoriali ed articoli vari, insieme però anche alla speranza di impegni necessari a disegnare un prossimo futuro non tutto negativo. Le componenti produttive e istituzionali, compreso il sistema bancario, sono chiamati a porsi di fronte ai mercati internazionali, affrontando con maggiori impegno e determinazione, sostenibilità, flessibilità e resistenza ai cambiamenti che abbiamo di fronte. Realizzare un “patto per lo sviluppo” italiano come è stato definito non è certamente cosa facile e scontata: occorre che tutti i protagonisti della nostra economia (imprese, banche, attività professionali e sindacali di concerto con il potere pubblico) realizzino e lavorino per una “profondità d'analisi e coraggio nell'agire”. Questo dovrà essere

l'auspicio e l'impegno che riteniamo debba costituire la premessa di uno sviluppo possibile da realizzare da subito di fronte alle oggettive preoccupazioni che tutti abbiamo presenti. Inflazione, caro energie, aumento delle materie prime e rialzo dei tassi di interesse non si possono certo cancellare e, se non affrontati adeguatamente a tutti i livelli di responsabilità (dalle articolazioni dello Stato in primis), essi produrrebbero inevitabilmente recessione e disoccupazione con effetti indotti economici e sociali che sono assolutamente da evitare, pena un avvitamento del nostro “sistema Italia”. Di fronte abbiamo una ragionevole certezza: occorrono una più forte collaborazione e condivisione fra pubblico e privato ed un utile confronto delle imprese con il sistema bancario/finanziario che può e deve fornire le risorse necessarie per accompagnare investimenti e sviluppo sostenibili sul territorio. Si tratta certo di impegni non scontati né banali che possono trovare conferma solo con la consapevolezza e la volontà di tutti i protagonisti.

Gianfranco Antognoli

Un 2021 da record per l'industria nautica

6,1 miliardi di euro di fatturato
con un incremento del 31,1%
Exploit delle esportazioni, al massimo
storico di 3,37 miliardi di euro



Nella consueta cornice del Salone Nautica di Genova – giunto quest'anno alla 62° edizione – è stata presentata la nuova edizione di *Nautica in Cifre – LOG*, l'annuario statistico realizzato dall'Ufficio Studi di Confindustria Nautica in partnership con Fondazione Edison, con il patrocinio dal Ministero delle Infrastrutture e della Mobilità Sostenibili.

I dati raccolti sono stati commentati in un incontro aperto dai saluti di **Andrea Razeto**, Vice Presidente Confindustria Nautica, di **Carlo Maria Ferro**, Presidente di ICE Agenzia e **Andrea Benveduti**, Assessore allo Sviluppo economico di Regione Liguria. I numeri delineano un 2021 di grande successo per l'industria italiana della nautica, che ha registrato il migliore incremento di fatturato di sempre, consolidando una crescita strutturale e assicurando rosee

prospettive anche per il 2022. Considerando i difficili scenari economico-politici e le forti criticità sul fronte dell'approvvigionamento delle componenti, le imprevedibili fluttuazioni dei prezzi e della disponibilità delle materie prime e una sempre più evidente scarsità di manodopera specializzata – si è trattato di un risultato eccezionale per le imprese italiane.

Il fatturato globale del settore è passato da 4,6 miliardi del 2020 a **6,1 miliardi del 2021**. L'**incremento** registrato rispetto all'anno precedente è stato **del +31,1%**: un dato straordinario che consente non solo di compensare il lieve calo registrato nel 2020, ma di portare il fatturato del settore a livelli pressoché analoghi a quelli del biennio record del 2007-2008. Fra i fattori determinanti che hanno alimentato la crescita si deve annoverare **l'exploit delle esportazioni della produzione cantieristica**

nautica, che nell'anno scorrevole terminato a marzo 2022 hanno toccato il massimo storico di 3,37 miliardi di euro, con gli USA primo mercato in assoluto per i nostri cantieri (485 milioni di euro, pari a una quota del 16,4%). Altri fattori determinanti sono stati i portafogli ordini dei cantieri italiani di yacht e superyacht, che per molti operatori copriranno addirittura il prossimo triennio, e l'ottima performance dei comparti dell'accessoristica nautica e dei motori marini.

Carlo Maria Ferro, Presidente Agenzia ICE ha dichiarato: «*La nautica italiana è molto apprezzata all'estero per la capacità di mettere a fattore comune l'eccellenza del made in Italy nella meccanica, nella tecnologia, nel design, nel mobile arredo, nella componentistica. Tutto questo risponde alla domanda del perché i numeri del settore siano così positivi: perché quando riparte la domanda le persone acquistano il prodotto migliore. I dati dell'export lo confermano: nel 2020 le esportazioni sono cresciute nonostante tutto, nel 2021 è aumentato del 34% e, nei primi sei mesi del 2022 cresce di un altro 72%. Siamo soddisfatti dell'export italiano e siamo molto soddisfatti dell'export della nautica da diporto*».

«*La nautica da diporto, grazie all'impegno quotidiano dei nostri appassionati imprenditori, si consolida pertanto come un fiore all'occhiello del Made in Italy e una vera eccellenza a livello globale*» ha commentato **Stefano Pagani Isnardi**, Responsabile Ufficio Studi di Confindustria Nautica. «*In Confindustria Nautica lavoriamo di conseguenza per dare impulso al suo sviluppo e per affermare il suo successo nel mondo*».

Gli **addetti complessivi** sono saliti a 26.350



rafforzando ulteriormente il trend occupazionale positivo (+9,7% rispetto al precedente anno) che ha caratterizzato trasversalmente tutti i comparti del settore, con una particolare incidenza nella costruzione di nuove unità (+14,7%) in cui sono impiegati quasi la metà degli addetti complessivi del settore (14.710). Il **contributo del settore della nautica al PIL nazionale** è stato **superiore ai 5,1 miliardi di euro nel 2021**, in forte aumento **(+31,4%)** rispetto al dato 2020. Anche il peso del contributo della nautica al PIL in rapporto al PIL nazionale è cresciuto, passando dal 2,37% del 2020 al 2,89% nel 2021, a testimonianza della fase espansiva del settore. <

GLOBAL PLANNING ARCHITECTURE

Il mondo che ci circonda
riprogettato a regola d'arte

**“Il progetto di
cui hai bisogno
quando ne
hai bisogno.”**

Founder & Creative Leader

Giuliano Azzinari

Un gruppo, una company. Da 25 anni specializzati in Architettura, Interior e Asset Design Management, con un approccio sostenibile e responsabile nei settori Office, Retail, Living e Hospitality.

www.globalplanning.it - Via San Martino 11C, 20122 Milano - Telefono 0258326859 - Email info@globalplanning.it



Per un digitale sempre più umano

Un'analisi della nuova normalità che ci attende, una normalità in cui salute, lavoro e benessere personale sono sempre più frutto del dialogo sano tra uomo e tecnologia



La nuova quotidianità che ci troviamo a vivere – nuova perché frutto di fenomeni inattesi – rende necessario un sostanziale cambio di approccio rispetto ai temi del digitale e ai processi di digital transformation. Sotto certi punti di vista, ritornare su questi argomenti potrebbe risultare controproducente: troppo è stato detto e scritto, sotto ogni luce, in ogni contesto, e molto è stato fatto, con esiti però non sempre coerenti o soddisfacenti. Cosa potremmo aggiungere? I cambiamenti imposti dalla pandemia, la rapida ripresa che ha fatto seguito e poi oggi le preoccupazioni e l'incertezza legati al conflitto russo-ucraino hanno già riparametrato (e lo stanno facendo ancora) la scala gerarchica delle nostre priorità, restituendo alle persone un nuovo panorama in cui vita, lavoro, interessi personali e legami sociali sono da riscoprire,

quando non da ricostruire secondo prospettive finora inedite. In questo scenario diventa evidente come una contrapposizione, o anche solo un'alternanza, tra “digitale” e “umano” vada velocemente superata a fronte di un'integrazione strutturale dei due concetti che devono necessariamente trovare una sintesi, una fusione che colga il meglio di queste due sfere, aprendo la strada di un modo diverso di interagire con il mondo e la società in cui viviamo.

Ma come ce lo immaginiamo, questo futuro? Potrebbe essere un luogo in cui siamo al tempo stesso attori e spettatori del cambiamento in atto, in cui bilanciare la necessità delle persone di ritrovare il contatto fisico ma rispettando al contempo quello spazio sempre più privato creatosi negli ultimi due anni. Le persone al centro ma in un dialogo con la tecnologia non



Francesco Tamagni, partner Key2people

più faticoso e tormentato, quanto necessario e proficuo, di crescita. Un dialogo a cui certo le aziende non possono assistere passivamente, anzi. Sono proprio queste ultime a dover veicolare in qualche modo il sempre più fitto dialogo tra spazio privato e pubblico, tra umano e tecnologico. Se prima l'interazione tra sfera umana e tech era intangibile, ora possiamo vedere chiaramente i contorni e l'influenza che questo rapporto ha sulle nostre vite. In questo panorama acquisiscono, come detto, sempre maggiore importanza i miglioramenti tecnologici che toccano tanto la realtà virtuale quanto l'intelligenza artificiale; entrambi gli aspetti possono concorrere alla costruzione di vite maggiormente "smart", sicure e produttive,

ma sempre salvaguardando la salute delle persone. Certo, non tutti hanno previsioni positive rispetto al progresso che ci attende, ma tanto i più negativi tra gli esperti quanto i fautori di un cambiamento dal volto felice concordano, in larga maggioranza (parliamo di circa l'86% dei presi in considerazione), che l'evoluzione digitale continuerà a crescere come la linea impercettibile che unisce lo yin e lo yang.

A titolo di esempio potremmo citare l'emergere di fenomeni come l'IoMT (Internet of Medical Things) che attraverso wearable devices dotati di sensori permettono un monitoraggio in real time della salute dei pazienti, intervenendo su abitudini alimentari e stili di vita. In questo contesto umano/tecnologico un ruolo centrale viene acquisito dalle aziende, queste ultime hanno il compito di porre attenzione alle necessità delle proprie persone, possibilmente lavorando sui dati senza dimenticare gli aspetti legati alla sostenibilità. Secondo uno studio del Pew Research Center la nostra prossima normalità sarà sempre più data driven, con enormi sfide da affrontare che vanno dal radicale cambiamento nelle relazioni sociali, a nuove forme di servizi alla persona, fino a nuove professionalità e modalità di apprendimento. Anche a livello istituzionale, una parte importante di esperti e addetti ai lavori sostiene che gli anni che ci attendono saranno segnati da nuove riforme volte ad adeguare gli standard normativi in materia di giustizia razziale e di equità sociale, con una qualità della vita delle famiglie e dei lavoratori sempre più legata alla flessibilità sul luogo di lavoro in termini di tempo e luoghi. Salute, lavoro, relazioni, sono soltanto alcuni dei campi in cui il dialogo tra

scienze, tecnologia e sfera umana segna uno spazio d'evoluzione rinnovato.

Vorremmo soffermarci ora su due ambiti profondamente impattati da questo nuovo corso evolucionistico: il lavoro (skill, ruoli, processi, ecc.) e la formazione, nella sua evoluzione sia accademica che professionale.

Il lavoro come non lo conosceiamo

Uno studio recente del McKinsey Global Institute ("The future of work after Covid-19") rivela come il mondo del lavoro potrebbe virare verso forme ibride, fatte di mix di competenze che fondono tradizione e innovazione. Le aziende hanno necessità di avere al proprio interno persone con skills eterogenee, capaci di gestire le tecnologie avanzate adottate durante il periodo pandemico: una strada utile a ridurre costi e tempo. Se è vero, come riporta la ricerca, che due terzi dei dirigenti ha dichiarato di aver intensificato gli investimenti sull'Artificial Intelligence e sull'automazione, il risultato è quello di una profonda accelerazione e l'aumento di richieste di competenze trasversali che vanno dalla comunicazione all'organizzazione, dalla gestione delle relazioni aziendali fino al problem solving e alle capacità decisionali oltre che di leadership. Parliamo di figure professionali a cui è necessariamente richiesto un giusto mix di digital e soft skill. Sempre secondo il McKinsey Talks Talent emergono chiaramente le possibilità di supporto al mondo del recruiting che possono nascere grazie proprio all'Intelligenza Artificiale. Per quanto possa suonare controintuitivo, rendere le risorse umane maggiormente tecnologiche e digitali sarebbe l'unica strada da percorrere, soprattutto

per favorire la tanto sbandierata inclusione nei processi di recruiting. Secondo alcuni studi accademici, ad esempio, donne e uomini tendono a rispondere ad annunci di lavoro strutturati in maniera diversa. L'utilizzo di dati e analytics favorisce la costruzione di offerte di lavoro capaci di attirare candidati di qualunque genere. È la tecnologia, quindi, a fare ancora una volta da guida. Anche i dati più recenti rivelano in maniera chiara quanto sia sempre più importante per i professionisti italiani avere un livello di preparazione adeguato in ambito tecnologico e STEM (Science, Technology, Engineering and Mathematics). Tra le competenze lavorative considerate fondamentali – già possedute o da raggiungere attraverso corsi di aggiornamento – sono largamente richieste sia quelle in ambito tecnologico e di coding (15%); nei social media (12%), nel web design (11%) e per tutto ciò che riguarda i data analyst (10%).

Francesco Tamagni e Virginia Ghisani, Partner di **Key2people** hanno messo in luce alcune importanti evoluzioni nel perimetro delle competenze dei profili executive con cui normalmente si interfacciano e lavorano.

«Nell'ultimo periodo abbiamo osservato una significativa accelerazione nell'affermarsi di ruoli professionali capaci di convogliare nel loro perimetro le competenze tecniche, manageriali e un *Digital Mindset* molto evoluto per dare vita a percorsi di innovazione efficaci e concreti» commenta Francesco Tamagni, riferendosi ad un trend che interessa quasi tutti i settori e larga parte delle funzioni aziendali.

Aggiunge Virginia Ghisani: «Stanno gradualmente emergendo dinamiche di valorizzazione degli elementi attitudinali della persona, come

fattore di espressione di un reale talento che si realizza solo come convergenza tra la preparazione tecnica e sensibilità personale».

Queste considerazioni mettono in evidenza non solo la centralità dell'individuo nell'evoluzione di quasi tutti i processi aziendali, ma soprattutto come il digitale e la tecnologia possano rappresentare fattori centrali nell'accelerazione del business, solo a condizione che incontrino sensibilità, attitudini e "soft skill" messe in gioco con intelligenza.

Educare e apprendere: la strada per crescere

Educazione al nuovo, quindi, a nuove strade digitali e nuove forme tecnologiche. Ma quando parliamo di educazione parliamo di un tema generale che ha bisogno di individuare una sfera precisa per ogni tipologia di apprendimento, apprendimento che varia a seconda delle fasi della vita di un essere umano. Un esempio concreto di educazione al digitale lo fornisce **H-Farm**, un hub internazionale in cui studenti, startupper, imprenditori e professionisti convivono e si contaminano l'un l'altro, puntando a comprendere i processi di trasformazione digitale in atto e diventare *leader* informati sui cambiamenti di domani. Il progetto di H-Farm nasce nel 2005 da **Riccardo Donadon**, imprenditore veneto che ha dato vita al progetto: «Ho pensato che sarebbe stato interessante riuscire a costruire una piattaforma che potesse aiutare i giovani a cogliere tutte le opportunità che ci sono oggi nel digitale. Anzi, che c'erano in quel momento». Secondo Donadon «H-Farm, infatti, nasce con l'intento di favorire la nascita di nuove iniziative ponendo l'uomo al centro di ricerca

e costruzione delle iniziative imprenditoriali nell'ambito digitale. Iniziative che ci hanno consentito di capitalizzare la nostra esperienza e aiutare i ragazzi a ottenere ottimi risultati». Oggi, ad esempio, H-Farm offre una formazione completa ai propri studenti: dalla scuola primaria ai master universitari, coprendo appunto fasi diverse della vita delle persone, aiutandole a formarsi in maniera continua secondo il proprio range d'età. Perché apprendere è come uno sport che allena la mente, non si conclude con una fase precisa del nostro cammino, cambia e prosegue, piuttosto, con modalità di allenamento sempre differenti. Educare le odierne e future generazioni con questo tipo di approccio porta inevitabilmente a colmare il gap di competenze tra *human* e *digital*. Comprensione, dialogo, adattamento della tecnologia alle necessità della sfera umana si rivela il segreto per una convivenza proficua. Fiducia nei giovani, quindi, unita a una costanza nello studio e nell'aggiornamento necessari per rimanere al passo dei cambiamenti di un mondo sempre più veloce e rapido nel suo modificarsi.

Se in H-Farm «L'uomo è al centro di tutto», con la H che sta per Human, perché sono le persone a fare la differenza molto di umano vive anche in quello che fa Key2people, che tra le proprie competenze e ruoli ricoperti nel settore d'impresa ha anche quello di accompagnare figure di alto profilo professionale nella gestione dei processi di cambiamento globale tramite diverse modalità di intervento formativo. Si tratta di percorsi di apprendimento che mirano per lo più ad aumentare la comprensione e la familiarità di programmi funzionali a



velocizzare la gestione aziendale e a conoscere alcune tra le realtà digitali maggiormente attente ai nuovi modelli di business e alle evoluzioni digitali.

Un nuovo approccio alla formazione professionale

«Per accompagnare manager e professionisti a sfruttare al meglio gli avanzamenti tecnologici è sempre più opportuno articolare percorsi formativi che prevedano un'alternanza di contenuti tecnici con interventi mirati a sostenere l'evoluzione delle skill manageriali e del Digital Mindset». Così Virginia Ghisani segna concretamente il passo che occorre fare per aggiornare approccio, metodologia e impatto di questo importante capitolo.

«Allo stesso tempo» aggiunge Francesco Tamagni «si afferma come necessario un modello di progettazione degli interventi formativi

realmente connessi al piano industriale, alle prospettive di sviluppo del business, alla struttura organizzativa sottostante, ma soprattutto alle caratteristiche proprie del modello di apprendimento della persona: alcuni manifestano chiare attitudini all'auto-sviluppo (*agile self learning*), mentre per altri la formazione passa esclusivamente attraverso un'interazione diretta con un docente o formatore».

Questo allineamento sottende la possibilità di valorizzare tratti caratteriali e comportamentali della persona, accelerare il processo di apprendimento e generare una virtuosa convergenza tra interessi dell'individuo e obiettivi dell'azienda.

In questo scenario le competenze – anche le più basilari – che è possibile acquisire hanno sempre ricadute molto impattanti. A titolo di esempio basti pensare all'uso del

pacchetto *Office 365*, nato come indispensabile strumento di lavoro da remoto, per poi affermarsi come modello di comunicazione in ambito scolastico, culturale, relazionale.

«In questo modo i lavoratori possono pareggiare le loro competenze con gli sviluppi esponenziali del mondo digitale, contribuendo a colmare il *gap* che investe la nostra società e diventando una risorsa umana indispensabile per i nuovi modelli di business che nascono in base al progresso», spiega Virginia Ghisani. «In generale, è necessario trasmettere a chiunque senta la necessità di implementare le proprie competenze *digital* la capacità di comprendere le vaste possibilità che si aprono con il padroneggiare sapientemente le nuove tecnologie, oltre che conoscerle in sé» aggiunge Francesco Tamagni, che chiude facendo

notare come «tale percezione costituisce il punto di svolta per allenare la propria abilità di adattare la tecnologia ad azioni quotidiane, private e professionali, migliorando di conseguenza le proprie performance».

In conclusione, dunque, possiamo guardare alla tecnologia non come un prodotto fine a se stesso, ma piuttosto come una serie di cambiamenti che toccano uno spettro ampio della società in cui viviamo. È sempre più necessario osservarla e scoprire le convergenze con la realtà di ogni singolo individuo. Guardare alla tecnologia non come un serie di processi pericolosi ma come una possibilità, il cui impatto nel nostro quotidiano dipende dalla nostra capacità di saperla gestire, padroneggiare, vivere. Solo in questo modo uomo e digitale possono avvicinarsi, ibridarsi e crescere. <

ANNO V N. 10 MAGAZINE Leasing Time

LOCAZIONE FINANZIARIA E NOLEGGIO, FACTORING
E FINANZIAMENTI A MEDIO-LUNGO TERMINE

Rivista cartacea e digitale free press, on line e distribuita via Posta Target e alle fiere del settore.

Direttore responsabile: Gianfranco Antognoli

Grafica e impaginazione: Alessio Batella

Comitato tecnico di redazione:

Gianfranco Antognoli, Massimo Bacci, Gianluca Basciu, Giampiero Cottoni, Giorgio Lotti, Max Ramacciotti

Hanno collaborato:

Giuliano Azzinari, Luisa Bordiga, Camillo Castellani, Fernando Cruz, Adolfo Lippi, Nadia Marzocchini, Gianfranco Poma, Luca Ravazzin, Andrea Regazzi, Umberto Sereni, Francesco Tamagni

Fotografie: © Olena Zn, Rawpixel.com, vectorfusionart, Wirestock / Adobe Stock; Alba Leasing; Archivio Indigobild; Assifact; Assilea; Banca Progetto; Castellani.it; Coccolini; Fabio Taccola / Salone Nautico Genova; Gelostandard; Global Planning Architecture; G.A. Service; Key2people; TREBI Generalconsult

Sede direzione, redazione e comitato:

55049 Viareggio (LU) - Via Scirocco 53

La testata "Leasing Magazine" è di proprietà di

G.A. SERVICE di Gianfranco Antognoli & C.

P.IVA IT 02295500462

Comunicati stampa: redazione@leasingmagazine.it

Pubblicità: adv@leasingmagazine.it

Le opinioni degli autori, impegnano soltanto questi ultimi e non configurano, necessariamente, l'orientamento di pensiero della rivista o dell'editore.

Tutti i diritti riservati. Vietata la riproduzione anche parziale se non autorizzata.

Stampa: Gescom S.p.A. - 01100 Viterbo

Periodico Reg. presso il Tribunale di Lucca

al n. 2/2020 Registro Stampa

Iscrizione al R.O.C. - Registro degli

Operatori della Comunicazione n. 33914

© 2022 G.A. Service

Sito internet: www.leasingmagazine.it

L'evoluzione della trasformazione digitale



TREBI Generalconsult è una IT Company specializzata nel Software per il Leasing con un'importante expertise nella Digital Transformation. Dal 1980 è partner tecnologico di Banche, Società Finanziarie e di Noleggio per la fornitura di sistemi informativi specializzati nell'erogazione dei crediti e leader in Italia nei Sistemi informatici per il Leasing, vantando una grande fidelizzazione della propria Clientela. La Consulenza funzionale, di business, organizzativa, bilancistica, finanziaria e sulla normativa regolamentare completa sinergicamente l'offerta dei sistemi IT.

Il **Team di TREBI** opera con **figure professionali altamente specializzate**, in grado di ricoprire, grazie alla propria esperienza e competenza settoriale, le principali fasi di ogni progetto. Nel corso degli anni TREBI ha **sviluppato e costantemente migliorato i propri sistemi** dedicati alla gestione di **Leasing, Renting e Finanziamenti**; ad oggi le soluzioni proposte coprono la **totalità** dei processi di business (dal Front End Commercial, Accounting, Fi-

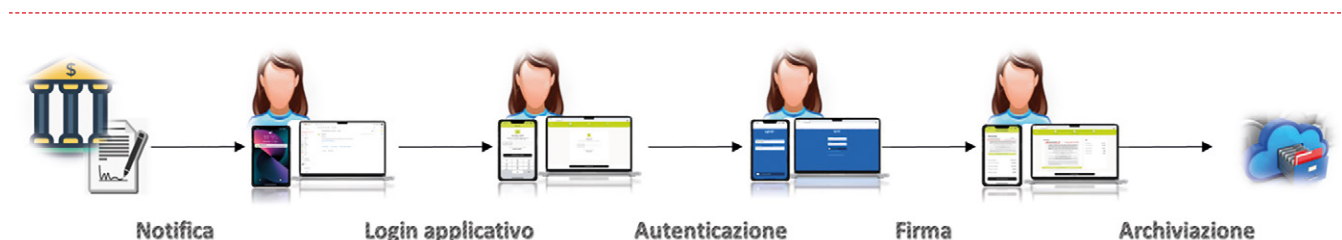
nancial, Post-Sales, recupero crediti sino alle aree di Customer Service, Management/Risk Control, DWH), supportandoli con **workflow configurabili e dinamici**.

La definizione di un **framework applicativo** permette la standardizzazione dell'architettura per fornire ai Clienti applicativi per la gestione del business nelle varie aree di **Leasing Finanziario, Operativo, Noleggio, Prestiti finalizzati, Finanziamenti, Mutui e Cessione del Quinto**.

Nel corso degli ultimi anni, **TREBI** ha avviato un **percorso evolutivo volto alla digitalizzazione dei processi** gestiti sui propri applicativi, **sia WEB che in APP**, rispondendo di fatto alle esigenze del mercato sempre in costante evoluzione.

A titolo esemplificativo e non esaustivo, vogliamo evidenziare alcune innovazioni introdotte.

Firma digitale Il mercato, negli ultimi anni, ha sviluppato in modo marcato la **necessità** di avvicinarsi al Cliente in modo immediato e di proseguire nel percorso **di**



Firma digitale

digitalizzazione con lo scopo di **eliminare l'utilizzo della carta**.

Da anni le Banche stanno investendo sulla **“digital transformation”** consentendo ad esempio ai propri Clienti di gestire in **completa autonomia** i propri rapporti **semplicemente attraverso un'APP o un portale WEB dedicato**. In tale scenario evolutivo **TREBI** ha **innestato nei sistemi informativi** offerti alla propria Clientela la **“firma digitale”**. La nuova modalità di sottoscrizione della documentazione contrattuale consente di:

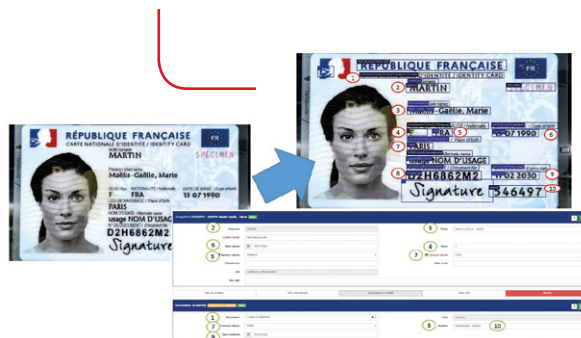
- ▶ **accelerare il processo di sottoscrizione e raccolta** della documentazione;
- ▶ **consolidare il rapporto** con la **propria Clientela**;
- ▶ **garantire la validità** legale della documentazione e del riconoscimento delle controparti;
- ▶ **automatizzare il processo** di archiviazione sostitutiva.

AI / Machine learning Il **“machine learning”** e l'**intelligenza artificiale** rappresentano le più recenti **evoluzioni in area digital transformation** volte **all'automazione di processi operativi**: l'idea che i sistemi

possano imparare dai dati e quindi identificare autonomamente dei modelli e prendere delle decisioni consente ampie applicazioni in diversi processi operativi.

TREBI sfrutta i principi alla base dell'**intelligenza artificiale come strumento di supporto ai processi di vendita** dei prodotti di finanziamento; a titolo esemplificativo, **nell'ottica di ottimizzare e velocizzare i processi interni operativi**, ha implementato un sistema di riconoscimento automatico dei documenti di identità in grado di verificare e garantire:

- ▶ **la correttezza e la leggibilità** del documento ricevuto;
- ▶ **la validazione automatica** dello stesso documento ricevuto;
- ▶ **l'automatizzazione dei processi** che dipendono dall'avvenuta verifica dei documenti.





Instant messaging

TREBI ha inoltre introdotto tali concetti anche nell'ambito del **recupero del credito tramite soluzioni predittive**: lo studio del **comportamento del Cliente**, messo in relazione all'analisi storica di situazioni similari (considerando, ad esempio, anche fattori esterni come quello della stagionalità) permette al sistema di proporre azioni di recupero opportunamente personalizzate e maggiormente efficaci.

Il processo di **accettazione della controparte** è stato anch'esso ovviamente **automatizzato e digitalizzato** al punto da **consentire al Cliente di accettare le proposte** di rientro offerte con **pochi semplici click**, senza quindi necessitare di recarsi in alcun ufficio.

Non per ultimo, ulteriore campo di applicazione è stata quella della **Delibera del credito**: lo studio delle **caratteristiche delle pratiche deliberate** nel tempo nelle sue varie tipologie di esito ha consentito lo sviluppo di **modelli predittivi** che **suggeriscono le attività da effettuare o le informazioni da integrare per rendere più probabile la delibera positiva**.

Instant messaging La funzionalità di "instant messaging" è stata impiantata su diversi processi gestiti dagli applicativi

TREBI ed ha avuto lo scopo di perseguire i seguenti principali obiettivi:

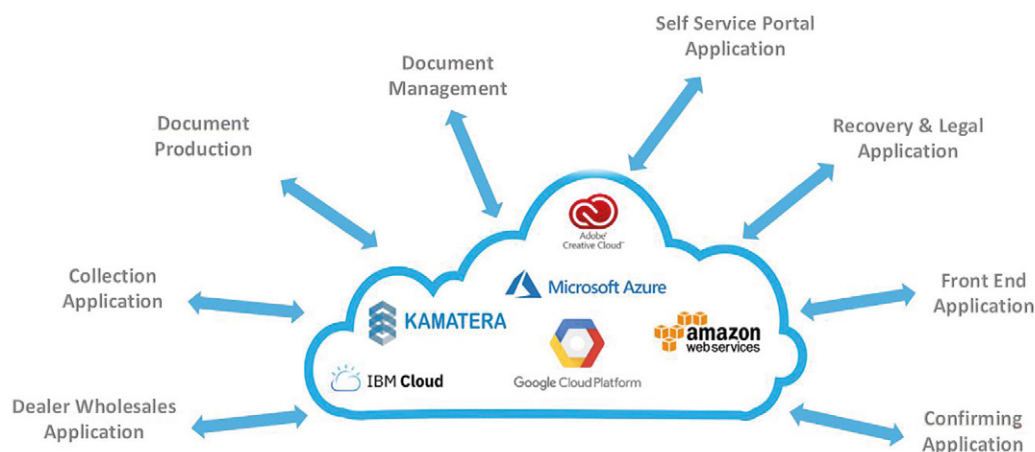
- ▶ **velocizzare i processi autorizzativi;**
- ▶ **integrare i canali di contatto con la Clientela velocizzandone la comunicazione.**

Per il processo di recupero del credito descritto precedentemente è stata sviluppata una soluzione che **notifica al Cliente una richiesta di saldo** del debito in essere attraverso la **predisposizione di un piano di rientro in comode rate**.

Il Cliente, **utilizzando il link ricevuto tramite la propria applicazione di instant messaging** (Whatsapp, Telegram, SMS), potrà **saldare la posizione debitoria attraverso il pagamento con la carta di credito o con altri metodi di pagamento**.

Cloud Un'altra **trasformazione che TREBI sta attuando** è quella di **offrire i propri prodotti WEB e APP anche su CLOUD** oltre che nel proprio data center o quello dei loro Clienti.

Tutti i nuovi prodotti sono sviluppati in **modalità CLOUD native** ed erogabili **come servizi a sé stanti e scalabili**.



Cloud

TREBI ha investito e continua ad investire costantemente sui propri **applicativi per renderli sempre più digital** e facilmente fruibili ai Clienti finali, con la consapevolezza che solo **attraverso la digitalizzazione di tutti i processi** aziendali si persegue la loro **ottimizzazione ed il relativo efficientamento, migliorando il controllo degli stessi e soprattutto la Customer Experience e Satisfaction del Cliente.**

Uno dei prossimi focus sarà la possibilità di **introdurre soluzioni** basate su **realtà virtuale, soluzioni che possano aiutare a migliorare l'esperienza sui prodotti offerti e connetterli al meglio con l'azienda fornitrice.**

TREBI sarà Main Sponsor presente all'evento del Salone del Leasing, che si terrà a Milano il 26 e 27 ottobre 2022, evento fruibile in forma ibrida, presenza in sala o modalità Live streaming. <



TREBI Generalconsult
Full Service Software

IL LEASING SEMPRE CON TE



ALBA LEASING, BUSINESS DIGITALE

Con il nuovo processo digitale i clienti di Alba Leasing possono accedere al leasing per beni strumentali e targati tramite firma digitale e lo scambio elettronico di documenti.

Inoltre i contratti sono sempre disponibili nell'Area Riservata sul sito di Alba Leasing, la piattaforma online dedicata alla clientela dove è possibile gestire in maniera autonoma 24 ore su 24 i servizi postvendita, richiedere offerte non vincolanti e ricevere in ogni momento il supporto del tuo specialista leasing.

I vantaggi per te:

- Tempi rapidi di approvazione
- Documentazione integrale elettronica
- Operazioni postvendita online in Area Riservata Clienti

 800.180.989
lun-ven 8.30-19

alba
leasing

Azienda Castellani: la storia di successo continua...



azienda Castellani.it srl, è leader a livello nazionale nella produzione e vendita di arredamento da industria, negozio ed ufficio.

L'azienda ha una storicità di oltre 60 anni e nel corso della sua vita ha sempre cercato di crescere, aumentando il proprio giro d'affari ed investendo in innovazione tecnologica, sia nel comparto produttivo, offrendo sempre più un prodotto di qualità ed ecosostenibile, che nei canali vendita tramite l'implemento di piattaforme e-commerce proprietarie all'attivo: www.castellanishop.it e <https://situer.it>.

Il canale di vendita principale dell'azienda è l'e-commerce che ha permesso a Castellani.it di essere premiata al primo posto tra "Le stelle dell'e-commerce 2021-2022", classifica redatta da *Corriere della Sera*.

Inoltre è stata inclusa nella lista tra i "Leader della Crescita 2022" stilata da *Il Sole-24Ore*. CastellaniSHOP è stata premiata anche nella top 5 tra gli e-commerce specializzati del settore "Forniture Industriali" a livello europeo.

Lo afferma l'autorevole classifica dei migliori e-commerce 2021-2022 redatta dall'Istituto Tedesco di Qualità e Finanza

L'ampio catalogo di prodotti offerti in vendita è rivolto principalmente ad una clientela B2B quali aziende, liberi professionisti e detentori di partita IVA.

La nascita e lo sviluppo dello spin-off situér milano orientato alla produzione di oggetti di design hanno permesso l'apertura del mercato a soggetti professionisti del settore quali architetti, interior designer e a vari Brand che hanno richiesto prodotti e allestimenti nel settore moda, eventi e pubblicità.

La continua evoluzione dei canali di vendita dell'azienda, che con il brand di design situér milano si è aperta anche al noleggio degli arredi, guidano l'azienda anche verso un altro grande obiettivo: la sostenibilità. Infatti l'attenzione all'estetica ed al design, la collaborazione con Università e Poli tecnologici e l'analisi di ogni processo aziendale hanno permesso all'azienda di raggiungere



importanti traguardi in termini di processi produttivi sostenibili, ma anche di attenzione all'ambiente per i packaging ed il sistema di economia circolare che sta cercando di implementare sempre più.

In questo modo la Castellani.it srl guarda al futuro abbracciando però la tradizione e l'artigianalità che sono i valori fondamentali che l'hanno guidata fino ad oggi.

L'azienda investe continuamente in ricerca e sviluppo e nel recente passato è arrivata a

brevettare un nuovo sistema di curvatura sul metallo diventata chiave di design per il brand dell'azienda situér milano.

Un ulteriore ed importante investimento in corso è la realizzazione del nuovo headquarter, che permetterà di portare innovazione nei processi produttivi e di vendita grazie ad un edificio che è stato progettato studiando un nuovo metodo ingegneristico per la realizzazione di una struttura portante leggera ed innovativa. <



CHRISTIAN DOMINICI



CREDITI IVA

FINANZA
D'IMPRESA

Assistiamo Start Up innovative
nella cessione dei crediti Iva e nell'accesso al credito.

Siamo specialisti nella nuova finanza
in operazioni di concordato in continuità.

www.christiandominici.it

Christian Dominici SpA - Via San Vittore 7 - 20123 Milano   

OAM 484

Quando il fintech favorisce la raccolta e premia i risparmiatori

Banca Progetto utilizza l'approccio fintech anche per il prodotto dedicato alla raccolta: l'intervista ad Alessandro Gentili, Responsabile della Tesoreria

Banca Progetto è una realtà indipendente che presenta una struttura di raccolta della liquidità innovativa, nel contesto italiano: ci spieghi come funziona?

La Banca ha sviluppato in questi anni un modello particolarmente flessibile, dettato dalla necessità di supportare in modo dinamico la crescita dei volumi dei finanziamenti alle imprese e ai privati. La nostra funzione è chiamata a gestire il funding aderendo agli obiettivi di sviluppo del business ed in continuità con gli strumenti disponibili anche a livello governativo e comunitario. La principale fonte di raccolta della Banca è rappresentata dalla clientela retail ma siamo attivi anche nei comparti corporate e wholesale. Sul mercato

retail italiano offriamo prodotti di deposito in forma diretta attraverso la nostra piattaforma digitale, mentre sul mercato estero operiamo attraverso un primario player europeo che ci permette di raggiungere e servire clienti in Germania, Spagna ed Olanda. I principi guida che accomunano i due modelli sono la rapidità di esecuzione e la semplicità nell'esperienza cliente.

Conto Progetto è il prodotto con il quale vi proponete al mercato retail...

Conto Progetto è nato nel 2016 come strumento di raccolta ed è stato sviluppato nel corso degli anni attraverso continui miglioramenti dal punto di vista tecnologico e della user



Alessandro Gentili

experience. Gli effetti di tali investimenti, associati ad un'offerta al cliente particolarmente vantaggiosa in termini di tassi di interesse, ha portato ad un forte incremento a partire dalla fine del 2018 sia del numero di clienti che dell'ammontare raccolto. Siamo passati da circa 10.000 clienti di fine 2018 agli attuali 100.000, con uno stock di raccolta nel segmento retail passata da € 360 mln di fine 2018 agli attuali € 3,5 miliardi.

A prescindere dal Paese in cui la Banca opera, la nostra clientela ha a disposizione una piattaforma tecnologicamente evoluta completamente digitale. In meno di quattro anni la crescita è stata incredibile, siamo davvero orgogliosi di aver risposto in modo

così soddisfacente sia alle esigenze del business, permettendo di supportare l'importante crescita in termini di volumi erogati, sia alle esigenze della clientela a cui sono riservati tassi di interesse particolarmente vantaggiosi. Le nostre offerte commerciali sono sempre tra le migliori presenti sul mercato.

Come si spiega il successo di Conto Progetto in Italia?

Il conto deposito di Banca Progetto in Italia è in effetti uno dei prodotti maggiormente apprezzati dai clienti. È certo che tassi particolarmente vantaggiosi, associati ad un processo di apertura del conto particolarmente agevole e veloce, assenza di spese ed imposta di bollo a carico della Banca, hanno giocato un ruolo importante nel successo del prodotto; mi preme però sottolineare che la remunerazione è solo uno degli elementi-chiave. Per spiegare il successo di Conto Progetto Italia, oltre alle caratteristiche già evidenziate, va sottolineato come Conto Progetto Italia sia stato studiato per garantire la massima libertà di utilizzo: l'importo depositato è disponibile dopo 32 giorni dalla richiesta di prelievo.

Qual è il futuro di Conto Progetto Italia?

In Banca Progetto la centralità del cliente ci porta a studiare soluzioni innovative in termini di prodotto e di processo, in linea con l'anima tecnologica che contraddistingue il nostro Istituto. Abbiamo lanciato nel corso del 2022, per gli attuali titolari di Conto Progetto Italia, la possibilità di aprire un conto corrente con associati servizi di pagamento e la possibilità di poter usufruire di tassi di interesse

ancora più vantaggiosi tramite l'apertura di depositi vincolati, con durata fino a cinque anni. Inoltre ci stiamo strutturando per offrire ulteriori prodotti ai clienti Corporate, sempre con la semplicità di accesso e utilizzo che ci contraddistingue.

Insomma Banca Progetto si conferma una banca in continua espansione.

La strategia di Banca Progetto, una delle realtà più in crescita nel panorama bancario europeo, è di proseguire costantemente nell'ampliamento dei propri servizi per anticipare,

intercettare e soddisfare le esigenze della clientela corporate e retail. Al 30 giugno 2022 la Banca ha raggiunto un totale di impieghi pari a € 5,8 miliardi con nuove erogazioni nel corso del semestre pari a € 1,6 miliardi. I prodotti di deposito rivolti alla clientela retail continueranno a rappresentare anche nel futuro la fonte principale di raccolta. Siamo una realtà innovativa, nativamente digitale, che nasce senza filiali ma in grado di coprire l'intero territorio nazionale, grazie alla rete di agenti e mediatori che supporta il nostro modello di business. <



Il maestro
Andrea Bocelli ritira
il premio ARNo



ConCREDITO
aiuta "ARNo"

come fare?

MODELLO 730

COMUNICA AL TUO COMMERCIALISTA IL CODICE FISCALE ARNo **93005860502**
E FIRMA NELL'APPOSITO RIQUADRO DEL MODELLO UNICO O DEL 730

CUD

COMPILA L'APPOSITO RIQUADRO CON IL CODICE FISCALE ARNo **93005860502** E FIRMA

IBAN

IT 45 H 01030 24800 000001619535

www.arnoneurologia.it

DONA IL TUO

5^x
mille

all'Associazione Ricerca
Neurologica Onlus

UN GESTO CHE
PER TE NON
COSTA NIENTE

**PER NOI HA
UN VALORE
GRANDISSIMO**

Via Scirocco, 53 (zona Cotone-Bicchio) - 55049 Viareggio
Tel. 0584/393444 - Fax 0584/1953006
www.concredito.it



AVService S.p.A.

DRIVEN BY SUCCESS AND EXPERIENCE



Av Service è un hub del progetto DISTRIGO Parts Distribution del gruppo STELLANTIS e distributore ufficiale Hyundai, che collabora con i maggiori player del settore automotive. Da quasi 50 anni, opera su tutto il territorio nazionale per la distribuzione di ricambi originali (OM) e after market (IAM).

www.avservice.it

Massarosa

 Via Giuseppe Duccini, 211
55054 Massarosa (LU)

 +39 0584 1668448

 ordini@avservice.it

Perugia

 Via Piermarini, 13
06132 Perugia

 +39 0759 940040

 magazzino.perugia@avservice.it

Alba Leasing tra i leader della sostenibilità 2022

Transizione ecologica e cambiamento sostenibile al centro del modello di business di Alba: al via la campagna per l'installazione di pannelli solari fotovoltaici sugli immobili industriali delle imprese clienti in adesione al progetto "Green Lease" di Assilea



ingresso tra i leader della sostenibilità in Italia, l'adesione alla campagna Green Lease di Assilea e la spinta alla mobilità sostenibile.

In un contesto in cui la sostenibilità si intreccia sempre di più con i modelli di business diventando paradigma di un nuovo sistema economico, Alba Leasing prosegue il proprio impegno in ambito ESG ponendosi come attore e partner per il cambiamento sostenibile e lo sviluppo socio-economico nazionale.

Un riconoscimento in tal senso arriva dalla classifica delle aziende "Leader della sostenibilità 2022" pubblicata per il secondo anno consecutivo dal *Sole 24 Ore*, in collaborazione con la società di analisi Statista, dove la Società di leasing con sede a Milano è stata inserita per la prima volta tra le 200 aziende che si



sono distinte per aver rendicontato nel modo più efficace, completo e trasparente i loro progressi sulle tematiche ESG. L'analisi ha valutato circa 1.500 aziende potenzialmente rilevanti e le autocandidature, andando ad analizzare i loro Bilanci di Sostenibilità, i loro Report Integrati e le loro Dichiarazioni non Finanziarie sulla base di una quarantina di parametri che descrivono le tre dimensioni della sostenibilità: ambientale, sociale ed economica.



Nadia Marzocchi

«Questo riconoscimento è motivo di orgoglio per Alba che da alcuni anni è molto attenta a questi temi», spiega **Nadia Marzocchi**, responsabile della U.O. Affari Societari, Reclami, Comunicazione e Sostenibilità. «Nel 2019 abbiamo scelto di redigere su base volontaria la nostra prima Dichiarazione Non Finanziaria nella quale sono state esposte e riassunte le azioni orientate alla sostenibilità. La scelta di rendicontare i dati non finanziari, in assenza di obblighi normativi, rappresenta l'impegno e la volontà della Società di armonizzare gli aspetti di sostenibilità nei processi organizzativi e decisionali, supportare il posizionamento di mercato e la percezione aziendale degli stakeholder e la cultura interna agevolando

il cambiamento del modello di business, con l'identificazione di soluzioni e servizi innovativi».

Campagna fotovoltaico Salvaguardia del territorio e del paesaggio, riduzione delle emissioni in atmosfera e dell'impatto ambientale, abbattimento dei costi di energia sono gli obiettivi di una nuova iniziativa commerciale che Alba Leasing ha lanciato sposando in toto il progetto Green Lease di Assilea.

Il mondo del leasing è il più rilevante proprietario di immobili del Paese, almeno 30.000 complessi industriali potenzialmente idonei alla installazione di impianti solari fotovoltaici e termici non subordinati all'acquisizione di permessi, autorizzazioni o atti amministrativi di assenso.

Alba Leasing ha sviluppato in esclusiva una convenzione con primari operatori del settore energetico in grado di proporre alle aziende clienti la soluzione tecnologica più adeguata per la produzione di energia da fonti rinnovabili conciliando la crescente necessità di risparmio di costi energetici con la completa sostenibilità ambientale.

«Siamo in sintonia con gli obiettivi di mitigazione del cambiamento climatico e di riduzione delle emissioni definiti a livello internazionale e intendiamo perseguire percorsi di miglioramento diretti e indiretti, anche di selezione della migliore soluzione disponibile, gestione ambientale dei beni e degli immobili reimpossessati, favorendo la sensibilizzazione e l'accompagnamento del cliente verso soluzioni a minor impatto», prosegue Nadia

Marzocchini. «È anche con iniziative di questo tenore, quindi, che intendiamo attuare la nostra parte per migliorare sostenibilità e competitività del sistema industriale italiano, attraverso appunto l'adozione delle migliori soluzioni disponibili con la collaborazione e la professionalità delle nostre persone e dei nostri partner».

Mobilità sostenibile Nel settore bancario cresce l'impegno per trasformare la mobilità dei propri dipendenti e renderla sempre più sostenibile. Un impegno che anche Alba ha fatto proprio.

Dall'ultima rilevazione BusinEsSG che ABI dedica all'integrazione nelle attività bancarie delle dimensioni ambientale, sociale e di gestione d'impresa (acronimo ESG dall'inglese Environmental, Social and Governance) è emersa la forte volontà del comparto bancario di voler giocare un ruolo attivo nella riduzione della propria impronta carbonica attraverso la promozione e il rafforzamento di iniziative volte a limitare l'impatto sull'ambiente degli spostamenti verso i luoghi di lavoro dei propri dipendenti.

Anche Alba Leasing, comprendendo la rilevanza sempre maggiore della tematica, si è impegnata al proprio interno nel raggiungimento di questi obiettivi. Un impegno che si è concretizzato grazie al lavoro agile da una parte e all'erogazione gratuita, per la sede di Milano, di abbonamenti annuali urbani per i mezzi di trasporto locale dall'altra. In particolare, grazie a questa seconda iniziativa, gli abbonamenti attualmente attivi sono pari al 42% dei dipendenti della sede di

Milano, dato in crescita rispetto al 2019. «Quello che Alba sta facendo deve quindi essere un punto di partenza per migliorare e implementare nuove azioni. La base per tutto questo non potrà che essere la diffusione di una cultura della mobilità sostenibile, per sensibilizzare e coinvolgere ulteriormente tutti i dipendenti di Alba Leasing al fine di rendere il proprio stile di vita più sostenibile». L'ultimo numero della newsletter interna "ESG Informa" è uscito il 22 settembre scorso in occasione della Giornata Mondiale senza Auto avendo come tema proprio la mobilità sostenibile.

«La nostra newsletter è uno spazio dedicato interamente alla sostenibilità, in cui ogni mese approfondiamo una diversa tematica legata al mondo ESG con l'intento di stimolare interesse, consapevolezza, senso di comunità e appartenenza in ognuno di noi e all'interno della nostra società», conclude Nadia Marzocchini. «Con "ESG Informa" seguiamo il calendario delle Giornate Internazionali promosse dalle Nazioni Unite, dall'Unione Europea e da altre istituzioni perché crediamo che tali giornate possano rappresentare un'occasione per informarci su questioni importanti che riguardano la nostra vita, nonché per celebrare e rafforzare i successi dell'umanità. Ogni mese la nostra community riceve quindi una newsletter dedicata ad una giornata internazionale che riteniamo affronti temi che impattano sulla nostra mission al servizio delle imprese e sul nostro lavoro quotidiano, pensando alla costruzione di un futuro migliore per noi e per le generazioni future». <



Cogli l'interesse

CONTO PROGETTO

1,75%

TASSO FINO AL 31/12/22 - PER NUOVI CLIENTI

BOLLO
PAGATO
PER IL 2022
E 2023

Pubblicità. Condizioni economiche e contrattuali su bancaprogetto.it. Per nuovi clienti. Tasso in promo 1,75% fino al 31/12/22 per chi apre il conto entro il 31/10/2022, dopo 1,50% fino a 31/12/23. Bollo a carico della banca fino a tutto il 2023.

 **BANCA
PROGETTO**

Profondità di analisi e coraggio nell'agire



Per introdurre la mia riflessione ho pensato ad una recente affermazione di Mario Draghi. Per constatazione diretta, molte piccole e medie imprese, ancor prima della “emer-

genza energetica”, presentavano significative criticità; non erano riuscite ad introdurre con tempestiva sensibilità e rigorosa continuità un processo gestionale distintivo per **profondità di analisi e coraggio nell'agire**.

Difficoltà improvvisa e rilevante dovuta alla rapida mutazione dei mercati? Certamente vero ma anche “imperdonabile ritardo nel metabolizzare i concreti segnali dei mercati in forte cambiamento e di un agire conseguente”. Molti capi azienda osservano: prima la crisi del 2008, poi la pandemia del 2020, ora la guerra tra Ucraina e Russia... un'autentica “battaglia giornaliera”, quella del fare impresa. Tutto molto giusto e reale, ma proprio per questo avere capacità di cambiare tempestivamente (nota bene: dopo analisi profonda e capacità di leggere i numeri che sono sempre specchio delle nostre azioni) e con coraggio, è una qualità importante.

Abbiamo tutti consapevolezza che mai come in questo complesso “mondo nuovo” fare impresa richieda Alte Competenze e Coraggio; abbiamo più volte evidenziato che saper cambiare celermente e comunque senza indugio quando necessita è indispensabile.

Quali gli obiettivi da programmare?

- ▶ un'aggiornata offerta di prodotti o servizi (previo approfondito studio dei mercati di riferimento);
- ▶ un'organizzazione semplice e comunque efficace e funzionale al ritorno di positive performance;
- ▶ un costante impegno/sforzo per cambiare scala di grandezza ed avere risorse da investire in nuova tecnologia e validissime risorse umane, per poter rimanere in partita anche con player giganti.

È però molto importante, quando si concepisce una strategia, scandirne bene l'interpretazione individuando sia la sua sostenibilità sia gli interpreti più adeguati. Ogni progetto va studiato e calato anche sulle capacità, abilità, competenze, livello di coinvolgimento e condivisione del personale che dovrà realizzarlo. **Non ha dunque senso elaborare grandi progetti a**



prescindere dalla squadra di cui si dispone. La scala di grandezza andrà modificata o per proprio sviluppo diretto o per fusioni/partnership/aggregazioni, non con finalità difensiva ma per concreta messa a valore ed armonizzazione di importanti differenze. **Per questo saper guardare la realtà con trasparenza e senza filtri di comodo è un metodo a valore aggiunto.** È importante avere sempre ben presente il saggio principio che da soli si va più veloci ma assieme si va più lontano.

Niente è più programmabile a lungo tempo con ragionevole certezza. Occorrono verifiche periodiche e ravvicinate per saper rispondere con prontezza anche all'inatteso. Ci ricordiamo il "metodo agile" di cui abbiamo già trattato (vedi *Leasing Magazine* n.2/2021)? È strumento/metodo indispensabile.

L'attualità ci presenta quello che potremmo definire un **"ossimoro"...** la possibilità di **programmare soltanto il breve termine senza rinunciare alla visione del medio lungo.** Un

compito professionalmente stimolante ma la cui soluzione è indubbiamente complessa. Come raggiungere gli obiettivi? Per un concreto percorso che generi qualità e possibilità di successo per l'impresa è a mio avviso utile darci alcune linee guida:

- ▶ la responsabilità di competenze mai obsolete;
- ▶ l'entusiasmo per mantenere alta la curiosità ed il coraggio per trasformarsi/innovare;
- ▶ lo sforzo continuo di immaginare il futuro;
- ▶ la sfida come impegno quotidiano;
- ▶ un agire mai improvvisato ma sempre correlato a profondità di analisi;
- ▶ promuovere e saper formare e gestire con sensibilità e convinzione il gruppo delle risorse umane secondo il principio della convivialità delle differenze;
- ▶ fare uso della "leadership gentile" per far sì che i collaboratori esprimano le proprie passioni ed il proprio talento spingendoli a considerare propria l'azienda e sentirsi loro stessi imprenditori e non più dipendenti ("dal

dipendere all'intraprendere" di cui abbiamo già parlato in precedenti riflessioni – vedi *Leasing Magazine* n.6/2022); entusiasmo, equilibrio, armonia, motivazione al top affinché ognuno accetti e sappia fare fino in fondo la propria parte;

- ▶ considerare il territorio che custodisce il processo produttivo un formidabile contenitore capace di generare sinergie creative dirette alla produzione di competitività e diffusione di valore aggiunto per tutti gli stakeholder;

- ▶ lavorare con forza ad una maggiore ed efficace partnership tra imprese ed istituzioni pubbliche che governano il territorio; favorire la celere realizzazione degli investimenti necessari allo sviluppo dell'impresa e quindi assecondare una positiva dinamica di qualificata occupazione, da intendere non soltanto come capacità di salario/stipendio ma, soprattutto per i giovani, capacità di modulare una professione, sviluppare reputazione ed aver fiducia nell'inseguire i propri sogni;

- ▶ valutare senza paura, ma sempre con l'ausilio delle necessarie competenze, progetti

di aggregazione tra imprese orientati all'allargamento di produzione e/o servizi o alla creazione di importanti reti di imprese/catene di valore.

L'impresa è come un ristorante dove il livello estetico e qualitativo di un piatto del menu sarà diverso in ragione della ricetta, della materia prima accuratamente scelta, del personale a disposizione per realizzarlo e soprattutto della fantasia e maestria dello chef che prima lo ha ideato, poi ne ha coordinato sapientemente la realizzazione, ed infine lo ha presentato/servito al cliente.

«Per avere successo... studia molto, lavora sodo, non mollare mai e soprattutto coltiva una magnifica ossessione» (Walt Disney).

«Go to bed with a dream. Wake up with a purpose» (*Jacob Cohen jeans*).

Massimo Bacci
massimo.bacci53@gmail.com





TOSCOSERVICE

Logistica & Servizi Integrati

TOSCOSERVICE

DA SEMPRE QUALITÀ E AFFIDABILITÀ DEI SERVIZI E VALORE AI RAPPORTI SOCIALI

2002-2022: TOSCOSERVICE festeggia l'importante traguardo dei 20 anni di attività

LOGISTICA

Esperienza, affidabilità,
puntualità



TRASPORTI

Una grande esperienza
per la tua organizzazione



FACILITY

Professionisti al servizio
della tua azienda



Via G. Del Guerra 27
56025 Pontedera (PI)

Tel. / Fax: 0587 291055
E-Mail: info@tosco-service.it

www.tosco-service.it

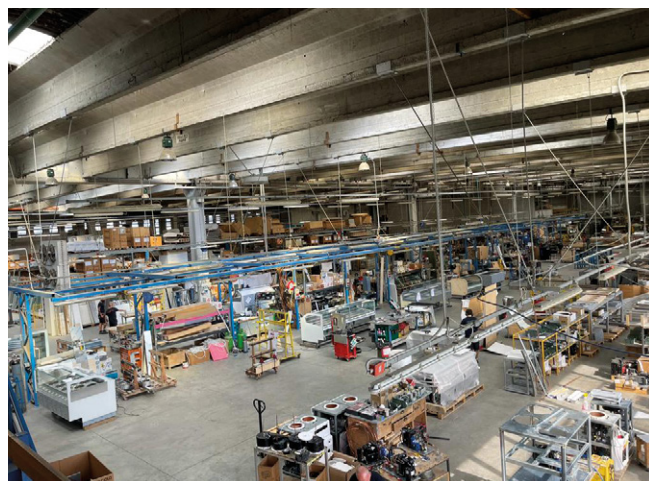
Gelostandard e Gelolab: il futuro del gelato è già qui



In un viaggio intorno al mondo all'insegna di gelato e dolci, cosa unisce la catena Coccolini, presente in almeno 20 dei migliori casinò di Las Vegas, alla Rosso Arancio in Russia del maestro gelatiere Vincenzo Baldassarre, passando dalla spagnola Martonela (il maggiore franchising iberico del settore con un progetto di grande espansione per i prossimi anni), dalla danese Rajissimo e dalla olandese Hema? La risposta si chiama Gelostandard e Gelolab, i marchi di un'azienda storica apuoversiliese che vanta un'esperienza di oltre cinquant'anni nel settore della produzione di vetrine professionali per gelaterie e pasticcerie.

L'avventura è iniziata negli anni Settanta del secolo scorso con il marchio FB De Ranieri in via di Montramito a Viareggio su iniziativa dei fratelli Fabio e Claudio Pernici, per poi spostarsi nella zona industriale di Massa una ventina di anni fa dove si trova tuttora la sede produttiva e commerciale, mentre quella legale è a Pisa e un'altra sede commerciale è a Montreal in Canada. Amministratore delegato è Tommaso Pernici, figlio di Fabio, mentre la parte commerciale è seguita da Paolo Mosti. Oggi è un'azienda di medie dimensioni, con circa 50

dipendenti e con un fatturato che si aggira sui 9 milioni di euro, ma che ha saputo ritagliarsi uno spazio di nicchia offrendo prodotti di alta gamma, una vera e propria eccellenza del *Made in Italy*, tanto più in un settore identificato in tutto il mondo con la tradizione del nostro Paese quale è l'arte della gelateria artigianale. «Siamo specializzati nella realizzazione di vetrine professionali» spiegano i dirigenti della Gelostandard. «In pratica, quando si entra in una gelateria o una pasticceria, tutto quello che è necessario per la vendita. La nostra filosofia produttiva è fondata sulla comprensione delle esigenze reali dei clienti, con l'obiettivo di offrire al mercato la migliore esperienza da ogni punto di vista. Design, tecnologia innovativa, qualità, assistenza e personalizzazione sono le parole chiave che contraddistinguono le nostre realizzazioni. La nostra *mission* è quella di essere il punto di riferimento dell'eccellenza della tecnologia del freddo: l'azienda più innovativa che propone i migliori prodotti e offre i migliori servizi. La nostra promessa è quella di riuscirci grazie al nostro entusiasmo, alla passione per l'eccellenza e all'utilizzo delle migliori tecnologie esaltate dalla ricerca del bello in tutto ciò che facciamo».



Stabilimenti Gelostandard

Il risultato è che Gelostandard produce una gamma completa di prodotti (circa una quarantina) estremamente evoluti, frutto di una lunga esperienza che ha come sintesi tecnologia e qualità. «Ogni vetrina professionale racchiude una tecnologia che garantisce elevate performance» proseguono i dirigenti. «Inoltre ogni componente utilizzato è soggetto ad accurati controlli che ne garantiscono affidabilità assoluta, come pure ogni materiale impiegato viene selezionato con cura per garantire durata nel tempo. Infine, ogni collaudo è severo ed effettuato da personale altamente qualificato. Per tutto questo» sottolineano con orgoglio «Gelostandard è garanzia di qualità, oltre che sinonimo di tecnologia avanzata del freddo. Grazie all'equilibrio sapiente fra innovazione e artigianalità, mettiamo tecnologia e qualità al servizio di gelatieri, pasticceri e arredatori realizzando soluzioni studiate per soddisfare ogni esigenza. Forti della nostra lunga esperienza nel mondo dell'arredo e delle vetrine professionali, possiamo offrire un servizio a 360°, dall'assistenza alla progettazione alla

realizzazione di prodotti industrializzati personalizzabili. Di fatto affianchiamo il cliente, gelatiere o pasticciere, dalla fase di progettazione fino alla consegna del prodotto chiavi in mano, su misura e pronto all'uso. Non solo: produciamo soluzioni d'arredo e arredamenti per locali ed esercizi commerciali come hotel, ristoranti e caffè, con un risultato finale originale ed esclusivo».

Dall'esperienza di Gelostandard è nata la Gelolab, il laboratorio tecnico di progettazione di prodotti innovativi, con il quale «abbiamo rotto gli schemi progettuali consueti lanciando lo ShowLab, un macchinario rivoluzionario brevettato quattro anni fa che consente di produrre, conservare e servire il gelato, estraendo il cestello per esporre il prodotto in vetrina». Questo fiore all'occhiello dell'azienda è un "mantecatore a vista", ovvero un macchinario unico al mondo che produce ed espone gelato sotto gli occhi del cliente: si chiede un gusto, il gelataio inserisce gli ingredienti necessari e nel giro di una decina di minuti si riceve quanto voluto dopo aver seguito a vista il processo

di mantecazione del prodotto. Insomma, un gelato espresso. «Dal punto di vista tecnico la vera innovazione è la praticità di estrazione del gelato dalla macchina» spiega l'azienda. «Con pochi e semplici passaggi lo si può trasferire in una vetrina refrigerata. In più, guarnire e variegare il cestello del gelato diventa un vero spettacolo, tutto da ammirare e gustare. Questo è stato possibile grazie appunto al reparto che fa ricerca e che ci rende un vero e proprio laboratorio di idee. Non a caso il nostro top di gamma sono le vetrine con tecnologie particolari. Il futuro del gelato è già qui e si basa su pilastri quali efficienza, qualità e design».

L'azienda apuoversiliese opera in tutto il mondo e rifornisce varie catene di gelaterie un po' ovunque, in particolare il Nord Europa. E il mercato americano? «È in crescita» spiegano i responsabili di Gelostandard «e ci sta dando soddisfazioni. Negli Usa e in Canada sono abituati a un gelato più ricco, molto diverso dal nostro, ma da qualche tempo stanno iniziando a scoprire anche quello artigianale e quindi ci stiamo ricavando un nostro spazio». Intanto una bella soddisfazione è arrivata addirittura dagli antipodi: nel 2018 il sistema ShowLab, presentato alla fiera Fine Food Australia a Melbourne, evento dedicato alle eccellenze del mondo food e dell'ospitalità, ha vinto l'FCSI Best New Hospitality Equipment. «Si è trattato di una conferma che siamo sulla strada giusta» spiega l'azienda. «Puntare all'eccellenza, unire la tecnologia all'arte del gelato e alla maestria degli artigiani è la chiave vincente per rivoluzionare il mercato del gelato e affrontare le sfide del futuro».



Vetrina Gelostandard realizzata per Cocolini (Las Vegas)

A proposito di futuro: cosa prevedete e come vi state muovendo? «Difficile fare previsioni alla luce dell'attuale congiuntura» rispondono i dirigenti di Gelostandard. «Il nostro settore ha sofferto a causa della pandemia con tante aziende che hanno chiuso, si stima il 25-30%. Il 2021 è stato un anno ottimo e anche il 2022 era partito bene, poi si è appiattito e ora sta ripartendo lentamente a causa degli effetti della guerra in Ucraina. Comunque ci stiamo preparando a due appuntamenti importanti come il Sigep di Rimini e l'Expo di Milano dove presenteremo gli ultimi modelli di alta gamma».

Gianfranco Poma

Nuovi orizzonti: l'architettura ridisegna il futuro degli studenti

La migrazione degli studenti dalla periferia alla grande città è una costante che da tempo ridisegna l'ecosistema di questi poli opposti all'interno del nostro territorio. La città richiama a sé giovani menti, grazie al miraggio di opportunità lavorative e la periferia accoglie grazie alle comodità dei suoi ritmi. Un fenomeno, in passato vissuto con maggior leggerezza, un rito di passaggio obbligatorio ma passeggero. Una realtà che favoriva fenomeni di spostamento *mordi e fuggi* dalla periferia alla città. Oggigiorno il trend è in inversione costante grazie ad una serie di fattori che favoriscono il **trasferimento stabile nel territorio universitario**.

Elementi svantaggiosi per lo *“studente nomade”*, come l'aumento del prezzo dei mezzi di trasporto e l'aumento delle rette universitarie ed elementi vantaggiosi per lo *“studente sedentario”*, come l'incremento della presenza di corsi di alta formazione full time over 26 e corsi di specializzazione ibridi che facilitano l'inserimento diretto in città tramite la formula scuola-lavoro. L'aumento delle attività culturali dedicate ai giovani sul territorio metropolitano e le numerose opportunità di tirocinio per i più giovani promosse dalle aziende leader del territorio. Anche **l'ecosistema architettonico della città gioca un ruolo sempre più attivo nell'attrarre e trattenere i più giovani**: un'integrazione attiva del verde in città per una città più a misura d'uomo e l'integrazione dei poli universitari all'interno del territorio urbano attraverso la creazione di spazi abitabili dedicati esclusivamente agli studenti. Sono i fenomeni della *gentrification urbana* e la nascita degli studentati. I protagonisti? Studenti universitari fuori sede che decidono di investire economicamente nella loro formazione a 360°. Investimenti che tenderanno a crescere anche sul mercato italiano, ricorda **l'architetto Giuliano Azzinari**, Fondatore di Global Planning Architecture:

“Il mercato del real estate e dell'architettura puntano molto sullo sviluppo dei nuovi formati abitativi dedicati ai giovani. La competitività fra quartieri e città si giocherà sulla progettazione di modelli sempre più innovativi e ricchi di comfort”.

L'università come trasformatore urbano

Oggi città e periferia sono in continua trasformazione. La globalizzazione e la centricazione urbana, accrescono lo spostamento in massa di persone verso i centri più abitati. **Le università**, in questo contesto, **giocano il ruolo attivo di connettori sociali** incrementando le possibilità di sviluppo economico delle città a livello di innovazione e cambiamento. Lo stesso gioco avviene tra metropoli rivali che giocano ad una gara al miglioramento costante grazie all'alleanza con le università che ogni anno sfornano i nuovi leader del futuro. L'obiettivo è il miglioramento di entrambi i giocatori, attraverso la creazione di un piano strategico condiviso: implementazione degli eventi culturali, dei piani formativi universitari, incremento dell'agevolazione urbana. L'esempio lampante di cooperazione sul territorio tra città e università è *l'housing*.

Che cos'è l'Housing e quali benefici apporta al territorio

L'Housing è il futuro di un fenomeno antico, nato dalla costruzione da parte di enti formativi privati o religiosi di realtà abitative dedicate agli studenti. È **l'evoluzione dello studentato**: supera il concetto di progetto standard e mira a creare nuovi spazi che vivono in simbiosi con la città. Anche le residenze universitarie infatti fanno parte della maglia territoriale e partecipano allo sviluppo della società. La loro nascita incentiva la costruzione di musei, ristoranti, negozi, case ed uffici. Il “dormitorio” per studenti impersonale e freddo sito in contesti architettonici periferici è scardinato e sostituito da elementi abitativi che apportano valore economico e culturale al territorio. Dopo il periodo di pandemia le modalità di fruizione della casa sono cambiate, per i lavoratori ma anche per gli studenti che hanno ritrovato un nuovo modello di autonomia e collaborazione grazie alle lezioni da remoto e spazi di coworking. Lo studentato del futuro è luogo di condivisione e collaborazione tra persona ed ambiente. Le **nuove tendenze dello Student Housing** si sviluppano, infatti, attorno all'offerta di spazi e servizi comuni, **ispirati alla condivisione e alla collaborazione** tra chi li vive. **Immobili che creano esperienze** per chi è vicino e chi è lontano grazie a spazi dedicati al

remote working ed aree divertimento. Luoghi ibridi dove lo studio autonomo, la progettazione condivisa, e l'ampliamento del proprio network di conoscenze e relazioni non può essere separato dall'esperienza di vita urbana. **Lo student housing** ripensato come innovativa struttura accademica **ridefinisce il rapporto complessivo tra università e città** e sono già numerose le sperimentazioni a livello internazionale e nazionale. Tra campus disegnati sulla base di unità modulari, sale ricreative ed impianti sportivi con campo da calcio, piscine e campi da tennis su prato si aggiungono aree dedicate alla lunch break con zone barbecue e persino giardini zen.

Un concept che si espande fino al format di *student hotel*: un concetto di ospitalità ibrida e veloce che offre agli studenti la possibilità di godere di camere confortevoli per lunghi periodi arricchite da tutti i comfort di una casa hotel: zona living, info point, lavanderia, sale meeting. Un concetto del vivere giovane che dà la possibilità di combinare la comodità e la privacy di un alloggio privato al senso di community dell'hostel metropolitano.

L'architettura come promotrice di innovazione culturale

L'architettura gioca il suo gioco all'interno di questo grande progetto di riqualificazione e modellazione dei flussi urbani e il focus primo dell'architettura è lo sviluppo territoriale e culturale. Non da meno, in questo preciso momento storico, è necessario focalizzarsi anche sul benessere delle persone, che per prime vivono il "prodotto" dell'architettura. Sono proprio le persone che infatti sanciscono il successo o il fallimento di una nuova costruzione metropolitana, di un nuovo concept abitativo, dello sviluppo di un quartiere secondo una filosofia piuttosto che un'altra. L'architettura di oggi è sicuramente definibile come la terza alleata chiave in questa partnership tra università e città con l'obiettivo di costruzione di studentati fruibili, utili, facili da vivere e positivi. Ambienti creati in coalizione con le "fabbriche di nuove menti" per garantire e promuovere alla classe leader del domani benessere psicofisico, sociale, culturale, emotivo ed ambientale. Negli ultimi anni anche l'Italia si è mossa verso interventi di adattamento di residenze per universitari in chiave innovativa. L'obiettivo è quello di poter offrire agli studenti un alloggio innovativo che sposti l'asticella da "dormitorio" ad esperienza di studio e di vita a 360°. Format che trasformano lo studentato in agglomerato di unità-appartamento dalle varie dimensioni con l'integrazione tra edificio ed ambiente di spazi dedicati alla vita personale e studentesca: aule magne, sale yoga, palestre, lavan-

derie, ristoranti e supermercati. Anche l'ecosistema urbano circostante diventa ponte tra lo studentato e la città "pubblica" attraverso la creazione di parchi, giardini, orti e percorsi pedonali e ciclabili integrati. La domanda che l'Architettura si pone è: quali complessi residenziali possono formare i cittadini del mondo del futuro? A questa domanda sa rispondere **Global Planning Architecture**, noto studio milanese di architettura che si pone come **punto di riferimento per disegnare progetti all'avanguardia**, adatti a rispondere alle esigenze dei giovani.

“Nella visione dello studio Global Planning Architecture il rapporto dei giovani con l'architettura e con gli spazi di studio e di vita deve essere sempre più incentrato su inclusione, collaborazione e benessere. Il nostro approccio rilancia l'importanza della relazione tra la qualità degli spazi e quella dei processi di apprendimento, tracciando una nuova via per definire il volto della residenza studentesca di domani”

commenta **l'Architetto Giuliano Azzinari**, Fondatore di Global Planning Architecture.





FORMAGGI[®]
della
FAMIGLIA
BUSTI
FAUGLIA PISA ITALIA

www.caseificiobusti.it

i freschi

i Tradizionali

LE DELIZIE

i PISANI

le selezioni

GLI SPECIALI

BIO BUSTI
matturati a fermento

I CRUDI
di Casa Busti

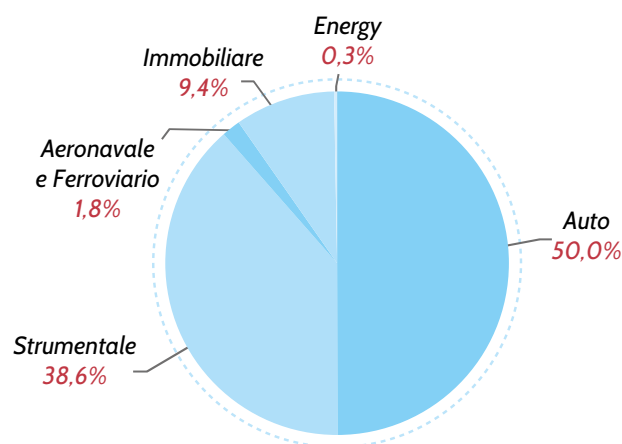
Il punto sul leasing: pubblicati da Assilea i dati relativi ad agosto



Il valore dei contratti stipulati da inizio anno ad agosto 2022 è pari a quasi 20 miliardi di euro, 1'8,7% in più rispetto a quanto osservato per lo stesso periodo nel 2021. Risulta invece in leggera flessione il numero dei nuovi contratti, che si attestano a 410.367 unità, registrando una diminuzione dello 0,8% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. L'importo delle nuove stipule riferite al solo mese di agosto è in calo in rispetto a luglio 2022, ma cresce del 15,8% rispetto ad agosto 2021.

Il 50% del valore di stipulato è rappresentato dal leasing auto che mostra, a fronte di una contrazione sui numeri del -4,8%, una crescita del valore di stipulato del 4,6% rispetto allo stesso periodo del 2021. In particolare continua ad incidere positivamente su questo trend la dinamica del leasing di autovetture (+4,8%), del leasing di veicoli industriali (+3,8%) e del noleggio a lungo termine di veicoli commerciali (+59,3%).

Il leasing strumentale cresce sia in numero (+8,5%) che in valore (+16,1%), con incrementi significativi sia del leasing finanziario che del



leasing operativo. Il comparto immobiliare mostra invece una contrazione (-3,2% in numero e -1,2% in valore), determinata in particolare dalla dinamica del "costruito". Si registra una crescita a due cifre per il leasing aeronavale e ferroviario, molto positiva anche da dinamica del comparto energy.

Prosegue la dinamica positiva dello stipulato leasing strumentale, che registra un incremento del +8,5% in numero e del +16,1% in valore. Nel leasing strumentale finanziario, a fronte di una flessione sui numeri, si registra un incremento del valore di stipulato in tutte le fasce d'importo, ad eccezione di quella con

contratti inferiori a 50 mila euro, che mostra un -5,3%. Positiva, invece, la dinamica del leasing strumentale operativo in tutte le fasce d'importo, con una forte incidenza delle operazioni fino a 25.000 euro di finanziamento.

Il leasing immobiliare vede, con riferimento al numero dei contratti stipulati, una contrazione sia del "costruito" che del "da costruire". In valore, invece, il sotto-comparto degli immobili "da costruire" cresce, segnando un +8,5% rispetto

al 2021. Tale dinamica è da ricondursi al trend della classe d'importo più elevata che, oltre a mostrare l'incremento più rilevante, presenta la maggiore concentrazione di stipulato del comparto.

A fronte della contrazione delle immatricolazioni, crescono i valori finanziati nel comparto auto che riflettono l'incremento registrato per tutti i principali sotto-comparti, ad eccezione dei veicoli commerciali in leasing. <

Stipulato leasing gennaio-agosto 2022

STIPULATO LEASING GENNAIO-AGOSTO 2022	Numero	Valore	Var. % Numero	Var. % Valore
Autovetture in leasing*	42.082	1.945.005	-8,3%	4,8%
Autovetture NLT*	172.041	4.894.602	-6,4%	0,6%
Veicoli commerciali in leasing*	18.278	721.784	-13,4%	-6,2%
Veicoli commerciali NLT*	28.430	837.826	19,8%	59,3%
Veicoli Industriali	14.341	1.572.904	-1,1%	3,8%
AUTO	275.172	9.972.121	-4,8%	4,6%
Strumentale finanziario	70.845	6.769.671	-0,6%	15,1%
Strumentale operativo	61.797	925.968	21,2%	23,6%
STRUMENTALE	132.642	7.695.639	8,5%	16,1%
AERONAVALE E FERROVIARIO	387	352.140	89,7%	51,8%
Immobiliare costruito	1.611	1.029.142	-3,7%	-7,9%
Immobiliare da costruire	404	850.510	-1,2%	8,5%
IMMOBILIARE	2.015	1.879.652	-3,2%	-1,2%
ENERGY	151	58.127	71,6%	6,0%
TOTALE GENERALE	410.367	19.957.679	-0,8%	8,7%

Valori in migliaia di euro. Fonte: Assilea.

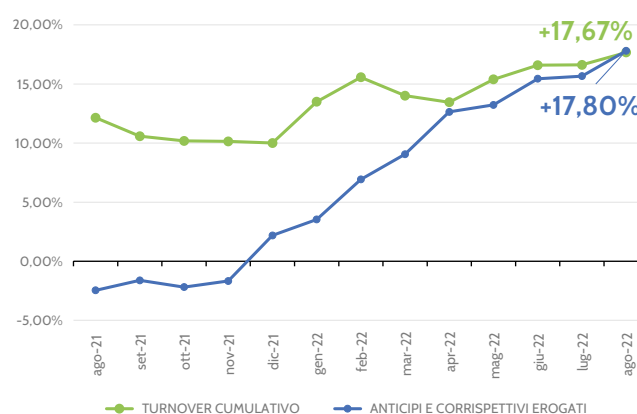
* Fonte: elaborazioni Assilea su dati Centro Studi e Statistiche UNRAE.

Il factoring in cifre: agosto 2022



rediFact, l'Osservatorio credito commerciale e factoring che mensilmente pubblica i principali dati sul mercato del factoring in Italia, ha diffuso i dati preliminari del settore al 31 agosto 2022. Continua la crescita del turnover (il flusso lordo dei crediti ceduti dalla clientela alla società di factoring in un determinato intervallo di tempo), con volumi pari a quasi 180 miliardi di euro dall'inizio dell'anno (+17,67%), rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. <

Trend turnover cumulativo e anticipi
ultimi 13 mesi (Var. % su anno precedente)



Il mercato del factoring: agosto 2022

Dati in migliaia di euro		Quota % sul totale	Var. % rispetto all'anno precedente
Turnover Cumulativo¹	179.937.240		17,67%
Pro solvendo	41.164.547	23%	
Pro soluto	138.772.693	77%	
Outstanding	58.511.468		15,92%
Pro solvendo	16.406.368	28%	
Pro soluto	42.105.100	72%	
Anticipi e corrispettivi pagati	44.327.720		17,80%
¹ di cui Turnover riveniente da operazioni di Supply Chain Finance	17.649.199	10%	

Dati in migliaia di euro e in percentuale. Fonte: dati forniti mensilmente da Associati Assifact.

I dati presentati in questa tabella riflettono una riclassificazione da parte di un associato di talune determinate operazioni al di fuori dell'ambito del reverse factoring, operata anche sui dati passati.



arnèra
cooperativa sociale
www.arnera.org

Progettazione
e gestione di servizi
socio-sanitari
ed educativi

Inclusione
al lavoro
di soggetti
svantaggiati

Per un equilibrio
tra economia e solidarietà



Per una storia del mito di Shelley: la trama De Ambris-Viani nell'estate del 1922

di Umberto Sereni

Prima parte



Con la mostra “Lorenzo Viani e l’invenzione del mito di Shelley” ed una serie di manifestazioni collaterali a Viareggio è stato degnamente ricordato il secondo centenario della scomparsa

del poeta Percy Bysshe Shelley. L’iniziativa di rievocare il poeta inglese è stata assunta dalla locale Amministrazione Comunale che si è avvalsa del braccio operativo della Fondazione del Festival Pucciniano ed ha potuto contare sul consistente contributo della Fondazione Cassa di Risparmio di Lucca.

La mostra è stata allestita con intelligenza creativa dall’architetto Paolo Riani che nelle sale di Palazzo Paolina ha saputo ricostruire il pathos della tragica fine di Shelley, avvenuta al largo della costa viareggina in seguito al naufragio della goletta che, da Livorno, avrebbe dovuto recarlo a Lerici. Il suo corpo, rivenuto sulla spiaggia del Gombo, venne arso con una pira che fu approntata dall’amico Byron. Un quadro, opera del pittore Louis Eduard Fournier, conser-

vato alla Art Gallery di Richmond, ha fornito la raffigurazione ad alta intensità emozionale di quella scena, divenuta un’icona della sensibilità romantica. Ed ancora oggi si dimostra capace di sprigionare forti sensazioni.

Tra le iniziative collaterali da segnalare una mostra del pittore Marco Dolfi che ha fornito una nuova versione dell’immagine del “titano entro virginee forme” con la quale Giosuè Carducci intese definire le sembianze del poeta inglese. Un notevole interesse l’ha sollevato la ripubblicazione del numero unico che Lorenzo Viani nell’agosto del 1922 volle realizzare per testimoniare la sua devozione al culto di Shelley. Trascurato anche dagli studiosi più avvertiti, quel numero unico rappresenta un documento di notevole valore culturale perché fa emergere la consistenza della trama politica che nell’estate del 1922 venne attivata con l’obiettivo di convincere Gabriele D’Annunzio a intervenire nella crisi italiana in alternativa all’avanzante movimento fascista. Regista ed anima della trama il sindacalista Alceste De Ambris, che di D’Annunzio era stato il capo di gabinetto a

Fiume, e che da mesi si adoperava per vincere le incertezze e le indecisioni del poeta. Di certo è sua la sollecitazione a Viani per la realizzazione del numero unico che, saputo interpretare nella sua effettiva essenza, può correttamente essere catalogato come un messaggio criptico-esoterico che ha D'Annunzio come destinatario. Tutto quel foglio è stato concepito con la finalità di esercitare una pressione sul Poeta che è il vero protagonista del numero unico: è sua la poesia *Anniversario Orfico* che quasi per intera occupa la prima pagina, a voler ricordare la sua paternità del culto di Shelley. Ed è a D'Annunzio che si rivolge il testo di Alceste De Ambris che, in nome della fedeltà a Shelley, sollecitava il Poeta a dare esecuzione alla promessa fiumana di «far fiorire il cardo bolscevico in rosa italiana». In linguaggio accessibile a noi: dare alla crisi italiana una soluzione coerente con i postulati della carta del Carnaro, la Costituzione di Fiume fondata sulle più ampie garanzie democratiche e sul ruolo dirigente delle organizzazioni dei lavoratori. Da ricordare che già pochi mesi prima Viani e De Ambris avevano collaborato per realizzare, sempre presso la tipografia pesciatina, la pubblicazione del messaggio *Vogliamo vivere* che D'Annunzio aveva inviato a De Ambris per sostenere la sua candidatura elettorale a Parma.

Una volta conosciuto questo retroscena si comprende meglio perché a Viani, nell'estate del 1922, venisse in mente di far stampare dalla tipografia Benedetti di Pescia quel numero unico shelleyano per il quale il pittore viareggino ad una efficace incisione del volto di Shelley scrisse anche un articolo aspro e puntuto, traboccante di livore polemico nei confronti di quei suoi concittadini che nel

passato si erano distinti nella campagna di denigrazione e di demonizzazione di Shelley. Per Viareggio, allora una modesta comunità di poche migliaia di abitanti, non più paesone, non ancora città ma in procinto di diventarla, Percy Bysshe Shelley aveva agito da amalgama coesivo di due fronti contrapposti, che traevano origine dalle marcate divaricazioni della sua conformazione sociale e si alimentavano per effetto della diffusione di culture avveniriste tipiche dell'epoca della secolarizzazione ed anche della scristianizzazione. L'erezione sulla spiaggia di Viareggio del monumento a Shelley rappresentò un capitolo fondamentale di questo conflitto che avrebbe caratterizzato le vicende di Viareggio per almeno trenta anni. Sicuramente dal settembre 1894, quando il monumento venne inaugurato, fino all'agosto 1922 quando Viani-De Ambris lo celebrarono con il numero unico.

Opera dello scultore Urbano Lucchesi, che aveva raffigurato il poeta inglese in coerenza con l'immagine divulgata da Giosuè Carducci, il monumento si alzava da un parallelepipedo a base quadrata su cui era collocata, nel lato rivolto al mare, l'epigrafe dettata da Giovanni Bovio: *A P.B. Shelley / Cuor dei cuori / L'agosto del MDCCCXXII / Annegato in questo mare / Arso in questo lido / Lungo il quale meditava al Prometeo liberato / Una pagina postrema / In cui ogni generazione avrebbe segnato / La lotta, le lacrime, la redenzione / Sua.*

Promotore ed officiante della celebrazione era stato l'avvocato Cesare Riccioni che per anni si era attivato per erigere sulla spiaggia di Viareggio il monumento in memoria di Shelley. Uomo di punta dello schieramento laico-progressista, con non celate simpatie per

il movimento dei lavoratori, Riccioni attribuiva una duplice finalità al monumento per la cui realizzazione impegnava tutte le sue energie. Tributare un omaggio a Shelley significava legare Viareggio al culto del poeta che veniva elevato al rango supremo dei numi tutelari della cittadina e, insieme, riconoscergli la paternità ideale, garanzia di legittimità, delle aspirazioni di radicale rinnovamento sociale che già si facevano sentire sulla costa tirrenica.

Erano queste le premesse ideali, culturali, spirituali, politiche che sorreggevano l'operazione avviata da Riccioni. Il mito di Shelley, "profeta del Liberato Mondo", si proponeva di sostituire simboli e riti della tradizione – sudditanza, passività, inerzia – per sostituirli con un nuovo senso comune ed un nuovo immaginario collettivo fondati sulla conflittualità sociale, sul rifiuto delle antiche credenze, sulla volontà di affermazione e di riscatto degli oppressi.

A Riccioni questa idea del monumento e la considerazione delle sue implicazioni e della sua utilizzazione era venuta da un evento che tanta carica suggestiva aveva diffuso per l'Italia; la scopertura della statua Giordano Bruno in Campo de' Fiori a Roma. A stimolarlo a procedere senza indugi interveniva quel forte senso di orgoglio civico che lo animava: toccava alla sua Viareggio seguire Roma nella strada della glorificazione dei martiri del Libero Pensiero che avevano preparato il risorgimento della nuova Italia. Che l'operazione del monumento a Shelley avesse avuto una genesi di natura politica era stato lo stesso Riccioni a dichiararlo in una lettera inviata alla rivista *Germinal* per rivendicare a sé ed al giornalista lucchese Pericle Pieri la paternità dell'idea del monumento: «ci balzò fuori una mattina d'estate del 1890

presso i giardini pubblici, lungo la via Garibaldi, ragionando di politica e d'arte».

Del monumento Riccioni faceva una questione d'onore e per avere adesioni si rivolgeva in Italia ed all'estero, ma non sempre la sua insistenza veniva premiata. Da un personaggio "terribile" come Carducci riceveva una strapazzata con tanto di diffida. Meglio gli andava con Bovio, De Amicis e Rapisardi che lo approvavano e lo incoraggiavano come facevano Enrico Ferri e Felice Cavallotti che assumeva la presidenza del comitato onorario.

Un serio aiuto nell'ambiente locale gli veniva dal settimanale *Il Figurinaio* che si stampava a Lucca sotto la direzione di Carlo Paladini. Da questi veniva a Riccioni un messaggio che gli dimostrava come la sua iniziativa fosse condivisa: «Il monumento a Shelley non è solamente un ricordo al poeta: è anco un omaggio al riformatore. Vi è in questa nobile e generosa iniziativa di un monumento al bardo gentile, un palpito d'artista, un pensiero d'umana fraternità, un proposito di giovani ribelli che guardano all'avvenire».

Ma l'apporto più consistente del giornale lucchese all'iniziativa di Riccioni doveva ancora venire. Nel numero del 21 agosto *Il Figurinaio* riprendeva integralmente l'articolo che pochi giorni innanzi Gabriele D'Annunzio aveva pubblicato sul *Mattino* di Napoli per celebrare il centenario della nascita di Shelley. Con la scesa in campo di D'Annunzio la definizione della "questione shelleyana" subiva una decisa accelerazione. D'Annunzio, da par suo, metteva le cose in chiaro: Shelley era da paragonare a Gesù: come Cristo «amò gli uomini d'eroico amore: E non soltanto amò gli uomini ma tutte le cose, tutte le trasformazioni della Vita e della

Morte nell'Universo. Egli è veramente il poeta della universale bontà, dell'universale pietà, del perdono e della pace».

C'era fin troppo per indignare i custodi della tradizione che prendevano a riguardare l'iniziativa di Ricconi come una manifestazione del peggior conio antireligioso. Di questo ambiente era portavoce l'*Unità Cattolica* che bollava Shelley con il marchio di "poeta satanico" e giudicava il monumento «un insulto, un'onta non solo per la fede e la religione degli italiani, ma eziandio per la loro storia artistica e letteraria. Quella statua è la glorificazione dell'ateismo, ma al tempo stesso segna il trionfo dell'imbarbarimento del nostro buon gusto, della nostra lingua, della nostra poesia. È un monumento antitaliano in più che sorge sopra il profanato suolo d'Italia». A guardar bene dentro queste dinamiche conflittuali si coglie la sostanziale riuscita dell'operazione promossa da Ricconi. Proprio nella virulenza della polemica che dagli ambienti clericali si levava contro il monumento trovava forza l'intenzione di caratterizzarlo come l'occasione di coagulo quell'area occupata da personalità delle professioni di spiccato orientamento laico, ruotanti intorno alla loggia massonica, ed il vasto e ribollente universo popolare adesso investito da un processo di radicalizzazione politica ed alla ricerca di ancoraggi ideali. Era tra questa gente che si diffondeva il culto di Shelley. Era gente povera, di una povertà oggi inimmaginabile, che a stento riusciva a campare e tra questa gente l'anarchia ed il socialismo estremo avevano trovato un humus congeniale ed avevano fatto proseliti. Promettevano il paradiso a chi viveva l'inferno. I loro luoghi di socialità erano fiaschetterie, taverne, bettole che in quella Viareggio, odorosa

di salmastro, resine, pece e catrame si aprivano l'una accanto all'altra. Cupe come la miseria di chi le praticava: Qui il vino si mescolava ai propositi più incendiari ed incoraggiava i gesti più iconoclasti. Erano luoghi di vita e di memoria dove si ritrovavano vecchi e giovani: Vecchi che raccontavano e giovani che apprendevano. Shelley era di continuo evocato e stava all'inizio del Grande racconto di Viareggio che aveva cominciato a prendere consistenza proprio nel tempo in cui sulla sua spiaggia era stato arso il corpo del Cuor dei Cuori.

Quella vicenda era entrata nella memoria collettiva della comunità che la considerava come uno di quegli eventi che provengono ed appartengono allo straordinario. E che si continuano a raccontare di generazione in generazione alimentando leggende, credenze, superstizioni: chi vi aveva partecipato non dimenticò mai quella scena carica di pathos. Ancora alla fine degli anni Ottanta, come verificava Guido Biagi impegnato nelle ricerche per il suo libro sugli ultimi giorni di Shelley, erano ancora vivi uomini e donne che avevano assistito alla "straccatura" ed al rogo allestito da Byron. E se ne ricordavano come se fossero avvenuti poco tempo innanzi. Una delle taverne più frequentate era consacrata al magnanimo titano celebrato da Shelley e per questa via assunto a simbolo della volontà di liberazione che si andava diffondendo. Per la sua fama si era procurata una facile strofetta che passava di bocca in bocca:

*Se ti da l'animo d'andar per vizzo
vicino all'angolo di via di Mezzo
vedrai l'insegna con la lanterna
di Prometeo fatto taverna*

(1 - continua)

La caduta della classe operaia



La classe operaria non esiste più. Non che siano scomparsi i lavoratori, ma quell'essere "classe", come l'aveva individuata e narrata Carlo Marx nell'Ottocento proto-industriale,

è ormai un'archeologia. Perché si sono modificate le condizioni del lavoro, perché non vi è più "il padrone" (sostituito da multinazionali, spesso statalizzate), perché perfino in Russia e in Cina (ove ci si proclama ancora comunisti) ci si guarda bene da lasciare il potere nelle mani dei lavoratori. E quindi è tramontato il sogno per la classe operaia di "andare in paradiso", come proponeva un noto film italiano.

Orbene quando ciò è accaduto? È accaduto e pochi se ne sono accorti con l'avvento della società liquida, ben studiata da Zigmunt Bauman a fine secolo scorso. In questa nostra società tendono a prevalere gli individui, ognuno è espressione di sé e i propri bisogni non collimano con quelli del vicino sicché quando uno si è portato a casa la propria soddisfazione (amori, lavoro, stipendio, casa, affetti) è inutile scendere a far barricate per piacere, in solidarietà, agli altri. Marx non apprezzava l'individuo

(nemmeno l'illuminismo progressista che ne era l'anticipatore storico), pensava e decretò che gli sfruttati fossero o potessero essere non solo uguali ma cementati in un "unico" che era la "classe". E per Marx gli sfruttati erano gli operai delle vecchie fabbriche inglesi (dove sorse il capitalismo industriale) schiavizzati, come del resto in America, dal taylorismo dai ritmi produttivi che li costringevano ad orari di lavoro inumani con paghe di fame.

Ma guarda caso non furono questi operai a fare la rivoluzione. La rivoluzione comunista la fecero Lenin in Russia contando su masse di poveri e di contadini (raggruppati in esercito armato) e Mao poi in Cina sempre coi contadini e gli intellettuali confuciani. Non vi fu allora in Russia né in Cina una classe operaia. E si sarebbe visto poi come anche in quelle nazioni vincessero l'individualismo, si accumulassero fortune (gli oligarchi), si facessero guerre imperiali. Ma vi è altro da segnalare: le recenti elezioni in paesi europei hanno visto stravincere i partiti "populisti", di destra e di sinistra. Perfino nelle città-fabbriche, le vecchie "Stalingrado", la gente ha votato populista. E i partiti della sinistra che una volta contavano sulla classe operaia ne sono rimasti sbalorditi. Non volen-



Giuseppe Pellizza da Volpedo,
Il quarto stato (particolare)

do capire, per antichi schemi marxiani, come da anni ed anni trionfi una società che non crede più, come il vecchio Hegel, nel trionfo finale dello "Spirito", nel riscatto finale della Ragione, ma pensa piuttosto a difendersi dai "neri" (creduti invasori), dalle smanie sessuali delle minoranze, dal rincaro delle bollette e vuole e pretende beni di consumo seduttivi e volatili, essendo una società del passatempo che passa ore ed ore a chattare sui cellulari. Allora? Allora accade che a sinistra votino i "centro" città fatte di professionisti letterati, a destra votino le periferie illetterate sovverrendo schemi che vorrebbero i poveri come

"classe" che invece classe non sono perché le modificazioni sociali li hanno resi popolo, cioè insieme di individui. E basta veder sfilare i passanti in un qualunque marciapiede per vedere come ognuno sia "diverso" dall'altro, chi ha l'orecchino al naso, chi è tatuato alle caviglie, chi ha i capelli viola, chi è sessualmente indecifrabile. Ed è curioso che si senta parlare di fascismo poiché anche il fascismo, nascendo da una costola deviata del socialismo, richiese uguaglianza, totalità di desideri e comportamenti, insomma "nazione" che era il medesimo della marxista "classe".

Ed allora? In un bel libretto di Eugenio Scalfari, *Attualità dell'illuminismo*, si delinea un percorso che riconduce al Settecento riformatore e che, sviando dal decaduto marxismo, cerca regole per mantenere ai paesi, ai popoli, la modernità che significa scienza, significa scuola, significa cultura, significa rispetto delle regole, significa Costituzione democratica, significa abbattere gli integralismi religiosi e le milizie morali (come vi sono in Iran e nell'ortodossia russa), significa pagare le tasse, pagare di più i dipendenti, significa salvaguardare l'ambiente e restituire al clima una qualche normalità che eviti i disastri.

Se i miti e le suggestioni di chi ancora parla di "classe operaia" al potere si mantengono reali, le batoste elettorali possono servire allora a forti scosse, ma queste scosse non è obbligatorio che trovino risposte nel "populismo" o nei sovranismi. Basta rileggersi qualche testo dell'epoca dei Lumi ed amare ma veramente amare nel profondo la libertà.

Adolfo Lippi
Giornalista, scrittore, regista tv

LOTTI COMMERCIALE

Srl

S.S. Cassia, Km 90,600 - 01100 Viterbo

tel. 0761.399006 • 336.773618

lottisrl@libero.it



**ritiro • ricovero • riacquisto
beni strumentali e autoveicoli**

SOLUZIONI FINANZIARIE PER LE IMPRESE

Lo studio **ConCredito** è una boutique di consulenza, con sede in Toscana ma operativa a livello nazionale, specializzata nel settore del Corporate Banking.

FINANZIAMENTI A BREVE, A MEDIO E A LUNGO TERMINE
LEASING NAUTICO - STRUMENTALE - IMMOBILIARE
FACTORING PROSOLVENDO E PROSOLUTO

ConCREDITO

fondato da un team di professionisti specializzati,
offre la possibilità di usufruire di un **check-up gratuito!**



FINANZA AGEVOLATA
FINANZIAMENTI
STRUMENTALI
GARANZIE CONSORTILI
NOLEGGIO OPERATIVO

I nostri consulenti aiuteranno le aziende a verificare la possibilità di accesso ai fondi, di fatto a tasso agevolato, con utilizzo della garanzia dello Stato (MCC o SACE) ai sensi delle normative vigenti.

Le normative riguardanti il cd. SUPERBONUS 110% per lavori edilizi hanno messo in moto investimenti importanti per il patrimonio immobiliare a costo zero per chi può beneficiare dei provvedimenti:

contattaci subito per saperne di più!

Concredito è infatti convenzionato con le maggiori banche disponibili ad accompagnare le operazioni.

Un team di consulenti sarà a tua completa disposizione
PRENOTA SUBITO!

Tel. 0584/393444 • Mail: info@concredito.it

Oppure vieni a trovarci a Viareggio - Via Scirocco, 53

www.concredito.it