IL MAGAZINE DELLA CAMERA DI COMMERCIO SVIZZERA IN ITALIA

# LA SVIZZERA

01 2024

# NUOVI ORIZZONTI

## PERCORSI DI INNOVAZIONE E SOSTENIBILITÀ TRA SVIZZERA E ITALIA

www.swisschamber.it

SWISS CHAMBER
Since 1919
Camera di Commercio Svizzera in Italia

# SWISS CORNER

## UN ANGOLO D'ECCELLENZA NEL CUORE DI MILANO

*Swiss Corner* è la nuova vetrina per chi oggi è alla ricerca di una location dal grande impatto visivo. Un luogo in cui si alternano eventi culturali e intrattenimento, Swiss Corner coniuga attività espositive e ristorative che si distinguono per alta qualità e professionalità. Le due anime dello Swiss Corner si realizzano in una duplice forma: un vitale spazio eventi ed un locale in cui trascorrere piacevoli momenti della giornata.

SWISS CORNER

Swiss Chamber – Camera di Commercio Svizzera in Italia
Piazza Cavour, angolo Via Palestro
Apertura tutti i giorni
dalle 7.30 a.m. alle 2 a.m.
Per info ed eventi:
swisscorner@swisschamber.it

# ADVISORY BOARD

**L'Advisory Board** è costituito da un gruppo di primarie aziende svizzere chiamate a supportare la Camera in termini di **visione strategica, di consolidamento della struttura camerale e della sua immagine**. Questo organismo svolge un ruolo consultivo e propositivo, affiancando la Presidenza e gli organi direttivi della Camera nella definizione delle linee di sviluppo, e concorrendo così al raggiungimento degli obiettivi prefissati.

Eccellenti protagonisti del mercato, i membri dell'Advisory Board mettono a disposizione della Camera un qualificato patrimonio di idee e di stimoli e contribuiscono a consolidare le risorse economiche necessarie a intraprendere quel processo di rinnovamento e modernizzazione indispensabile per rispondere a dinamiche di mercato sempre più complesse.

Ferrovia retica

www.rhb.ch

# Il Bernina Express

Molto più di un semplice treno

Informazioni e prenotazioni

Ferrovia retica, Railservice, Tel +41 (0)81 288 65 65, railservice@rhb.ch

# INDICE


EDITORIALE 7
Fabio Bocchiola

TIMELINE 8
Fabio Bocchiola e Alessandra Modenese Kauffmann
La Svizzera. Storia di una rivista

COVER STORY 14
Stefania Romenti

INSTITUTIONAL AFFAIRS 18
Monika Schmutz Kirgöz | Adolfo Urso | Guy Parmelin | Vannia Gava
Alexandre Edelmann

OPINION LEADER 32
Enrico Giovannini | Davide Chiaroni

CORPORATE AFFAIRS 36
ABB | Adecco | Helvetia | Hilti | Repower | SPS Italy | SQS | Swiss Re

WHAT'S NEXT? 48
Stefano Colombo | TiVentures | B4i | Cutiss | Innosuisse

SWISS CORNER 54
Quantis | FuoriOrticola

LA SVIZZERA IN ITALIA 56
Stefano Lazzarotto

MADE IN 58
Swiss National Orchestra

I GIOVANI DI SWISS CHAMBER 60
iaia | OMTRA

ATTIVITÀ CAMERALE 64
Partner e iniziative

BENVENUTO AI NUOVI SOCI 70

LEGGE E FISCO 72
Studio Nunziante Magrone | MLL Legal AG | Rödl & Partner

RASSEGNA 78

www.swisschamber.it


01 2024

LASVIZZERA
IL MAGAZINE DELLA CAMERA DI COMMERCIO SVIZZERA IN ITALIA

# STILE E FASCINO UNICI

La tua location eventi
nel cuore di Milano

SPAZIO EVENTI
CAMERA DI COMMERCIO SVIZZERA IN ITALIA

**Spazio Eventi**
al 3°piano del Centro Svizzero

**Via Palestro 2, Milano**
spazioeventi@swisschamber.it
+39 02 76320379

# EDITORIALE

Cari Lettori,
Cari Amici,

Viviamo in un'epoca di rapida e profonda trasformazione tecnologica.

Questa rivoluzione sta entrando nelle nostre vite in modo estremamente diffuso e rapido, e ci pone di fronte a sfide notevoli. In passato, tra un'innovazione e l'altra c'è stato un cambio generazionale, il tempo per somatizzare queste innovazioni tecnologiche. Oggi, invece, il cambiamento è continuo e non abbiamo il tempo per affrontarlo e prenderne coscienza.

Per capire come far fronte a questa rivoluzione, possiamo partire dal Thauma, o meglio, la meraviglia. Secondo Aristotele, il Thauma è la scintilla che innesca la Sapienza, perché innesca la curiosità. Dopo la meraviglia, si innesca la domanda del perché e l'indagine sulle potenziali cause.

Per affrontare questa complessità, possiamo analizzare il paradigma che ci permette di affrontare qualsiasi cambiamento, composto da tre elementi: l'elemento culturale, l'elemento operativo e l'elemento relazionale.

Oggi, abbiamo anche delle urgenze, come la sostenibilità, composta da tre elementi: l'elemento economico, l'elemento ambientale e l'elemento sociale. Dobbiamo continuamente ricercare un equilibrio dinamico tra queste tre forze.

In conclusione, abbiamo davanti una grandissima sfida. Il Thauma, la meraviglia, è quell'elemento sul quale dobbiamo riflettere e forse la filosofia ci servirà nel prossimo futuro più di quanto ci sia servita fino adesso.

Swiss Chamber, come ricordato in precedenza, può sicuramente fare la differenza nell'ambito delle relazioni e rafforzare sempre più l'elemento relazionale per affrontare al meglio questo periodo di complessità. Promuovere il valore della comunità con incontri e informazione di qualità contraddistingue da sempre l'attività della nostra Camera.

N.B. Questo testo, nonché la cover del Magazine, sono stati realizzati con l'aiuto dell'intelligenza artificiale. Forse l'abilità dovremmo andarla a cercare più nelle idee che nella forma e questo è un grande spunto di riflessione con cui desidero salutarvi.

**Fabio Bocchiola**

# SWISS CHAMBER, UNA CONTINUITÀ NEL CAMBIAMENTO

Dal 1919 per lo sviluppo e la crescita delle relazioni commerciali, industriali ed economiche tra la Svizzera e l'Italia. Il racconto di **Fabio Bocchiola**, Presidente, e **Alessandra Modenese Kauffmann**, Segretario Generale e Direttore, Swiss Chamber - Camera di Commercio Svizzera in Italia

Una storica presenza in Italia, ma sempre dinamica e attenta ai cambiamenti. Ci piace definirla una "continuità nel cambiamento". Da oltre un secolo la Swiss Chamber opera quale ente privato non a scopo di lucro, con il riconoscimento delle autorità svizzere e italiane (Ministero dello Sviluppo Economico), con la mission immutata di sostenere le relazioni economiche e commerciali tra i due Paesi.

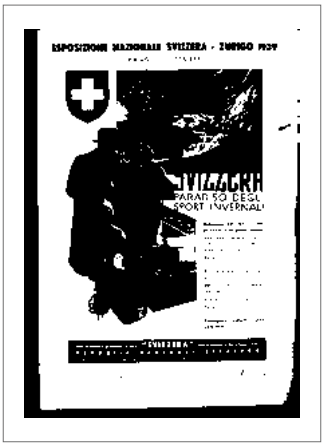
Fondata nel 1919 a Genova, allora porto di sbocco per le merci svizzere, da parte di un gruppo di imprenditori svizzeri sostenuti dal Consolato, si trasferì poi a Milano nel 1931. L'evoluzione delle dinamiche economiche nel contesto europeo di mercati cosiddetti "maturi", con l'introduzione degli Accordi Bilaterali, l'avvento di internet e dei nuovi strumenti di comunicazione, hanno richiesto alla Chamber una particolare flessibilità e un adeguamento costante dei propri servizi e delle proprie attività.

A partire dalla fine degli anni '90, prendendo in gestione il Centro Congressi, la Chamber ha aperto il Centro Svizzero alla città di Milano e alla sua business community internazionale, generando oltre 130 eventi all'anno. Uno dei valori particolarmente creativi della Chamber è stata l'ideazione e la realizzazione privata dell'innovativo spazio di comunicazione Swiss Corner nel 2012. Con la sua originale formula di unificare un classico bar da aperitivo milanese con uno spazio che permette una comunicazione business di alto livello, Swiss Corner ha

promosso un'immagine moderna della Svizzera, lontana dagli stereotipi, ha favorito una nuova visibilità, moderna, fatta di eccellenze e innovazione, di valori e competenze complementari con la vicina penisola. Il successo riconosciuto a Swiss Corner anche dalle autorità locali nell'aver "ridisegnato la Piazza Cavour", l'alta presenza di top brand internazionali, non solo svizzeri, che se ne avvalgono per i loro eventi esclusivi o avventori che lo frequentano semplicemente per piacere, è per noi fonte di grande orgoglio e soddisfazione.

La mission statutaria viene oggi espletata attraverso quattro filoni strategici: il business networking, i servizi, attraverso un qualificato e consolidato pool di professionisti, la rappresentatività, che si basa sul riconoscimento della validità delle sue attività e dei suoi soci, e in ultimo la comunicazione, attraverso la gestione coordinata delle location, dei rinnovati siti internet e delle piattaforme social.

A completamento di un vero e proprio sistema di comunicazione il nuovo Magazine cartaceo La Svizzera, che da oltre ottant'anni ha accompagnato la comunicazione economica con gli associati e non solo. Di particolare fascino le prime copertine qui riprese e l'evoluzione della comunicazione e della grafica negli anni, che testimoniano l'evoluzione della cultura imprenditoriale e della comunicazione.




Innumerevoli sono le richieste che Swiss Chamber ha gestito nel corso di un secolo, dal supporto per nuovi insediamenti svizzeri in Italia alla tenuta del personale in Italia per conto di aziende in Svizzera, dalla ricerca partner all'Arbitrato internazionale a campagne promozionali o eventi di comunicazione allo Swiss Corner o Spazio Eventi. Oggi la Camera vanta una consolidata base associativa di quasi 500 membri e oltre 2000 clienti internazionali. Siamo grati a tutti i nostri Soci, che ci seguono e ci supportano, in particolare ai membri dell'Advisory Board, composto dalle grandi realtà svizzere, leader globali nei loro settori, che ci sostengono, anche nella realizzazione di grandi eventi e progetti per la migliore promozione del valore che queste realtà generano in Italia.

Negli ultimi anni in particolare Swiss Chamber ha avuto uno sviluppo strategico decisamente innovativo. Dopo il difficile periodo pandemico 2020-21, che ha interrotto gli introiti finanziari dati i blocchi governativi e le chiusure degli spazi, la ripresa è stata possibile grazie al grande impegno della squadra e a una nuova strategia presidenziale focalizzata sullo sviluppo di alleanze con i principali atenei, tra cui l'Università IULM e la collaborazione con MIND - Federated Innovation (la prima Camera di Commercio a siglare un accordo di partnership con il nuovo polo per l'innovazione), con l'obiettivo di supportare la collaborazione tra imprese e centri di ricerca e favorire così anche la partecipazione delle aziende ai bandi europei per l'innovazione.

Nuovi temi al centro del dibattito camerale, dall'energia alla sostenibilità, dall'innovazione alla tutela dell'ambiente, dalle startup all'intelligenza artificiale, dal welfare aziendale allo smart working, con tantissimi eventi molto partecipati dalla business community, compresi i nuovi Community Apèro, per accrescere la conoscenza e il networking tra i Soci. Anticipiamo una nuova interessantissima iniziativa che verrà lanciata in autunno e che darà vita a tavoli di lavoro settoriali su temi strategici per le imprese.

## AL 2024 E OLTRE: SFIDE, OBIETTIVI E VISIONE DI LUNGO TERMINE

Una presenza di oltre 100 anni implica anche forte spirito di rinnovamento. Per garantire il futuro della nostra istituzione è necessario avere sempre una grande attitudine al cambiamento, e poter contare sulla guida lungimirante e visionaria di presidenti, che si dedicano alla Camera con grande generosità, in spirito di milizia. Sempre con obiettivi ambiziosi e aperti alle collaborazioni.

Abbiamo appena completato un nuovo importante investimento nel rifacimento totale dell'architettura di comunicazione, stretto nuove alleanze strategiche con il mondo della ricerca e dell'innovazione, ci stiamo certificando sulla parità di genere e abbiamo rinnovato la squadra, con diverse professionalità. Un team unito da un forte spirito di collaborazione, impegnato con passione nel raggiungimento di obiettivi comuni condivisi con la presidenza.

Così ci apprestiamo ad affrontare le nuove importanti sfide, dai competitor ai cambiamenti che l'intelligenza artificiale porterà al nostro modo di porci al servizio delle imprese. Stiamo già guardando al 2026, con progetti e iniziative che possano mettere al centro della città le eccellenze delle nostre realtà associate, e delle location da noi gestite, grazie anche agli stimoli del Board e di tutti i nostri membri.

# LA SVIZZERA
# STORIA DI UNA RIVISTA

La testimonianza del **legame secolare** tra Svizzera e Italia

La vita della Camera di Commercio Svizzera in Italia, documentata attraverso le pubblicazioni della sua rivista, si estende per oltre un secolo, riflettendo l'evoluzione e i cambiamenti nei rapporti italo-svizzeri. È infatti nel lontano 1921 che hanno inizio le pubblicazioni della Camera, quando ancora la sede dell'istituzione si trovava a Genova.

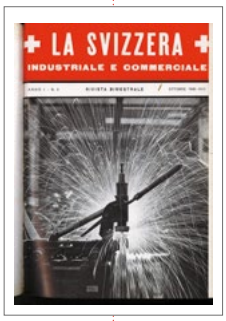
Dall'opuscolo iniziale senza un nome proprio, la pubblicazione si trasformò nel "Bulletin Économique" nel 1924, trasformandosi poi in "Comunicazioni bimestrali della Camera di Commercio Svizzera in Italia" nel 1932, con un cambiamento di sede a Milano. Queste riviste servivano come legame tra la Camera e i suoi Soci, offrendo notizie economiche, cronache degli eventi e approfondimenti sulle politiche commerciali.

Pubblicazioni interrotte a causa della Seconda guerra mondiale e riprese nel 1947 con "La Svizzera industriale e commerciale", adattandosi ai cambiamenti post-bellici con una nuova veste grafica e contenuti aggiornati. Negli anni, la rivista ha continuato a evolversi, riflettendo le tendenze del momento, come l'introduzione di una versione online e di un'app mobile nel 1997 e 2015, rispettivamente, e cambiando il formato e il design per rimanere attuale e rilevante per i suoi lettori.

"La Svizzera", erede di una bella storia editoriale e testimone attento della realtà dei rapporti italo-svizzeri, a livello economico e non solo, gode di un unanime apprezzamento per i contenuti, lo stile, la qualità dei contributi, la veste grafica. Oggi in equilibrio tra tradizione e innovazione, tra mondo cartaceo ed ecosistema digitale. La sua storia è la testimonianza della lunga e complessa relazione tra la Svizzera e l'Italia e dell'adattabilità e resilienza nel corso degli anni, una storia lunga oltre un secolo.

Ripercorriamo insieme le tracce attraverso gli archivi della rivista, custoditi nell'attuale sede della Swiss Chamber in via Palestro 2, in un percorso di riscoperta e analisi che si snoda attraverso più di un secolo di storia dei due Paesi.

LASVIZZERA
IL MAGAZINE DELLA CAMERA DI COMMERCIO SVIZZERA IN ITALIA



## 1932

In archivio il primo numero conservato è il n.3 del 3 maggio 1932: la copertina sfoggia una bella immagine in bianco e nero "modello cartolina" di Berna, mentre all'interno sono riportate in breve alcune notizie, le attività, l'elenco associati e la pubblicità, oltre che approfondimenti sulla procedura di conciliazione. Articoli scritti indifferentemente nelle tre lingue confederali: francese, tedesco e italiano. Nella titolazione, peraltro, la lingua dominante resta il francese.

## 1937

Dopo sei anni di vita e 38 numeri, nel dicembre 1937 anche le "Comunicazioni bimestrali" scompaiono, a loro volta travolte da un desiderio di rinnovamento. "I tempi sono mutati, sono mutate le condizioni in cui si svolgono gli scambi internazionali", si legge in un editoriale scritto meno di due anni prima dello scoppio della Seconda guerra mondiale. "Un'ondata di nazionalismo economico sommerge la libertà degli scambi; nuovi problemi si presentano, nuovi compiti ci incombono: è quindi giustificata la revisione dei metodi e la trasformazione degli strumenti di lavoro[1]".

1 Oscar Humm

## 1938

Queste considerazioni hanno spinto nel lontano 1938 la Camera di Commercio Svizzera in Italia a sacrificare il suo bollettino, semplice organo di comunicazione ai Soci, per creare una pubblicazione di carattere più generale, in grado di interessare una platea più vasta ai problemi legati alle relazioni commerciali tra Italia e Svizzera. Una decisione ponderata allo scopo di allargare le basi tecniche, morali e finanziarie della rivista, in uscita con una nuova testata, "La Svizzera industriale e commerciale", in grado di riassumerne il programma.

## 1947

La Seconda guerra mondiale, con l'Italia coinvolta nel conflitto e la Svizzera rimasta neutrale, finisce per travolgere anche le pubblicazioni della rivista della Camera di Commercio, che vengono sospese nel dicembre 1943. "La Svizzera industriale e commerciale" torna nel marzo 1947, con una periodicità trimestrale e una nuova veste grafica mantenuta fino al 1965.

## 1966-1974

Un nuovo "cambio di pelle". Dal 1966 al 1974 con una testata diversa "La Svizzera economica e tecnica" e un progetto grafico più moderno, con una banda rossa e bianca che riproduce in maniera stilizzata la bandiera elvetica. La periodicità è ancora trimestrale e il contenuto resta fedele a quello delle origini: notizie, attività camerale, elenco associati e aggiornamenti.

## 1975-1987

Nel 1975 il bollettino diventa mensile, per poi procedere dal 1985 a un leggero rinnovamento dell'impaginazione, in particolare per quanto riguarda la copertina. Sulla nuova cover di metà anni Ottanta torna la testata "La Svizzera industriale e commerciale", con foto incorniciate e il logo dell'epoca della Camera di Commercio Svizzera in Italia.

## 1994-1999

Dal 1994 il mensile diventa più strutturato: alle tradizionali notizie sull'attività camerale, all'elenco Soci e alle inserzioni pubblicitarie si affianca ora anche una vera e propria rassegna stampa specifica, focalizzata in particolare sull'interscambio commerciale tra l'Italia e la Confederazione. Nel 1997 cambia leggermente l'impaginazione del bollettino assumendo sempre più i connotati di una rivista. Nello stesso anno la comunicazione legata alla rivista si arricchisce con la creazione del sito internet, uno dei primi nel panorama delle camere di commercio estere in Italia e di quelle svizzere oltreconfine.

## 2000

Dopo una prima sperimentazione, nel 2000 viene introdotta una nuova linea grafica, con il volto di un personaggio in copertina, come particolarmente di moda all'epoca. La rivista esce ancora a cadenza mensile (dieci numeri l'anno). Nel 2003 viene introdotta sulla cover la fascia trasversale rossa che già caratterizzava il sito, con una linea grafica che inizia a richiamare quella attuale e che viene migliorata nell'anno successivo.

## 2010

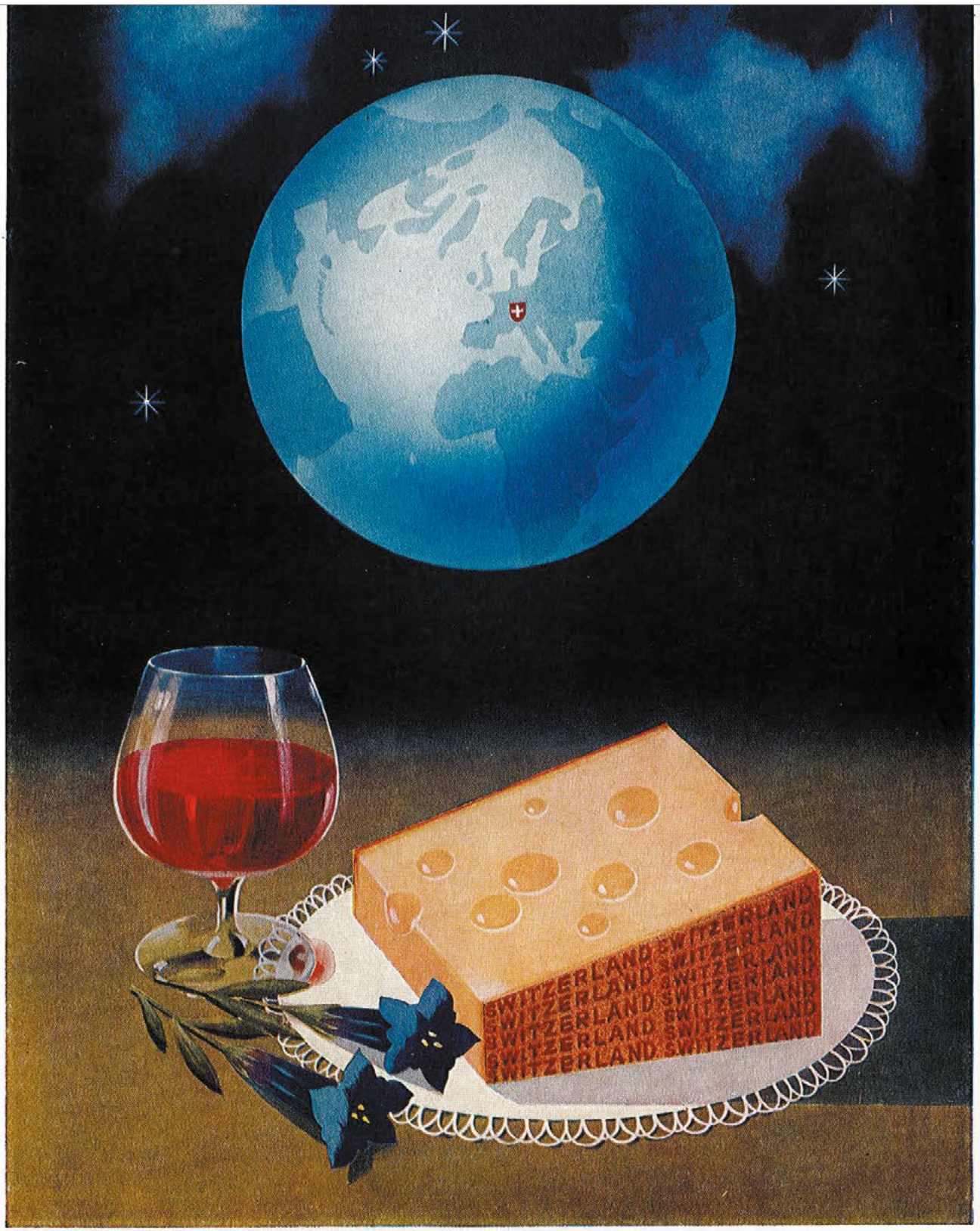
Dal 2010 la periodicità scende a trimestrale ma la foliazione aumenta, con un maggior numero di contenuti giornalistici e di servizio oltre che il taglio monografico dei singoli numeri. Il Magazine si arricchisce con diverse rubriche, da quella legale a quella fiscale, dedicate alle novità normative italiane ma anche svizzere. Il terzo numero del 2012 - un'edizione speciale con copertina argentata dedicata all'inaugurazione dello Swiss Corner - rappresenta l'ultima uscita prima di un nuovo restyling.

## 2014

Nel 2014 il Magazine viene completamente ridisegnato: sulla prima copertina del nuovo corso campeggia un enorme "01" su sfondo nero, come a simboleggiare un profondo rinnovamento della veste grafica, quasi una rinascita. Nel 2015 il Magazine chiude l'anno con la copertina dedicata al nuovo logo della Camera di Commercio, "Swiss Chamber", che comunica un'idea di solidità, esclusività e forte personalità. Realizzato con il font Helvetica, celebre per la sua chiarezza e leggibilità, il logo comprende un pittogramma generato, sia concettualmente che visivamente, dall'unione metaforica tra i due Paesi, Italia e Svizzera, attraverso il simbolo più forte: la bandiera. Le due bandiere, infatti, si fondono per rappresentare la Camera oggi: un territorio di scambio, sociale e culturale tra i due Paesi.

## 2016

Nel 2016 il Magazine cambia ancora assumendo l'attuale veste grafica, elegante e raffinata, su due uscite l'anno. Le copertine alternano titoli bianchi su sfondo rosso e titoli rossi su sfondo bianco, richiamando i colori della bandiera svizzera, e aggiungendo un elemento grafico semplice ed essenziale. La versione in tedesco inizia dalla quarta di copertina, ripensata di fatto come "seconda copertina" capovolta. Tanti i temi trattati negli ultimi anni, dalla solidarietà, al ruolo della donna nell'economia svizzera, con una lunga serie di interviste a esponenti di spicco dell'universo femminile, a partire dalla Presidente della Confederazione Svizzera Doris Leuthard nel 2017. Per la prima volta il numero viene esaurito.




**Sempre imitato, mai uguagliato!**

Il vero formaggio EMMENTAL svizzero:
lo si riconosce dalla marca:

**SWITZERLAND**

UNIONE SVIZZERA PER IL COMMERCIO DEL FORMAGGIO S. A. BERNA

L'iconica pubblicità dell'Unione svizzera per il commercio del formaggio risalente al 1954

# SVIZZERA E ITALIA: INTERESSI COMUNI IN SETTORI STRATEGICI

Di **Stefania Romenti**, Professore ordinario di Comunicazione Strategica e PR, Referente del corso di laurea magistrale in Strategic Communication e Delegata del Rettore alla Sostenibilità Università IULM

Negli ultimi anni, l'evoluzione della sostenibilità aziendale in Svizzera e in Italia è stata notevolmente influenzata dalle iniziative governative e dalle aspettative del mercato. Questo processo è stato accelerato dal Covid-19, la cui gravità ha mostrato l'importanza di modelli di business resilienti e sostenibili.

Coerentemente, l'Italia ha portato avanti il più grande piano di investimenti per lo sviluppo di programmi verdi e sostenibili della sua storia, il PNRR (Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza). Un piano ambizioso finanziato dall'iniziativa Next Generation dell'UE che si concentra sulla transizione verde e sulla trasformazione digitale, allocando fondi significativi per la creazione di nuove imprese con un DNA green[1].

Diversamente, l'approccio della Svizzera alla sostenibilità è variegato, combinando regolamenti rigorosi, partnership pubblico-privati, e una serie di incentivi[2]. Anche se non dispone di un corrispettivo diretto del PNRR italiano, la Svizzera offre vari incentivi federali e programmi per promuovere l'efficienza energetica e le fonti di energia rinnovabile. Questi includono incentivi finanziari come sussidi e agevolazioni fiscali per le aziende che investono in tecnologie verdi. Le partnership pubblico-privati in Svizzera giocano un ruolo significativo nel finanziare la ricerca e lo sviluppo in tecnologie verdi e pratiche aziendali sostenibili.

Entrambi i Paesi hanno dimostrato un impegno nell'avanzare la sostenibilità aziendale, sebbene attraverso meccanismi diversi. Nonostante le diversità, queste strategie riflettono la tendenza europea più ampia verso l'incorporazione dei principi ESG nei modelli di business.

Attraverso questa pianificazione, sia l'Italia che la Svizzera hanno visto una proliferazione di collaborazioni di successo che esemplificano la crescita della sostenibilità nell'economia. Ad esempio, in Italia, la collaborazione tra Enel e il governo ha portato ad avanzamenti nell'infrastruttura di energia rinnovabile. Questa partnership non solo avanza la sostenibilità energetica dell'Italia, ma crea anche un modello per integrare l'energia verde nella rete europea più ampia. In Svizzera, le Ferrovie Federali Svizzere (SBB) hanno collaborato con aziende private del settore energetico per raggiungere l'obiettivo di diventare carbon neutral entro il 2030. Questa collaborazione coinvolge l'aggiornamento dell'infrastruttura, l'implementazione di tecnologie energeticamente efficienti e l'investimento in fonti di energia rinnovabile.

Queste iniziative non sono solo casi isolati di responsabilità ambientale, ma rappresentano un cambio di paradigma nel modo in cui i governi sempre più spesso operano e interagiscono con i loro ecosistemi, come evidenziato da Scherer, Voegtlin e Entenza (forthcoming)[3]. Gli sforzi collaborativi in entrambi i Paesi segnalano una nuova era in cui la sostenibilità è un aspetto fondamentale della strategia aziendale e della politica nazionale.

1 European Commission, *Italy's recovery and resilience plan*, 2023.

2 B Lab Switzerland, *Sustainable entrepreneurship in Switzerland. The opportunity for a new legal framework*, 2023.

3 Scherer, A., Voegtlin, D., & Entenza, D., *Is Swiss Covid a Responsible Innovation for a Grand Societal Challenge? - The Case for Better Deliberative Capacities in Innovation Governance*, ETH Zurich, forthcoming.

# C'È QUELLO GIUSTO PER OGNI AMANTE DEI FORMAGGI

**EMMENTALER**
SWITZERLAND

L'originale svizzero

Solo latte svizzero al 100%

Mucche nutrite con erba fresca e fieno

Qualità garantita

Senza OGM né conservanti, naturali e genuini

Certificato DOP garantito dal consorzio

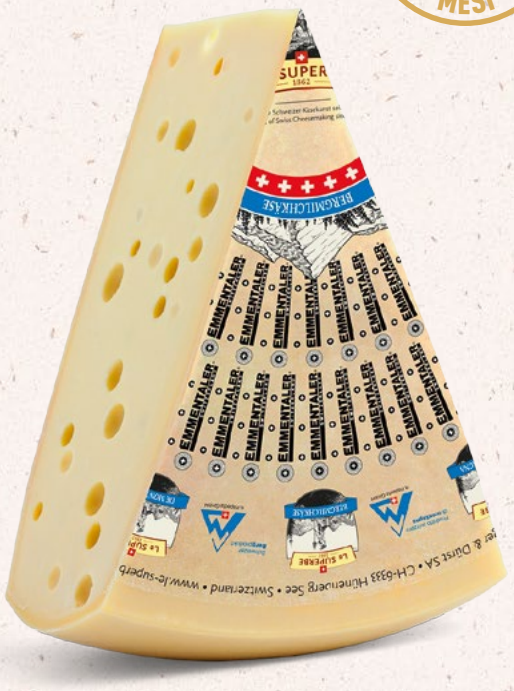
## L'originale della valle dell'Emme

*Il più «classico», conosciuto in tutto il mondo come il «re dei formaggi». L'occhiatura di dimensione grande e l'aroma intenso con sentore di noce fanno dell'Emmentaler DOP Classic un pezzo di cultura svizzera.*

SCHWEIZ SUISSE SVIZZERA SWITZERLAND

**Svizzera. Naturalmente.**

STAGIONATO 8 MESI




EMMENTALER®
SWITZERLAND

PRODOTTO DI MONTAGNA

## Un piacere naturale dal gusto intenso, tutto da scoprire

*L'Emmentaler DOP di Montagna, prodotto nella regione dell'Entlebuch, riserva della biosfera dell'UNESCO, è un formaggio genuino e naturale, ottenuto con latte locale lavorato artigianalmente in un ambiente incontaminato.*

UNESCO BIOSPHÄRE ENTLEBUCH LUZERN SCHWEIZ

Prodotto svizzero di montagna

100% vegetariano

**Formaggi dalla Svizzera.** 2026

www.formaggisvizzeri.it

# MONIKA SCHMUTZ KIRGÖZ: "TRA I DUE PAESI SINERGIE SU PIÙ LIVELLI"

L'intervista **all'Ambasciatrice di Svizzera in Italia**

**Ambasciatrice, come definirebbe il legame tra la Svizzera e l'Italia in termini non solo economici ma anche sociali e politici?**

"Il legame tra la Svizzera e l'Italia è forte e comprende più dimensioni. Al di là dell'aspetto economico e commerciale, cruciale nelle nostre relazioni bilaterali, dal punto di vista storico entrambi i Paesi, oltre a condividere una lingua nazionale, hanno condiviso e tuttora condividono lunghi periodi di interazione e influenze reciproche, soprattutto nelle regioni di confine. La stretta vicinanza geografica e il lungo confine condiviso di quasi 800 km hanno facilitato gli scambi culturali e sociali a più livelli, rafforzando la mutua influenza anche a livello artistico e architettonico. Inoltre, in ambito politico, i contatti fra i due governi e parlamenti sono intensi: visite ufficiali e incontri tra ministri italiani e consiglieri federali sono frequenti, così come gli scambi fra i due organi legislativi, che vantano inoltre un gruppo di amicizia parlamentare Svizzera-Italia nei parlamenti dei due Paesi.

Ad oggi i forti legami tra i due Paesi sono altresì dimostrati in modo inequivocabile dal cospicuo numero di cittadini che si sono stabiliti nell'altro Stato. Più di 50.000 cittadine svizzere e cittadini svizzeri risiedono in Italia. Di questi, oltre 42.000 sono anche cittadini italiani. Mentre in Svizzera vivono o lavorano circa 650.000 italiani (in

assoluto la terza comunità di italiani all'estero dopo Argentina e Germania), la metà dei quali sono anche cittadini svizzeri. Non dimentichiamo poi le decine di migliaia di lavoratrici e lavoratori frontalieri che attraversano quotidianamente il confine."

**Quali gli ambiti e i temi su cui consolidare la collaborazione tra i due Paesi? Su cosa si può lavorare in sinergia?**

"La grande vicinanza fra i due Paesi fa in modo che fra 'vicini di casa' ci siano molti temi dei quali trattare, con importanti possibilità di sinergie a più livelli. Alcuni dei principali ambiti chiave inerenti alla sfera economica comune includono: l'innovazione, la ricerca e la formazione.

## L'INNOVAZIONE, LA RICERCA E LA FORMAZIONE

L'Italia e la Svizzera condividono una stretta collaborazione in questi settori. La cooperazione è multiforme e le sinergie sono favorite da diversi accordi bilaterali. I proficui e regolari contatti tra università svizzere e italiane costituiscono un elemento centrale di questi scambi. L'Università della Svizzera italiana (USI) e la Scuola universitaria professionale della Svizzera italiana (SUPSI) hanno un ruolo particolare, in quanto unici atenei italofoni fuori dalla Penisola. L'Italia è uno dei partner più importanti della Svizzera nel settore della scienza e della ricerca. Nel programma Orizzonte 2020, ricercatori svizzeri e italiani hanno collaborato in oltre 1500 progetti nel periodo 2014-2020. Attualmente, nel programma 2021-2027, sono già in corso oltre 500 progetti di collaborazione tra i due paesi.

## LA SOSTENIBILITÀ E I TRASPORTI

Situate sull'asse Genova-Rotterdam, le infrastrutture stradali e ferroviarie svizzere sono indispensabili per il transito delle merci in provenienza e a destinazione dell'Italia. A loro volta, le infrastrutture portuarie italiane si posizionano come sbocchi strategici per la Svizzera. Non a caso, numerose imprese svizzere operano in Italia nel settore dei trasporti e della logistica. Con la costruzione della nuova ferrovia trasversale alpina (Alptransit), la Svizzera ha sviluppato un collegamento ferroviario nord-sud rapido, ecologico ed efficiente.

Il cuore della nuova linea è costituito dalle gallerie di base del Lötschberg e del San Gottardo (57 km, il tunnel ferroviario più lungo al mondo). Queste opere consentono di trasportare efficientemente le merci su rotaia e di ridurre la durata dei viaggi del traffico passeggeri. Gli investimenti totali per l'intero progetto Alptransit su territorio svizzero si attestano a circa 23 miliardi di franchi svizzeri. Interamente finanziato dalla Svizzera, questo investimento è un suo contributo concreto alla costruzione di una rete di trasporti europea inclusiva per l'Italia che migliori l'efficacia del trasporto di merci e lo iscriva al contempo in una logica di sostenibilità ambientale. Nella medesima logica si iscrivono inoltre gli interventi promossi dalla Svizzera su suolo italiano, come i contributi d'investimento a favore della costruzione di infrastrutture ferroviarie e impianti privati per il traffico merci. Ad esempio, abbiamo già contribuito alla creazione di diversi terminal di trasbordo delle merci nel nord Italia, come a Busto Arsizio-Gallarate e a Piacenza.

## LA FINANZA, LA DIGITALIZZAZIONE E L'ENERGIA

La Svizzera, leader mondiale nell'ambito dell'innovazione, si sta dimostrando terreno fertile anche per la fintech, cioè per tutte le innovazioni tecnologiche legate alla digitalizzazione dei servizi finanziari.

Non è un caso che un gran numero di società attive a livello internazionale in questo settore siano stabilite in Svizzera, di cui buona parte nella regione di Zurigo. Anche a due passi dall'Italia, nel Canton Ticino, la tecnofinanza sta trovando sbocchi interessanti. In particolare il Canton Ticino, grazie a un'ampia offerta di servizi a sostegno dell'innovazione e delle good practice, costituisce l'ecosistema ideale dove far crescere e sviluppare le imprese in provenienza dalle vicine regioni italiane. La Svizzera è poi un crocevia strategico anche per i flussi energetici in provenienza e a destinazione dell'Italia, di cui è il maggior fornitore estero di energia elettrica. La Confederazione è altresì un passaggio centrale per il transito del gas che l'Italia importa dai Paesi dell'Europa settentrionale (gasdotto Transitgas). Dal 2018, l'inversione del flusso del gasdotto Transitgas (da sud a nord) ha permesso anche di esportare gas naturale: attraverso la Svizzera, l'Italia è così in grado di convogliare verso il resto dell'Europa gas naturale proveniente dai suoi terminali. La Confederazione intende inoltre partecipare agli sforzi di solidarietà in caso di penuria di gas, in particolare per assicurare l'approvvigionamento tra la Germania e l'Italia. A questo fine, esiste una volontà comune di integrare la Svizzera all'accordo bilaterale tra la Germania e l'Italia relativo all'approvvigionamento di gas in caso di emergenza."

**Parliamo di sostenibilità in senso lato, tema oggi al centro dell'agenda internazionale. Ci sono le basi per uno sviluppo della cooperazione tra Svizzera e Italia su iniziative orientate alla sostenibilità ambientale, sociale ed economica? Quali le priorità e i progetti in cantiere?**

"Come ho già affermato, la sostenibilità è il concetto chiave dell'epoca che stiamo vivendo. Soddisfare i bisogni della generazione presente senza compromettere quelli della generazione futura è oggi più che mai una priorità. Questa nozione costituisce uno degli assi cardine nella strategia di politica estera svizzera.

Le basi di cooperazione fra Italia e Svizzera su questo tema appaiono oggi solide e si declinano in molte sfaccettature diverse: la sostenibilità ambientale viene promossa principalmente nell'ambito del trasbordo delle merci dalla strada alla rotaia e della ricerca di fonti energetiche a basso impatto di emissioni di sostanze inquinanti. A marzo 2024, l'Ambasciata ha tenuto a Roma un incontro focalizzato sulle sfide logistiche e valichi alpini. L'evento ha registrato una partecipazione significativa e ottenuto un notevole successo.

Per quanto riguarda la sostenibilità intesa in termini sociali, tengo a sottolineare quanto i movimenti per l'uguaglianza di genere siano oggi una priorità in questo tipo di sostenibilità: la nostra rappresentanza diplomatica ha ideato in Italia varie iniziative culturali di promozione dell'uguaglianza, oltre che una disciplina di linguaggio nelle comunicazioni che si vuole inclusiva tra donna e uomo.

La Confederazione promuove una piazza finanziaria sostenibile che costituisce una grande opportunità per il nostro Paese in termini di innovazione e competitività e contribuisce a raggiungere gli obiettivi di sviluppo sostenibile della Svizzera stabiliti dall'Agenda 2030. I servizi finanziari sostenibili tengono conto di fattori sociali e ambientali e del buon governo d'impresa. Vengono promosse la trasparenza e l'azione volontaria in modo da fornire a clienti e investitori elvetici nella Penisola informazioni chiare e quindi possibilità decisionali più sicure."

**Possono tali iniziative influenzare positivamente la collaborazione del mondo imprenditoriale dei due Paesi? Come?**

"Sicuramente ritengo che la classe imprenditoriale dei due Paesi, estremamente dinamica e ricettiva in termini di novità, possa venir influenzata dalle iniziative condotte dalle istituzioni. La sostenibilità offre diverse opportunità per migliorare la collaborazione tra imprese italiane e svizzere. Innanzitutto, l'adozione di pratiche sostenibili può generare risparmi energetici e ridurre i costi operativi. Le imprese che integrano la sostenibilità nei loro modelli di business sono spesso considerate più attrattive anche dai consumatori, estremamente sensibilizzati a questa tematica sia in Italia che in Svizzera. Inoltre, la condivisione di conoscenze relative alla sostenibilità e di know-how specialistico attraverso le piattaforme esistenti può promuovere l'innovazione congiunta, contribuendo a generare soluzioni innovative e a rafforzare la responsabilità sociale d'impresa nei due Paesi. In una sorta di spirale ascendente, queste misure si influenzano a vicenda fungendo da collante per una collaborazione ancor più stretta tra il mondo imprenditoriale italiano e quello svizzero, favorendo così una base comune di valori e obiettivi."

SVIZZERA E ITALIA CONDIVIDONO LUNGHI PERIODI DI INTERAZIONE E INFLUENZE RECIPROCHE

Nestlé 110 Anni in Italia

# Cosa vuol dire 110 anni di GOOD FOOD, GOOD LIFE in Italia?

Baci · Nestlé Nesquik · NESCAFÉ · Buitoni · Nestlé Meritene · LEVISSIMA · Fitness · Nestlé mio · PURINA · Garden Gourmet · 2024

Scopri di più su nestle.it

# IMPORTANTI MARGINI DI CRESCITA PER INDUSTRIA E INVESTIMENTI

Intervista ad **Adolfo Urso**, Ministro delle Imprese e del Made in Italy

**Ministro, come definirebbe il legame tra la Svizzera e l'Italia in termini non solo economici ma anche sociali e politici?**

"Italia e Svizzera hanno da sempre uno strettissimo legame culturale, storico ed economico. L'italiano è una delle lingue ufficiali della Svizzera, che negli anni ha accolto e integrato tantissimi italiani provenienti da ogni regione, che hanno contribuito anche allo sviluppo del Paese. A questi si aggiungono i frontalieri, che ogni giorno attraversano il confine con la Lombardia.

Sul piano politico i nostri Stati hanno una piena comunanza di valori; ricordo che la Svizzera salvò tanti ebrei italiani in fuga dall'orrore delle leggi razziali e molti dissidenti del fascismo. La nostra vicinanza è ancor più rafforzata dall'attuale assetto geoeconomico e le sfide poste dalle potenze emergenti ci fanno sentire ancor più vicini, come abbiamo visto in occasione delle sanzioni alla Russia. Nonostante la Svizzera non faccia parte dell'Unione Europea, ne è un partner fondamentale, e l'Italia è il suo naturale sbocco al mare. Non a caso una delle più grandi realtà dello shipping mondiale, la napoletana MSC, ha il suo quartier generale in Svizzera.

La solidità e la forza dei rapporti economici derivano dalla complementarietà tra le due economie, con importanti margini di crescita sia per quanto riguarda l'interscambio che la collaborazione industriale e gli investimenti. Siamo i terzi fornitori della Svizzera, con una quota di mercato di quasi 8% e il quarto destinatario dell'export svizzero, che ha una quota di mercato del 6,5% in Italia. L'interscambio ha registrato 48.463 milioni di euro nel 2023, con un saldo storicamente negativo per l'Italia."

**Quali, nello specifico, i settori in cui si osserva maggior grado di collaborazione?**

"Le esportazioni italiane verso la Svizzera sono molto diversificate: vanno da prodotti dell'oreficeria, ai lavori in pelle e cuoio, prodotti farmaceutici, macchinari, calzature, abbigliamento, fino agli apparecchi elettrici e i filati a maglia. Le importazioni italiane, invece, includono principalmente prodotti dell'oreficeria, chimici organici e farmaceutici.

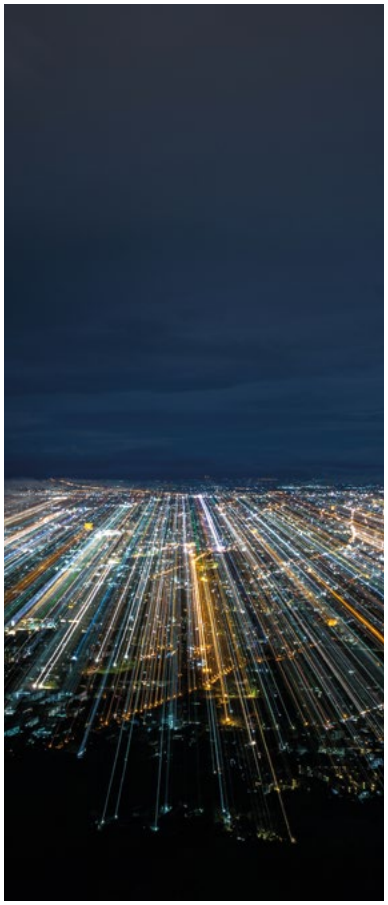
Sul versante degli investimenti, la Confederazione si conferma uno dei partner più importanti per il nostro Paese. Lo stock di IDE netti complessivo nel 2022 è stato di oltre 50 miliardi di euro, con interessanti dinamiche specie nei settori innovativi e ad alto contenuto tecnologico. Sono oltre mille le aziende italiane in Svizzera, capaci di dare lavoro a 22.000 addetti per un fatturato di 15 miliardi di euro annui."

**Quanto impattano i criteri di sostenibilità sulla crescita economica del Paese?**

**In tal senso, quali le iniziative e i progetti in programma promossi dal Ministero?**

"L'agenda dell'Unione Europea per la transizione energetica mira a ridurre del 55% le emissioni nocive entro il 2030 e raggiungere zero emissioni entro il 2050. A livello UE stiamo ribadendo in tutte le sedi l'importanza di consentire alle nostre imprese di cogliere le opportunità che derivano da questa rivoluzione nei tempi giusti, senza approcci ideologici pericolosi per la competitività. Le misure sono molteplici per sostenere le imprese nella revisione digitale e ambientale dei processi produttivi, cercando al contempo di offrire strumenti di formazione a tutela dell'occupazione.

Attualmente nell'ambito di rinegoziazione del RepowerEU, abbiamo approvato il Piano Transizione 5.0, che assegna 6,3 miliardi



per supportare e incentivare il tessuto produttivo nella transizione energetica. Saranno inclusi anche gli investimenti in formazione fino a un massimo del 10% dell'investimento agevolabile. Il nuovo Piano rappresenta un'evoluzione e un potenziamento del piano Transizione 4.0 - che resterà comunque in vigore fino al 2025 - nel quale le imprese hanno a disposizione ulteriori 6,4 miliardi da investire in digitalizzazione."

**Quali le priorità individuate per il rafforzamento della cooperazione tra i due Paesi? E che ruolo gioca la sostenibilità in questo contesto?**

"Stiamo lavorando per consolidare la collaborazione scientifica e tecnologica tra i nostri Paesi attraverso la stipula di un Protocollo Esecutivo, che avrà l'obiettivo di promuovere la sinergia tra le istituzioni accademiche italiane e svizzere, focalizzandosi su settori non inclusi nei programmi dell'Unione Europea.

Importante è anche il programma europeo di cooperazione transfrontaliera Interreg Italia-Svizzera 2021-2027, che contribuisce agli obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite e affronta esigenze comuni ai due lati della nostra frontiera, promuovendo la competitività e rafforzando la coesione economica e sociale.

Tra i temi prioritari, infine, rientrano l'innovazione tecnologica, la tutela dell'ambiente e del patrimonio naturale delle aree alpine e prealpine, il miglioramento della mobilità, la promozione dell'inclusione sociale e del turismo, nonché l'ottimizzazione dell'efficienza dell'amministrazione pubblica."

# SVIZZERA E ITALIA: INTERESSI COMUNI IN SETTORI STRATEGICI

Il contributo del consigliere federale **Guy Parmelin**, capo del Dipartimento federale dell'economia, della formazione e della ricerca (DEFR)

**Quale importanza economica ha l'Italia per la Svizzera? E quale ruolo hanno le aziende e la responsabilità sociale d'impresa?**

"In qualità di viticoltore, l'Italia mi sta particolarmente a cuore. Tuttavia, i nostri due Paesi hanno in comune molto più del buon vino: la penisola è uno dei partner commerciali più importanti della Svizzera. Ogni settimana vengono scambiati beni e servizi per un valore di oltre 1 miliardo di franchi svizzeri. Circa il 40% degli scambi si concentra nelle regioni di confine.

La Svizzera è anche un importante investitore in Italia, con investimenti diretti nel 2022 di circa 23 miliardi di franchi. Inoltre le imprese svizzere impiegano circa 50.000 persone in Italia. I nostri due Paesi condividono interessi comuni in settori strategici come la farmaceutica, l'energia, le infrastrutture e i trasporti. Come in Italia, le PMI sono la spina dorsale dell'economia svizzera. Queste imprese creano posti di lavoro e prosperità, ma sono anche chiamate a gestire le loro attività in modo responsabile."

**Lo sviluppo di una politica concernente la promozione della responsabilità sociale d'impresa è una priorità per il vostro Dipartimento?**

"Lo sviluppo sostenibile è certamente una priorità per la Svizzera. Ciò include la promozione di standard riconosciuti a livello globale per la protezione dell'ambiente, della biodiversità, dei diritti umani e dei diritti dei lavoratori. Per promuovere una governance aziendale responsabile, la Segreteria di Stato dell'Economia (SECO) del mio Dipartimento promuove in particolare l'attuazione dei seguenti standard riconosciuti: le Linee Guida dell'OCSE per le imprese multinazionali sulla responsabilità sociale d'impresa e i Principi guida delle Nazioni Unite su imprese e diritti umani, nonché le disposizioni vincolanti in materia di sostenibilità negli accordi di libero scambio.

La SECO monitora anche il contesto normativo in questo settore, che sta attraversando una fase di grandi cambiamenti. A causa della stretta

interdipendenza economica, gli sviluppi normativi nell'UE sono particolarmente rilevanti per la Svizzera. Il nostro obiettivo è ridurre al minimo il carico burocratico."

**Quali sono gli incentivi per le aziende per attuare politiche in tal senso?**

"Un'attuazione coerente della responsabilità sociale d'impresa (Corporate Social Responsibility o CSR) presenta diversi vantaggi: può portare a una posizione favorevole sul mercato, alla promozione dell'innovazione, alla certezza del diritto e a evitare rischi di reputazione. L'etica del datore di lavoro influisce positivamente anche nelle

attività di reclutamento e sulla cultura aziendale, poiché i dipendenti prestano sempre più attenzione ai valori aziendali".

**Cosa significa fare impresa responsabilmente? Quanto è importante il ruolo delle istituzioni nel guidare questo processo insieme alle aziende?**

"La CSR abbraccia un'ampia varietà di tematiche di cui il management aziendale deve tenere conto. Tra queste figurano le condizioni di lavoro, i diritti umani, la tutela dell'ambiente, la prevenzione della corruzione, la concorrenza leale, gli interessi dei consumatori, la fiscalità e la trasparenza. Le autorità svolgono un ruolo importante nella creazione di condizioni quadro, come i requisiti legali e lo sviluppo di standard armonizzati a livello internazionale, come le linee guida dell'OCSE per una condotta aziendale responsabile. Inoltre, sosteniamo in particolare le PMI con strumenti e formazione per l'attuazione della CSR.

Ad esempio, da quest'anno fornisce alle aziende uno strumento semplice per l'analisi dei rischi legati ai diritti umani, all'ambiente e alla governance."

**In questo senso, quali sono le principali iniziative legislative in materia di responsabilità sociale d'impresa?**

"Diversi paesi, tra cui la Svizzera, hanno introdotto obblighi di diligenza vincolanti per le imprese o sono in procinto di adottarli. Come accennato, gli sviluppi giuridici nell'UE sono particolarmente rilevanti per la Svizzera. Il 1° gennaio 2022 sono entrate in vigore in Svizzera le nuove disposizioni legali del Codice delle obbligazioni svizzero in materia di rendicontazione della sostenibilità e di diligenza nei settori del lavoro minorile e dei rischi connessi ai minerali originari di zone di conflitto.

A seguito degli ultimi sviluppi nell'UE, il Consiglio federale adeguerà anche le disposizioni sul reporting di sostenibilità e adotterà una bozza di consultazione nell'estate del 2024. Per quanto riguarda gli obblighi della dovuta diligenza, il Consiglio federale deciderà in merito all'eventuale necessità di adattare la legge svizzera una volta adottata formalmente una nuova direttiva dell'UE. Questo dimostra che la Svizzera sta lavorando a stretto contatto con i suoi partner più importanti, tra cui l'Italia, su progetti legislativi nell'ambito della responsabilità sociale d'impresa e della sostenibilità. Solo insieme possiamo dare un contributo alla sostenibilità e alla condotta aziendale responsabile."

SOSTENIAMO LE PMI CON STRUMENTI E FORMAZIONE PER L'ATTUAZIONE DELLA CSR

# SULLA TRANSIZIONE ENERGETICA ITALIA E SVIZZERA CONNESSE

L'intervista al Viceministro dell'Ambiente e della Sicurezza Energetica **Vannia Gava**

**Ambiente e territorio: quali le politiche ambientali in Italia di maggiore impatto per uno sviluppo sostenibile dell'ecosistema ambientale, sociale ed economico? Quali le priorità per i prossimi anni?**

"Non occorre scomodare i recenti eventi di cronaca per comprendere come la nostra Italia sia un Paese straordinariamente bello ma anche straordinariamente fragile. Né è più tollerabile agire in emergenza.

Pertanto, in cima all'agenda del Ministero dell'Ambiente e della Sicurezza Energetica c'è sicuramente la priorità di mettere in sicurezza il territorio, da nord a sud, con una programmazione strutturale e attenta, spendendo le risorse stanziate, tutte e bene, e agendo sugli interventi urgenti e prioritari. Solo nel 2024 abbiamo previsto fondi per oltre 1 miliardo di euro contro il dissesto idrogeologico e siamo al lavoro per snellire burocrazia e norme per velocizzare la messa a terra delle opere. Accanto a questo, stiamo agendo sul fronte del recupero del suolo.

In quest'ottica, tema di rilievo è la bonifica dei Siti di Interesse Nazionale che ci vede impegnati in maniera decisa e spedita, anche attraverso la nuova programmazione in arrivo dei Fondi di Sviluppo e Coesione. 500 milioni di euro del PNRR sono stati destinati, poi, al recupero e alla riqualificazione dei siti orfani. Senza trascurare tutta la partita delle fonti rinnovabili: abbiamo

davanti obiettivi sfidanti che ci impongono la ricerca e l'individuazione di un giusto equilibrio tra tutela del territorio e sviluppo di energia. A questo scopo serviranno il decreto aree idonee, ad esempio, ma anche lo sviluppo di soluzioni innovative come l'agrivoltaico, per cui abbiamo stanziato oltre un miliardo di euro, e tecnologie off shore."

**Come rispondono le aziende alla necessità di una transizione verso un'economia verde? Ci sono particolari settori che richiedono maggiore attenzione e risorse da parte delle istituzioni?**

"È bene chiarire che le nostre aziende non chiedono sussidi ma uno Stato che sia loro vicino e che sappia governare la transizione con pragmatismo e politiche concrete e sostenibili. Abbiamo l'ambizione di centrare un duplice obiettivo: da un lato, favorire la transizione con soluzioni innovative che abbiano raggiunto la piena maturità tecnologica, dall'altro, promuoverne la sperimentazione di ulteriori attraverso incentivi e investimenti diretti, sostenendo, in particolare, i settori che sono chiamati a sforzi maggiori come l'industria Hard To Abate.

Per quanto riguarda il primo obiettivo, si tratta di mettere in campo semplificazioni normative che diano agli investimenti celerità e certezza della loro messa a terra; per centrare il secondo, occorre realizzare in tempi rapidi tutte le misure del PNRR con

cui introduciamo, ad esempio, l'idrogeno nei processi industriali, potenziamo le reti elettriche in ragione di una sempre maggiore elettrificazione dei processi e, soprattutto, apriamo la strada al nucleare con fonte di energia pulita che potrà presto alimentare i nostri distretti industriali. È ora di dire basta ai tabù che per troppo tempo ci hanno tenuti legati al cappio della dipendenza dall'estero. Abbiamo il dovere di mettere in sicurezza il Paese sul fronte energetico."

**Sul tema delle risorse, i fondi del NextGenerationEU, in Italia stanziati tramite il PNRR, sono uno strumento cardine per lo sviluppo sostenibile dei prossimi anni: quali sono i progetti in cantiere per il Paese?**

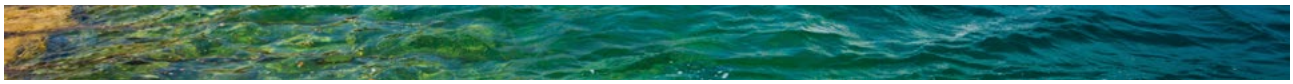
"Innanzitutto, mi consenta di complimentarmi con il dipartimento PNRR del Mase. È recente il dato secondo il quale l'Italia è in testa ai Paesi dell'UE per obiettivi raggiunti nell'ambito dell'attuazione del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, indice del fatto che stiamo lavorando bene e spediti. Nell'ambito del PNRR, un terzo delle risorse è destinato proprio alla transizione ecologica. Nel 2023 siamo entrati nel vivo della messa a terra degli investimenti per quanto riguarda, in particolare, l'economia circolare con tutto il pacchetto di risorse per potenziare la meccanizzazione degli impianti e la raccolta differenziata, quindi i progetti faro attraverso cui favoriamo l'innovazione e le migliori pratiche e l'avvio degli investimenti per la realizzazione e l'ammodernamento degli impianti di depurazione e di efficientamento delle reti idriche. Sul fronte energetico, finanziamo la realizzazione di nuovi impianti di biometano e stiamo finalizzando la misura per l'efficientamento di quelli a biogas. Infine, le Comunità Energetiche Rinnovabili, destinatarie di corposi incentivi con la pubblicazione delle linee guida del GSE."

**Italia e Svizzera insieme per un futuro più green: quali i margini di collaborazione?**

"Italia e Svizzera collaborano già in modo sereno da lungo tempo. Risale al 1972 la Commissione internazionale CIPAIS per la protezione delle acque e il contrasto all'inquinamento, sia dei laghi (Lugano, Maggiore, etc.) che dei corsi d'acqua che segnano il confine o lo attraversano. Nell'ambito di questa iniziativa, di rilievo è la cooperazione sviluppata per il torrente Spol e il lago di Costanza per affrontare sinergicamente i periodi di siccità.

Si aggiunga che l'Italia è il Paese verso il quale la Svizzera esporta più energia idroelettrica. Sul fronte della sfida della transizione energetica e della decarbonizzazione, inoltre, Italia e Svizzera sono già pienamente connesse - unite attraverso il passo del Gries - nell'ambito del SoutH2 Corridor, grande infrastruttura che sta prendendo forma e che sarà fondamentale per la creazione di una spina dorsale per trasportare l'idrogeno dall'Africa all'Europa."

PER LA PROTEZIONE DELL'AMBIENTE COLLABORIAMO GIÀ IN MODO SERENO DA LUNGO TEMPO



# In ABB integriamo la sostenibilità in tutto ciò che facciamo.

Crediamo che lo sviluppo sostenibile significhi progresso verso un mondo più sano e più prospero oggi e per le generazioni future. Ciò significa bilanciare le esigenze della società, dell'ambiente e dell'economia. Per raggiungere questo obiettivo, agiamo e incorporiamo questo approccio al business lungo la nostra catena del valore, creando valore superiore per tutti i nostri stakeholder.

La nostra strategia di sostenibilità 2030 si basa su quattro pilastri sui quali siamo impegnati a produrre un impatto concreto: ridurre le emissioni, preservare le risorse, promuovere il progresso sociale, seguire senza alcun compromesso i più elevati standard di condotta etica.

Diamo energia alla trasformazione della società e dell'industria per ottenere un futuro più produttivo e sostenibile.
**Inquadra il QR e scopri come**

ABB

RhB

# Il Trenino dell'Albula

Patrimonio mondiale UNESCO
**www.rhb.ch/albula**

**Informazioni e prenotazioni**
Tel +41 81 288 65 65
railservice@rhb.ch

ilGIRASOLE
ilgirasoleviaggi.it • VIAGGI E VACANZE SU MISURA

Il Trenino Rosso di...
Adriatica VIAGGI
www.treninorosso.it

# INNOVAZIONE, SOSTENIBILITÀ E RAPPORTI SVIZZERA-UE

Insieme ad **Alexandre Edelmann**, a capo di Presenza Svizzera a.i., per scoprire la missione dell'unità del Dipartimento federale degli affari esteri

**Presenza Svizzera nasce nel 2001. Quali il suo ruolo e il suo scopo e come si sono evoluti in oltre 20 anni di attività? E quale il raggio di azione in Italia?**

"Da circa 15 anni, con l'integrazione di Présence Suisse nel Dipartimento federale degli affari esteri, la nostra missione è definita da una base legale, la legge e l'ordinanza federali sulla promozione dell'immagine della Svizzera all'estero, e dalla strategia di comunicazione internazionale del Consiglio federale, che viene definita ogni quattro anni. In breve, il nostro ruolo è contribuire, attraverso azioni di comunicazione, a una percezione positiva e informata della Svizzera presso i pubblici target pertinenti, al fine di favorire decisioni positive nei confronti del nostro Paese e creare opportunità per gli attori svizzeri, nei settori importanti, sia direttamente sia collaborando o sostenendo le ambasciate svizzere nelle loro attività. Nella strategia attuale, i temi dell'innovazione, della sostenibilità, dell'economia, della piazza finanziaria e delle relazioni Svizzera-Europa sono definiti come priorità. Collaboriamo con attori pubblici e privati. Sviluppiamo e gestiamo anche le House of Switzerland durante le Olimpiadi e i Padiglioni svizzeri durante le Esposizioni universali.

L'Italia è un paese molto importante per la Svizzera e, logicamente, anche nelle azioni di comunicazione, per diverse ragioni

evidenti per i vostri lettori e lettrici: Paese vicino, membro importante dell'UE, storia comune ricca, lingua comune, e molto altro. L'Ambasciata svizzera in Italia e il Consolato generale svizzero a Milano hanno un programma di attività ricco e diversificato. Présence Suisse ha due grandi progetti in Italia in questo momento. Proponiamo con Pro Helvetia una House of Switzerland durante la settimana del design di Milano (Salone del Mobile) e saremo presenti a Milano e nelle montagne durante le Olimpiadi e Paralimpiadi invernali 2026 Milano Cortina. Opportunità di scambi e di visibilità!"

**Nell'ambito della comunicazione internazionale uno degli assi della strategia 2021-2024 si concentra proprio sulla sostenibilità. Ma cosa significa comunicare efficacemente gli obiettivi di sostenibilità all'estero?**

"Il tema della sostenibilità è globale e diversificato, con letture diverse a seconda dei pubblici target e dei paesi. Non ci concentriamo sulla comunicazione degli obiettivi di sostenibilità all'estero, questa missione è quella delle organizzazioni internazionali, come l'ONU. Cerchiamo invece di presentare il ruolo della Svizzera, sia per i suoi propri obiettivi che per la sua cooperazione attiva con altre nazioni o organizzazioni. Nessun paese ha la soluzione da solo. Di fronte a questa responsabilità collettiva, le nostre azioni di comunicazio-

ne devono valorizzare ciò che viene fatto, sia dalla Confederazione che dagli altri attori pubblici, come i Cantoni e le città, che dal settore privato e dalla società civile.

Essendo le sfide della sostenibilità trasversali, affrontiamo questo tema non solo nella sua dimensione propria, ma anche e soprattutto attraverso i nostri altri assi prioritari, in particolare l'innovazione e la piazza finanziaria. Una transizione verso un mondo più sostenibile non potrà avvenire senza la finanza sostenibile e senza l'innovazione, anche se questo non risponde a tutte le sfide. La Svizzera ha competenze consolidate e riconosciute in questi due settori. Collegarle permette di valorizzare i nostri punti di forza, ma anche la nostra volontà di contribuire a soluzioni utili a tutti.

La House of Switzerland in Italia nel 2026 sarà una piattaforma in cui questa questione sarà anche tematizzata, intorno alle Alpi, che costituiranno uno dei fili conduttori della nostra presenza. La sostenibilità, nei suoi tre fattori (ambientali, sociali e di governance), vi gioca un ruolo centrale, con sfide concrete per le popolazioni, sul territorio e ben oltre. Numerose iniziative transfrontaliere esistono e dimostrano l'importanza della cooperazione e le sfide comuni. Un'opportunità importante per andare avanti insieme!"

# COLLABORAZIONE TRA TUTTI E A OGNI LIVELLO

Le chiavi per la transizione verso lo sviluppo sostenibile spiegate da **Enrico Giovannini**, Direttore scientifico di ASviS

**A ottobre scorso è uscito il Rapporto ASviS 2023: cosa è emerso?**

"Il Rapporto descrive lo stato dell'arte, a livello mondiale, europeo e nazionale, in termini di attuazione dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite per lo sviluppo sostenibile. Dallo studio emerge chiaramente che la situazione è tutt'altro che favorevole a livello globale. La pandemia, la guerra in Ucraina, l'inflazione hanno fatto retrocedere il mondo rispetto alla traiettoria di sviluppo immaginata dall'Agenda 2030. Per ciò che concerne l'Italia, purtroppo, a differenza di quanto fatto dall'Unione Europea, il nostro Paese non ha abbracciato con determinazione e concretezza la strada verso lo sviluppo sostenibile.

All'Italia è mancata e manca tuttora una prospettiva integrata delle diverse politiche ambientali, sociali, economiche e istituzionali per la sostenibilità. Certo, dal 2015 in avanti ci sono stati progressi e decisioni positive, ma l'assenza di un impegno unanime e coordinato da parte delle istituzioni, delle imprese e delle forze politiche e sociali impedisce all'Italia di accelerare la transizione e contenere l'aumento delle disuguaglianze.

Tra il 2015 e il 2019, per esempio, la quota di famiglie in condizione di povertà assoluta è salita dal 6,1% al 7,5%; inoltre, abbiamo ancora 1,7 milioni di giovani che non studiano e non lavorano. Sul piano ambientale si registra il 42% di perdite dai sistemi idrici, mentre il degrado del suolo interessa il 17% del territorio nazionale.

Per quanto riguarda la dimensione economica passi avanti sono stati compiuti per l'economia circolare (il consumo materiale pro capite si è ridotto del 33% in dieci anni) ed è cresciuto il tasso di innovazione (+21% tra il 2010 e il 2018), ma molte imprese mostrano ancora forti resistenze a investire nella trasformazione digitale ed ecologica. Nell'ultimo decennio sono inoltre cresciuti alcuni reati contro la persona, come le violenze sessuali (+12,5%) e le estorsioni (+55,2%), ed è forte anche l'aumento di tutti i reati informatici, quali truffe e frodi (+152,3% rispetto al 2012)."

## DALLO STUDIO EMERGE CHE LA SITUAZIONE È TUTT'ALTRO CHE FAVOREVOLE A LIVELLO GLOBALE

**L'Agenda 2030 delle Nazioni Unite stabilisce 17 Obiettivi per affrontare le sfide globali: fame, salute, acqua, povertà, energia, infrastrutture, occupazione, disuguaglianze, clima, pace, istruzione. Quali i maggiori ostacoli per il raggiungimento di questi entro il 2030? C'è la necessità di rivedere i tempi?**

"L'Agenda 2030 è minacciata dalla mancanza di risorse finanziarie per molti stati in tutto il mondo, dal crescere delle disuguaglianze, dalle crisi ambientali, dai conflitti, dalla scarsa cooperazione internazionale, dalla consapevolezza limitata e dall'instabilità politica. Affrontare queste sfide richiede uno sforzo multilivello, dalla scala della politica internazionale a quella statale, dalle amministrazioni locali ai singoli individui.

Rivedere i tempi di attuazione dei 17 Obiettivi e 169 Target approvati nel 2015, rischierebbe di far rimandare ancora una volta decisioni che invece dobbiamo prendere oggi, come sottolinea la comunità scientifica, e investire per affrontare grandi questioni da cui dipende il benessere dell'umanità, quali la crisi climatica e la perdita di biodiversità. Non possiamo perdere ulteriore tempo. Dobbiamo accelerare, non rallentare."

**Istituzioni e aziende insieme per un futuro sostenibile: cosa prevede la Strategia Nazionale di Sviluppo Sostenibile pubblicata dal Ministero dell'Ambiente e della Sicurezza Energetica (8 novembre 2023, ndr)?**

"La Strategia, che rappresenta un passo avanti importante rispetto a quella approvata nel 2018, indica con chiarezza 72 obiettivi strategici correlati ai 17 Obiettivi dell'Agenda 2030 e individua le leve abilitanti per integrare pienamente la sostenibilità in tutte le politiche pubbliche. Con sette anni di ritardo rispetto alla firma dell'Agenda 2030, la coerenza delle politiche, la cultura dello sviluppo sostenibile e la partecipazione della società civile - tutti elementi sistematicamente proposti dall'ASviS in questi otto anni di lavoro - sono diventati finalmente centrali, ma ora bisogna passare dalle parole ai fatti, soprattutto in termini di coerenza delle politiche pubbliche. Ci auguriamo che il governo si impegni a colmare i numerosi e gravi ritardi accumulati finora, sia a livello nazionale che internazionale, anche stimolando l'azione dei Paesi del G7, di cui l'Italia ha la presidenza nel 2024."

**"L'Utopia Sostenibile": come scriveva nel suo libro del 2018, il cambiamento parte da come vediamo, interpretiamo e affrontiamo i problemi del nostro tempo. Cosa serve per renderlo concreto?**

"Lo sviluppo sostenibile richiede un approccio olistico che coinvolge i diversi settori della società. Formazione e informazione sui temi ambientali, economici e sociali sono tra gli elementi necessari per spingere individui, comunità e aziende ad abbracciare il paradigma della sostenibilità e trasformare l'utopia in azioni concrete. I governi devono attuare politiche che promuovano tecnologie e organizzazioni della vita delle imprese e degli individui orientate alla sostenibilità. Le imprese devono assumere chiare responsabilità sociali ed ecologiche, adottando pratiche produttive eco-compatibili lungo tutta la catena di approvvigionamento.

L'impatto delle azioni intraprese deve essere monitorato in maniera costante, per intervenire e apportare miglioramenti nel corso dei cambiamenti. Insomma, una collaborazione tra tutti, e a ogni livello, è la chiave per rendere effettiva e tangibile la transizione verso uno sviluppo sostenibile. E si può fare, anzi si deve. Perché l'alternativa a uno sviluppo sostenibile è uno sviluppo insostenibile come l'attuale. E vediamo i danni che tutto ciò provoca e sempre più provocherà alle persone e al Pianeta."

# AMBIENTE, SOCIETÀ, ECONOMIA LA DELICATEZZA DELL'EQUILIBRIO

Con **Davide Chiaroni**, Co-fondatore Energy & Strategy, Politecnico di Milano, per parlare delle sfide trasformative del sistema economico

**Cosa significa rendere un'impresa sostenibile?**

"Oggi il concetto di sostenibilità si è ampliato. Siamo passati dalla sostenibilità ambientale intesa in senso stretto a un'attenzione alla sostenibilità più ampia, quella della triple bottom line - quindi economica, ambientale e sociale. Far diventare un'impresa sostenibile significa renderla in grado di coniugare i tre aspetti, sviluppare la capacità di continuare a fare il proprio business in maniera efficace generando sia valore per l'impresa e per i suoi azionisti sia ricadute positive sul fronte ambientale. Bisogna fare in modo di trovare il migliore equilibrio tra le effettive possibilità dell'impresa di ridurre il proprio impatto e le azioni e le decisioni che vengono poi prese per farlo. E poi c'è un altro tema altrettanto importante. Quello della sostenibilità sociale, con due declinazioni: da un lato l'impatto dell'impresa nelle comunità in cui opera, ponendo quindi l'attenzione alle ricadute non soltanto economiche ma anche sociali; dall'altro, in un sistema sempre più interconnesso e globale, l'attenzione affinché tutte le attività dell'impresa abbiano alle spalle attività che siano socialmente accettabili. Infine, l'ultimo tassello evolutivo di questa visione della sostenibilità - da economica a economica e ambientale, a economica, ambientale e sociale - riguarda il fatto che sempre più spesso il concetto di sostenibilità non è limitato al perimetro dell'impresa, ma è l'impresa nel suo ecosistema. Non basta più che si comporti bene con i propri dipendenti o con le comunità con cui è direttamente coinvolta, ma si deve accertare che tutta la sua catena di fornitura da un lato e di distribuzione dall'altro facciano lo stesso. Un concetto diventato più ampio, sfidante e con più attenzione al fatto che l'impresa sia trasparente anche dal punto di vista della comunicazione. C'è sempre maggiore consapevolezza da parte dei clienti e della società rispetto a quanto questi aspetti vadano trattati come un processo di business. Aspetti che vanno quindi analizzati, misurati, che devono entrare a far parte del modo di fare impresa."

**Strategie di sostenibilità, fattori ESG e DE&I: qual è la loro incidenza sulla valutazione di un'azienda?**

"Ci sono due aspetti fondamentali in riferimento a questi temi che impattano sulla vita dell'azienda. Uno in particolare, la visibilità dell'azienda rispetto al sistema dei clienti e a quello sociale. L'azienda che non dimostra di prendere azioni concrete per migliorare i propri processi di inclusione, evitare che si creino diseguaglianze e bias evidenti al proprio interno, oggi è messa sotto i riflettori. E ovviamente più grande è l'impresa più questa tematica diventa importante. Ma c'è anche un secondo aspetto, spesso sottovalutato. Ovvero la rilevanza di questi temi nei processi

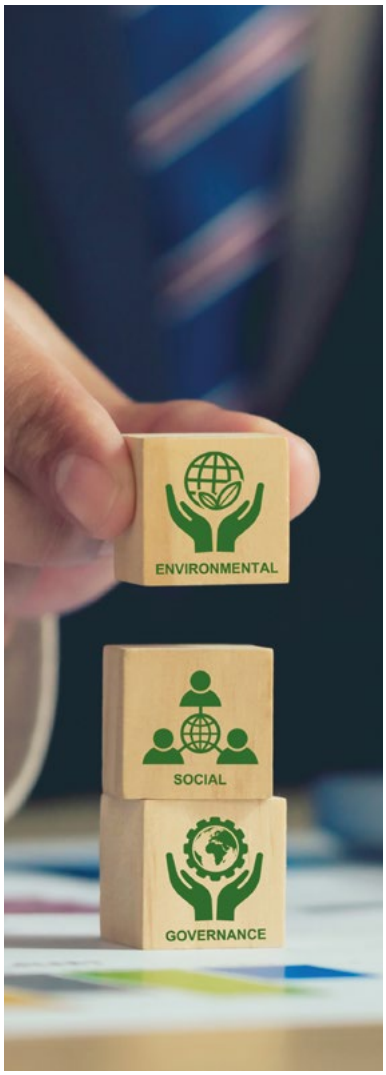
di recruitment: oggi un'azienda che voglia attrarre talenti deve dimostrare loro di prendersi cura di queste tematiche. Le nuove generazioni che oggi si affacciano sul mondo del lavoro hanno una visione più fluida, cercano equilibri maggiori tra vita professionale e vita privata. E questo è un dato di fatto che impatta in maniera significativa sulla capacità di attrazione di un'azienda."

**In che modo le aziende stanno integrando le pratiche di sostenibilità nei modelli di business e piani strategici? Quali i vantaggi che comporta?**

"Su questo, ci sono due aspetti importanti. Il primo è meramente economico: la sostenibilità ambientale intesa come riduzione dei consumi energetici e di risorse legati alla propria attività produttiva oggi ha una traduzione economica molto forte. Il risparmio energetico e l'utilizzo delle risorse ha già una ricaduta concreta, immediata. Il tema della sostenibilità sociale e dell'inclusione, ha invece una ricaduta economica nel più lungo periodo: riguarda la capacità di attrarre risorse e catturare un segmento di mercato che è in maniera crescente più attento a queste tematiche. Se fino a qualche anno fa questi fattori potevano essere importanti ma non decisivi per il cliente, oggi sono un differenziale competitivo sul mercato, diventano una ragione per cui il cliente sceglie il prodotto di un'azienda rispetto a quello di un competitor. Fattori che incidono non soltanto nel mercato B2C, ma che diventano un differenziale anche nel mercato B2B.
Quello che una decina di anni fa nel mondo B2B poteva essere un 'nice to have', cioè avere politiche di gestione ambientale organizzate e strutturate o avere a disposizione una catena di fornitura controllata, oggi diventa un fattore abilitante. Se da un lato si è mosso il mercato finale con una maggiore attenzione da parte del cliente, dall'altro bisogna rendere merito del fatto che si è mossa molto la politica, soprattutto a livello europeo. E questo ha generato una catena di reazioni che possiamo definire un circolo virtuoso che coinvolge le grandi imprese, le medie, fino a tutto il sistema ancillare di servizi a supporto."

**È possibile allineare gli obiettivi economici, sociali e ambientali per uno sviluppo sostenibile?**

"Questo allineamento è un po' la sfida di oggi. Ci sono ancora tanti trade-off da risolvere. Talvolta qualità di un prodotto e sostenibilità non coincidono, e l'azienda non trova una condizione sufficiente per garantire quindi la sostenibilità ambientale. È proprio su questa scelta che molte imprese si scontrano - sui nuovi materiali, sui nuovi processi di recupero e riciclo - e quanto questa impatta sull'effettiva possibilità di




portare a termine i processi di trasformazione. C'è poi il tema della sostenibilità sociale. La riorganizzazione dell'attività produttiva e l'adozione di sistemi più sostenibili ambientalmente ed economicamente, implicano la ridefinizione del proprio posizionamento geografico, il che genera inevitabilmente un impatto molto forte su alcune comunità locali. Se prima l'azienda doveva mantenere un equilibrio tra sostenibilità economica e massimizzazione del profitto, oggi deve accettare equilibri nuovi derivanti da un compromesso tra i tre fattori. Questa è la sfida più complicata, anche perché è una sfida trasformativa del sistema economico."

# SEMPRE PIÙ EFFICIENZA ENERGETICA ED ELETTRIFICAZIONE

**Eliana Baruffi**, Country Communications Manager ABB SpA, illustra il percorso dell'azienda verso la transizione ecologica

Tra le possibili azioni contro il cambiamento climatico, l'efficienza energetica offre le migliori prospettive a breve termine per la riduzione delle emissioni di CO2. Per questo sosteniamo la transizione ecologica dei nostri clienti e fornitori promuovendo l'utilizzo di tecnologie innovative che ottimizzino i consumi energetici: nell'industria, negli edifici e nelle città, nei trasporti.

**L'INDUSTRIA** rappresenta il 25% della domanda di elettricità. Le tecnologie richieste per aumentare l'efficienza energetica sono già disponibili e i prezzi elevati dell'energia forniscono valide ragioni per il loro utilizzo in tempi rapidi. I possibili campi di intervento sono molteplici: il corretto dimensionamento dei macchinari industriali per evitare sprechi di energia, l'elettrificazione delle flotte industriali, l'installazione di sensori e il monitoraggio digitale dell'energia, l'impiego di azionamenti a velocità variabile (che migliorano l'efficienza di un sistema con motore elettrico fino al 25%), l'aggiornamento dei componenti obsoleti dei sistemi di distribuzione elettrica.

Negli **EDIFICI** le soluzioni BMS (Building Management System) permettono di controllare e ottimizzare i consumi degli impianti elettrici, illuminazione e climatizzazione risparmiando energia e riducendo le emissioni. Per la Building Automation, ABB offre un ecosistema di prodotti che assicurano comfort, sicurezza energetica e sostenibilità. Le reti di distribuzione elettrica intelligenti abilitate dalle tecnologie ABB per l'elettrificazione supportano la transizione energetica.

Nel **SETTORE TRASPORTI** aiutiamo a trasformare gli sviluppi sostenibili in risultati concreti nel trasporto su strada (pubblico e privato) nel ferroviario e nel navale.

Abbiamo adottato i principi dell'economia circolare nella nostra catena del valore riducendo i rifiuti, aumentando il riciclo e la riutilizzabilità dei materiali, ma soprattutto rendendo i nostri prodotti più durevoli. Prodotti che vengono fabbricati con la massima quantità possibile di materie prime provenienti da fonti sostenibili e realizzati con processi progettati per evitare gli sprechi.

La denominazione ABB EcoSolutions garantisce la piena trasparenza sul valore di circolarità e sull'impatto ambientale dei nostri prodotti (dichiarazione ambientale di prodotto ISO 14025, o valutazione del ciclo di vita secondo gli standard ISO 14040). Ci assicuriamo inoltre che zero rifiuti industriali provenienti dalle nostre attività vengano smaltiti in discarica, laddove ciò sia compatibile con le condizioni e le normative locali. In Italia, lo stabilimento di Frosinone[1] e lo stabilimento di Santa Palomba[2] hanno già raggiunto l'obiettivo di zero rifiuti industriali in discarica.

Ultimo, ma non per importanza, il tema del progresso sociale: all'interno di ABB lavoriamo per ambienti di lavoro sicuri, giusti, equi e inclusivi in cui le persone possano avere successo e crescere. ABB Italia ha ottenuto nel 2023 da DNV la certificazione sulla parità di genere, un riconoscimento del percorso concreto avviato nel tempo in questo ambito. L'impegno verso le nuove generazioni, con progetti legati alla professioni del futuro e all'imprenditorialità, caratterizzano l'impegno di ABB Italia da oltre 20 anni. ABB Italia è stata inserita nella classifica di Statista - Corriere della Sera 2024 sulle migliori aziende e realtà in cui lavorare in Italia, classificandosi prima nel proprio settore di riferimento.

1 *Zero rifiuti in discarica nello stabilimento ABB di Frosinone*, comunicato stampa di Gruppo, Frosinone (Italia), 14 settembre 2023.

2 *Lo stabilimento ABB di Santa Palomba raggiunge l'obiettivo di zero rifiuti in discarica*, comunicato stampa di Gruppo, Zurigo (Svizzera), 22 settembre 2022.

# DE&I: UNA SFIDA CULTURALE NECESSARIA

Di **Claudio Soldà**, CSR & Public Affairs Director di The Adecco Group Italia

Quello della Diversity, Equity & Inclusion è un tema che, oggi più che mai, necessita di essere affrontato con attenzione e profondità, sia per il crescente interesse che si riscontra nell'opinione pubblica, sia per la nuova centralità che sta acquisendo sul piano politico a livello globale. Basti pensare al fatto che, con il suo Obiettivo 10, l'Agenda ONU 2030 si propone di ridurre le ineguaglianze all'interno e tra le nazioni, fissando al 2030 il potenziamento e la promozione dell'inclusione sociale, economica e politica di tutti a prescindere da età, sesso, disabilità, etnia, origine, religione o condizione economica. In questo panorama, le iniziative di DE&I rappresentano elementi chiave per le aziende, non solo in ottica di responsabilità sociale, ma anche per la loro crescita, il loro sviluppo, per poter intraprendere un'evoluzione che metta al centro il concetto - oramai imprescindibile - di sostenibilità.

In generale possiamo affermare che tali iniziative sono volte a garantire un trattamento equo e la partecipazione attiva di tutti alla vita delle organizzazioni. Ma cosa significano, in concreto, i termini "Diversity", "Equity" e "Inclusion" quando applicati al mondo del lavoro? Con "Diversity" ci si riferisce alla presenza e valorizzazione, all'interno della forza lavoro, di tutti i diversi gruppi di persone, con una particolare attenzione a quelli storicamente discriminati e meno rappresentati. "Equity" ha a che fare con il trattamento equo di tutti, garantendo che, nelle pratiche messe in atto dalle aziende, l'identità di ognuno non sia predittiva delle opportunità sul posto di lavoro. "Inclusion", infine, fa riferimento alla capacità delle organizzazioni e dei lavoratori di accogliere, ascoltare e valorizzare ogni individuo, consentendo a ciascuno di offrire il proprio contributo in termini personali e professionali. Si tratta di tematiche che, sempre più, dovranno diventare strutturali all'interno delle strategie di crescita delle organizzazioni, ed essere inserite in una prospettiva di lungo periodo. Solo così, infatti, i valori di diversità, equità e inclusione potranno divenire parte integrante della cultura aziendale e della società tutta. Ma, ad oggi, come si stanno muovendo le aziende italiane? Dalla ricerca "Diversity, Equity & Inclusion. Creare valore per il mondo del lavoro e per la società" realizzata da The Adecco Group in collaborazione con Fondazione Adecco, emerge che le aziende stanno sviluppando un nuovo impegno nei confronti della DE&I. Il 70% delle imprese intervistate dichiara infatti di essere attiva in tal senso, e il 94% di queste riconosce i vantaggi di tale approccio su diversi fronti - dal miglioramento della reputation e dell'innovazione dei processi, ai benefici in termini di fatturato oltre che di attraction e retention dei dipendenti. Vantaggi confermati anche dai candidati stessi: la metà degli intervistati (49%) dichiara infatti che la presenza di iniziative di DE&I costituisce un elemento importante nella scelta dell'azienda per cui lavorare. Questi dati delineano una tendenza crescente, da parte delle aziende italiane, a investire in attività di DE&I, nonostante ci sia indubbiamente ancora molto lavoro da fare. Per accelerare questo processo è dunque necessario supportare le imprese nella diffusione di una cultura della DE&I più capillare al proprio interno cosicché, sempre più, esse possano contribuire a un cambiamento culturale capace di generare benefici non solo a livello economico, ma anche sociale.

# L'IMPORTANZA DEI PICCOLI GESTI PER UN GRANDE CAMBIAMENTO

Con il Gruppo Helvetia Italia per parlare di sostenibilità in tutte le sue sfaccettature e di come una grande realtà può accogliere la sfida e trasformarla in opportunità. L'intervista a **Roberto Lecciso**, CEO, ed **Elena Repetto**, COO e Chief Sustainability Officer

## ROBERTO LECCISO, CEO DEL GRUPPO HELVETIA ITALIA

**"Life is full of opportunities and risks. We are there when it matters": l'obiettivo di Helvetia si ricollega ai principi di sostenibilità. Qual è il vostro approccio?**

"Esserci nel momento del bisogno, è un approccio che non può prescindere dall'essere presenti e attivi nelle sfide cruciali, quali ad esempio la lotta al cambiamento climatico e la tutela dell'ambiente. Per realizzare gli obiettivi della propria strategia, Helvetia mira a sviluppare un business sostenibile massimizzando i risultati anche attraverso il rispetto e la protezione dell'ambiente. Un approccio che adottiamo anche nei piccoli gesti quotidiani, promuovendo iniziative ESG a tutela del territorio locale per il miglioramento delle condizioni di vita della comunità e delle persone che collaborano con l'azienda."

**Nel 2023 Helvetia ha compiuto 75 anni di presenza assicurativa in Italia garantendo sicurezza, protezione e investimento. Come sono cambiate - e come rispondere - alle esigenze dei consumatori nell'era della transizione green?**

"I nostri 75 anni di esperienza rappresentano le solide fondamenta delle nostre competenze, ma nel prossimo futuro Helvetia dovrà continuare a essere in grado di rispondere ai bisogni assicurativi di clienti sempre più attenti e consapevoli, oltreché dimostrarsi capace di stare al passo con il cambiamento, intercettando e gestendo i nuovi rischi emergenti. Quello che all'inizio era una 'attenzione' sui temi legati all'ambiente e alle persone, adesso è diventata una 'esigenza' che si riversa anche sul business, sui prodotti e sui rischi che una compagnia deve gestire. Tutto ciò, richiede un elevato grado di specializzazione dal momento che le necessità dei clienti, in particolare delle nuove generazioni, sono sempre più collegate a fattori ESG e all'innovazione tecnologica. Specializzazione e innovazione tecnologica che continueremo a coniugare con il nostro caratteristico 'tocco umano' che esprimiamo con l'attenzione verso le persone e un costante dialogo costruttivo con tutti i nostri partner. Da sempre abbiamo un approccio consulenziale per supportare il cliente nella definizione delle proprie esigenze e preferenze nella scelta della soluzione assicurativa più adatta e oggi, sempre più, anche in tema di sostenibilità."

**Una crescita economica sostenibile e rispettosa dell'ambiente implica una modifica del modello tradizionale di sviluppo delle imprese. Come?**

"Lavoriamo principalmente su tre dimensioni per affrontare una crescita economica sostenibile e rispettosa dell'ambiente. La prima è quella strategica: sviluppiamo i nostri piani di crescita scegliendo di includere sempre i pilastri della sostenibilità, dall'integrazione di fattori ESG nei processi, nella sottoscrizione, nella remunerazione e gestione dei rischi fino all'acquisizione dei talenti. Tutti elementi,

insomma, che fino a qualche anno fa non era facile trovare in una strategia di business, specie in una compagnia assicurativa, ma che adesso consideriamo ordinari. Il secondo elemento è l'attivazione di iniziative locali mirate, attuate anche attraverso la revisione e l'efficientamento dei nostri processi e un maggiore utilizzo delle nuove tecnologie, che ci consentono di misurare i nostri obiettivi di sostenibilità e fare un uso consapevole delle risorse. Un principio importante quest'ultimo che, forse, è stato attuato in maniera un po' artigianale in passato, ma che adesso richiede una gestione industrializzata. In ultimo l'innovazione tecnologica, come elemento chiave nella trasformazione digitale e come fattore abilitante della transizione sostenibile, che facilita, tra le altre cose, le relazioni tra intermediario e cliente."

**Come è possibile rendersi protagonisti dei cambiamenti che danno nuova forma al mondo quali la transizione verde?**

"Prima di tutto, bisogna essere parte attiva nel continuo accrescimento della consapevolezza e nel coinvolgimento della comunità sui temi della sostenibilità, con particolare riferimento ai rischi e alle opportunità ad essi collegati. Il tema è globale e si ripercuote su tutti, soprattutto sulle nuove generazioni. Un'altra modalità è ripensare e ottimizzare i processi aziendali per ridurre l'impatto ambientale promuovendo l'economia circolare in tutti i settori, non solo in ambito manufatturiero ma anche in quello dei servizi, attingendo a fonti di energia rinnovabile, adottando una politica di riciclo e riuso reale, investendo in nuove tecnologie che tutelano l'ambiente e creano lavoro. Infine, ma non meno importante, bisogna concretamente desiderare di essere protagonisti del cambiamento. Nello specifico, per qualunque iniziativa, accanto a quello che può fare un'azienda, vale quello che possono fare le persone, il singolo, nella vita di tutti i giorni anche al di fuori della realtà aziendale. È importante, nella sostanza, dare attenzione a questi temi anche nelle piccole cose, nei piccoli gesti. Siamo tutti protagonisti del cambiamento: questo è l'atteggiamento propulsore delle iniziative di successo."

## ELENA REPETTO, COO E CHIEF SUSTAINABILITY OFFICER DEL GRUPPO HELVETIA ITALIA

**Sostenibilità oggi implica non solo un'attenzione maggiore all'impatto ambientale delle aziende, ma anche alle persone e i propri dipendenti. Qual è la strategia del Gruppo?**

"Il Gruppo Helvetia Italia promuove una cultura della sostenibilità più consapevole e olistica, condivisa con i propri intermediari e collaboratori. Nello specifico, persegue un approccio orientato al commitment attivo nei confronti delle tematiche ambientali e sociali. Proprio in quest'ottica, molte delle iniziative promosse in materia di Diversity & Inclusion hanno visto il coinvolgimento dei collaboratori. Un esempio è stata la redazione del 'Manifesto dell'inclusione' che definisce otto principi chiave per Helvetia in tema di leadership inclusiva e valorizzazione della diversità. Tra questi punti, quello che personalmente preferisco è legato al 'rispetto', presupposto fondamentale per l'inclusività. Tra le iniziative di cui siamo orgogliosi possiamo citare 'C'è chi dice no!', un progetto volto alla promozione di una cultura rispettosa della diversità e contraria a ogni forma di violenza di genere, che ha portato anche alla collaborazione con l'Arma dei Carabinieri. Helvetia considera l'ascolto fondamentale. Per questa ragione, attraverso survey e altre modalità di confronto scelte in funzione dei nostri interlocutori, indaghiamo periodicamente il livello di engagement e soddisfazione delle iniziative poste in essere per imparare e crescere, insieme."

**Prodotti sostenibili e relazioni con i clienti, investimenti responsabili, attività aziendali sostenibili, cultura della sostenibilità. Come vengono sviluppati i quattro pilastri della strategia di sostenibilità 20.25?**

"Come Gruppo Helvetia Italia promuoviamo lo sviluppo della nostra strategia ESG in forte allineamento con Casa Madre attraverso un approccio compliance-oriented in ambito ambientale, sociale, economico ed etico: i pilastri della strategia di sostenibilità. Di conseguenza, per ciascun pillar, abbiamo individuato i target e le azioni su cui lavorare per consolidare e far evolvere la nostra attività. Le nostre scelte di business hanno un impatto sulla società che ci circonda e siamo responsabili del loro effetto. Per questo la nostra Compagnia ha deciso di offrire prodotti considerati sostenibili secondo la normativa e la tassonomia.

Inoltre, nel 2023 Helvetia ha lanciato il suo nuovo prodotto dedicato al fotovoltaico per rispondere ai bisogni di protezione dei privati e delle aziende che scelgono di investire in energia pulita. Per quanto riguarda invece i servizi nei confronti dei clienti, stiamo sviluppando un progetto nell'ambito dei sinistri Motor. Quest'iniziativa mira a premiare le carrozzerie che scelgono di riparare i pezzi danneggiati piuttosto che sostituirli, in un'ottica di rispetto nei confronti dell'ambiente e gestione più sostenibile delle risorse.

**"HELVETIA DOVRÀ CONTINUARE A ESSERE IN GRADO DI RISPONDERE AI BISOGNI ASSICURATIVI DI CLIENTI SEMPRE PIÙ ATTENTI E CONSAPEVOLI, OLTRECHÉ DIMOSTRARSI CAPACE DI STARE AL PASSO CON IL CAMBIAMENTO, INTERCETTANDO E GESTENDO I NUOVI RISCHI EMERGENTI"**

In linea con l'obiettivo net-zero assegnatoci da Casa Madre entro il 2050, la nostra Compagnia si propone come un investitore responsabile: abbiamo particolare cura nel coniugare gli obiettivi economici con le valutazioni legate alle dimensioni ESG, al fine di realizzare rendimenti appetibili e di valore per i nostri azionisti.

Sempre con riferimento al target net-zero, il processo di riduzione della nostra impronta carbonica ed efficientamento energetico della sede Helvetia prevede svariate iniziative, come l'isola ecologica e il plastic free. Abbiamo definito una travel policy per la gestione del nostro parco auto, rendendolo progressivamente ad alimentazione ibrida o elettrica. Inoltre, nel corso del 2024, realizzeremo quattro impianti fotovoltaici sugli stabili del Centro Helvetia: si tratta di un importante investimento con l'obiettivo di produrre 400 mila kW, coprendo circa il 20% del nostro fabbisogno energetico annuo.

Il pilastro della cultura della sostenibilità racchiude le iniziative legate alle tematiche Diversity & Inclusion e Local Commitment. Si tratta di una delle fondamenta della nostra strategia e modello business, poiché ci impegniamo a essere un'impresa che vede nella dedizione alla comunità parte della propria mission. Promuoviamo quindi una cultura responsabile e trasparente, incoraggiamo la diversità e valorizziamo il talento, per creare un ambiente di lavoro equo e inclusivo in cui ognuno possa sentirsi motivato."

**Quanto è importante diffondere una cultura della sostenibilità più consapevole e olistica tra gli intermediari e i clienti del Gruppo? Quali le iniziative?**

"La chiave del successo delle nostre iniziative si colloca nell'awareness ed engagement dei nostri stakeholder: i migliori rappresentanti dell'impegno di Helvetia sono i suoi collaboratori, intermediari e clienti. Di conseguenza, ci stiamo impegnando nel rendere identitario l'impegno verso l'ambiente anche per i nostri partner, attraverso il loro coinvolgimento progressivo. Ad esempio, uno dei nostri progetti è diffondere un'offerta formativa sui temi ESG. Al fine di creare una cultura della sostenibilità condivisa, nel corso del 2023 abbiamo attivato delle iniziative preliminari verso i nostri stakeholder con l'obiettivo di indagare il loro livello di conoscenza sui temi ESG.

Attraverso una survey abbiamo individuato gli elementi ESG compliant e le relative iniziative avviate dai nostri partner in ambito sostenibilità. Ascoltando e dando voce agli agenti che si sono maggiormente distinti in quest'indagine, abbiamo creato il progetto 'Helvetia Green Team', che si amplierà gradualmente, con l'obiettivo di coinvolgere anche i nostri partner bancari attraverso la collaborazione con i loro referenti interni della sostenibilità. Infine, vorrei porre l'accento su un progetto a cui teniamo molto. In collaborazione con 3Bee, climate tech company nel settore della biodiversità, i dipendenti hanno contribuito a realizzare una 'Oasi Helvetia' dedicata alla tutela e riqualificazione dell'ambiente attraverso la piantumazione di alberi nettariferi. Dal 2024 questo progetto sarà esteso anche agli agenti."

**"IL GRUPPO HELVETIA ITALIA PROMUOVE UNA CULTURA DELLA SOSTENIBILITÀ PIÙ CONSAPEVOLE E OLISTICA, CONDIVISA CON I PROPRI INTERMEDIARI E COLLABORATORI"**

**Governance e gestione del rischio della sostenibilità: quali i cambiamenti nella vostra organizzazione e le politiche adottate?**

"A dimostrazione dell'importanza che conferiamo al nostro percorso di sviluppo in tema di sostenibilità, abbiamo scelto di rafforzare la governance interna. In primo luogo, a partire dal 2024 abbiamo esteso ad altri due executive il ruolo di membri del Comitato per la Sostenibilità.

Successivamente, in coerenza con le linee guida del Gruppo, è stata redatta la Policy in materia Sostenibilità e il relativo regolamento interno, che crea un raccordo con i comitati istituzionali locali e la funzione di Gruppo. In ultimo, abbiamo integrato le policy impattate dai temi ESG in ambito risk, investimenti e POG, facendo sì che la valutazione dei fattori ESG fosse sempre più estesa alla politica di selezione e scelta degli outsourcer. Siamo consapevoli che si tratta di temi di carattere regolamentare, ma la nostra sfida e ambizione è far sì che si inseriscano spontaneamente nella cultura aziendale."

# PRODUTTIVITÀ, SICUREZZA E SOSTENIBILITÀ

La promessa di Hilti per l'ambiente, le persone e la società. Gli interventi di **Alice Matteucci**, Southern Europe Sustainability Manager, e **Martino Incarbone**, Direttore commerciale - segmento industria

Making Construction Better - il purpose di Hilti per un futuro del settore più sostenibile ed etico. Come spiega **Alice Matteucci**, Southern Europe Sustainability Manager di Hilti, in un'intervista a Internet4Things (10 gennaio 2024, ndr): "La sostenibilità, insieme alla produttività e alla sicurezza, è uno dei tre pilastri della promessa al cliente, per creare un settore delle costruzioni migliore." Un obiettivo concreto per affrontare le sfide dell'edilizia oggi: la carenza di manodopera specializzata, la salute e la sicurezza nei cantieri, e la riduzione delle emissioni di carbonio.

Un comparto che, in Italia, rappresenta quasi il 6% dell'occupazione e il 4,5% del PIL (2020) e in Svizzera supera il 9%. Settore non esente dalle richieste sempre maggiori di sostenibilità - dal rispetto per l'ambiente circostante a quello per la sicurezza e la salute dei lavoratori.

Richieste che inevitabilmente ricadono sulle scelte e azioni delle aziende. Come illustra il Direttore commerciale - segmento industria **Martino Incarbone**: "In Hilti vogliamo contribuire a un mondo più sostenibile, gestendo la nostra attività con un impatto minore sull'ambiente e con una maggiore tutela della salute e sicurezza nelle costruzioni, e a una società più equa. Il nostro successo a lungo termine può essere garantito solo attraverso una strategia aziendale che valorizzi gli aspetti ambientali, umani e sociali insieme ai fattori economici."

Una strategia che punta a voler "diventare leader nell'accezione di miglior partner che gli attori del mondo delle costruzioni possano scegliere per raggiungere i propri obiettivi, anche di sostenibilità" - ribadisce infatti Matteucci - con un approccio che viaggia su due livelli: in primis, diminuendo il proprio impatto; dall'altro, rendendo il business dei propri clienti più sostenibile. Un piano di sostenibilità su tre pilastri (ugualmente importanti) che denota la responsabilità sociale dell'azienda verso l'ambiente, le persone e la società. Tanti gli esempi concreti, a partire dal concetto di circolarità del servizio di fleet management: i clienti noleggiano gli attrezzi utilizzati nei cantieri, alimentando il circolo virtuoso proprio dell'economia circolare pur garantendo i più alti standard di qualità e sicurezza grazie al rinnovo periodico delle attrezzature, di cui il 27% costituito da materiale riciclato. Un business model che nel 2023 ha permesso di raggiungere una percentuale di riutilizzo del 18% a livello globale e del 29% a livello italiano.

Ma non solo: priorità anche alla salute e alla sicurezza di tutti e ovunque, grazie a un'offerta all'avanguardia garantita dalla piattaforma a batteria Nuron, che supera la direttiva europea sui macchinari (2006/42) implementando tecnologie di sicurezza innovative e brevettate.

E ancora, un impegno che si estende all'etica aziendale, fondata sull'integrità e la lotta alla corruzione e che costituisce la base sostenibile per attività commerciali responsabili. Tutte le società del Gruppo applicano un insieme di regolamenti, policy e procedure raccolte nel complesso sistema di gestione delle conformità CMS per garantire business giusto e responsabile, ovunque.

Perché da grandi aziende, derivano grandi responsabilità.

Per maggiori dettagli si può fare riferimento al nostro report di sostenibilità

# EQUILIBRIO, LA CHIAVE PER UN BUSINESS SOSTENIBILE

Con **Francesca Casagrande**, Head of Sustainability Management Repower Italia, per parlare di sostenibilità a tutto campo

**Da oltre 100 anni Repower opera in qualità di produttore di elettricità, gestore di rete e trader di energia elettrica principalmente in Svizzera e in Italia. Cosa implica sostenibilità - ed essere sostenibili - per l'azienda?**

"Sostenibilità, in generale per le aziende e in particolare per Repower è un concetto piuttosto ampio che deve essere in grado di mettere in sintonia molti aspetti che sono tutti ugualmente importanti ma spesso in conflitto, perché parliamo di componenti economiche, sociali e ambientali che proprio per loro natura nascono in antitesi. Una parola che mi capita spesso di utilizzare quando si parla di questo concetto è equilibrio, cioè tenere in conto le diverse esigenze senza che nessuna poi prevarichi sulle altre con l'obiettivo di preservare le risorse future. Questa la bussola di Repower per valutare gli investimenti e produrre quell'utilità sociale a cui ogni azienda sana dovrebbe aspirare. E a proposito di stato di salute delle aziende anche il mondo finanziario ha cambiato il suo approccio. Le aziende non vengono più soltanto valutate con parametri economici e finanziari, ma sono stati introdotti anche nuovi parametri di sostenibilità. Noi ci muoviamo da sempre in questa direzione di gestione dell'equilibrio mettendo insieme le varie componenti."

**Per la tipologia di business e per dimensioni, Repower Italia non era e non è un soggetto obbligato alla redazione del bilancio di sostenibilità - anche se lo sarà a partire dal 2025. Perché ha deciso di redigerlo già da adesso?**

"La sostenibilità è in linea con l'attenzione che è sempre stata data da Repower a questo tipo di tematiche. Pensiamo al suo approccio al business, a tutti i prodotti e servizi legati all'efficienza energetica, che sono una declinazione della sostenibilità, oppure a tutto quanto è stato fatto per la mobilità elettrica - la sostenibilità è nel nostro DNA. Chiaro è che la rendicontazione è un passaggio ulteriore e un impegno successivo fatto anche per rispondere alle aspettative degli stakeholder a vario titolo - tutta la collettività ormai è più sensibile a questo tema. E con la collettività anche gli investitori, che percepiscono un clima diverso, un'attenzione crescente verso queste tematiche e quindi l'azienda viene valutata anche in termini di parametri ESG, per cui sono stati anche creati dei rating. Ed è proprio in occasione di un rating con un istituto che abbiamo deciso di fare un approfondimento sul bilancio di sostenibilità per quanto riguarda l'Italia, scendendo più nel dettaglio e declinando il bilancio a livello del singolo Paese, proprio per rispondere a questa sensibilità crescente. Non essendo un obbligo è stata più una scelta strategica, di posizionamento e di apertura nei confronti dei nostri interlocutori."

**Sostenibilità non solo ecologica, ma che implica una responsabilità economica e sociale. Quanto incidono i valori ESG all'interno del bilancio di sostenibilità 2022 e quali gli elementi e i dati che spiccano al suo interno?**

"Non c'è solo l'aspetto ambientale ed ecologico, anche se, data la na-

tura del nostro business, è importantissimo per noi. Piuttosto, il nostro è un approccio alla sostenibilità equilibrato e a 360 gradi. Nonostante redigere il bilancio di sostenibilità non fosse un passaggio obbligato ma un atto volontario, abbiamo voluto fare un documento che fosse interessante da leggere e che potesse arrivare a quante più persone possibile. Quindi grande attenzione al linguaggio, molto curato ma allo stesso molto accessibile, e alla resa grafica. Sono state fatte numerose scelte in questo senso: ogni capitolo, per esempio, ha un colore ben definito che guida la lettura; le foto sono tutte interne - dei nostri impianti e dei nostri dipendenti - in modo da rendere subito l'idea di che azienda si tratta; anche i livelli di lettura sono diversi, dando la possibilità ai lettori di scegliere il tema a cui sono maggiormente interessati; ci sono il data book, che raggruppa tutti i numeri presenti nel documento, i qr code e i box affinché ognuno trovasse la sua area di interesse e consultarla. La nostra è stata una scelta di divulgazione, abbiamo voluto raggiungere una platea il più ampia possibile.

Per quanto riguarda i contenuti, è un equilibrio tra le varie tematiche. Quella sociale ci sta molto a cuore da sempre, intervenendo su due filoni: da un lato rispondiamo a emergenze in cui effettuiamo delle operazioni ad hoc, dall'altro portiamo avanti dei progetti nel tempo. Un bell'esempio in questo frangente è la 'Locanda alla mano'[1], un progetto inclusivo di inserimento lavorativo di ragazzi con sindrome di Down che, proprio nell'anno in cui è stato redatto il bilancio, ha compiuto 10 anni - una testimonianza di un impegno continuo. Progetti che, appunto, definiscono il nostro approccio molto ampio al tema della sostenibilità, perché poi ogni intervento si inserisce in un contesto specifico.

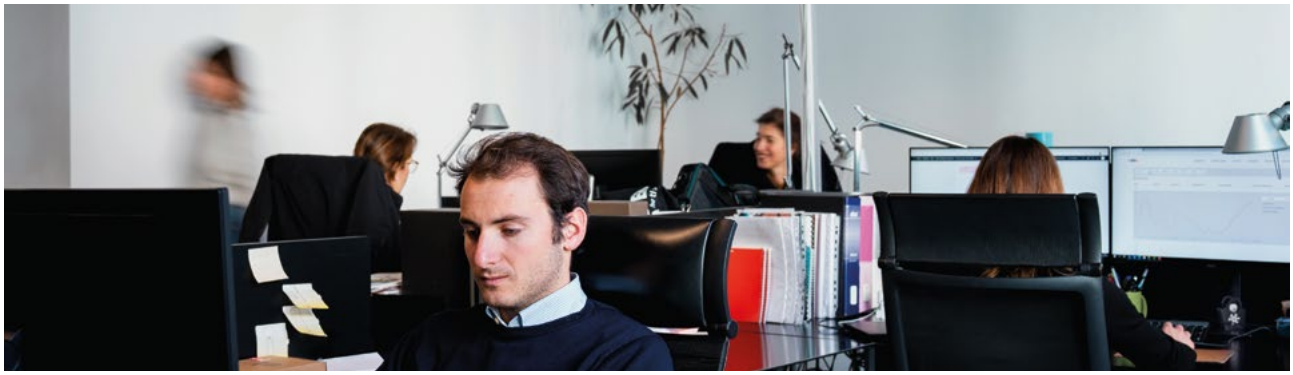
L'altro tema che ci deve stare a cuore data la natura del nostro business, è ovviamente l'aspetto ambientale. Anche qui il nostro impegno verso le rinnovabili è sempre più concreto. Se si parla di sostenibilità in modo onesto bisogna parlare di progetti e tematiche che effettivamente impattino sul business di un'azienda. Un ultimo aspetto, ma non meno importante, sempre dal punto di vista ambientale è la rendicontazione delle emissioni di gas serra, che noi facciamo dal 2022, di quelle dirette, indirette e quelle lungo tutta la catena di fornitura - è difficile operare un percorso di miglioramento se non si parte dai numeri."

**Come evolverà quindi il bilancio di sostenibilità? E, sempre in questa direzione, quali sono le azioni che Repower intende intraprendere nel prossimo futuro per una maggiore sostenibilità?**

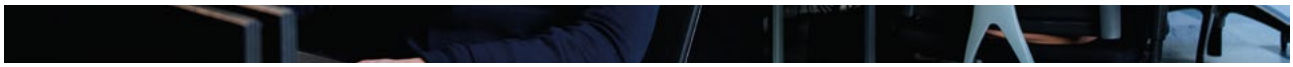
"Il percorso che abbiamo iniziato con il bilancio del 2022 è proprio l'inizio di un impegno più ampio e a lungo termine. Quest'anno stiamo redigendo il primo report integrato, cioè un documento che racconta in modo completo la storia di Repower, unendo gli aspetti finanziari, quindi quelli legati al bilancio civilistico, a quelli ambientali e sociali. Questo dimostra l'impegno di integrare sempre di più la strategia di sostenibilità all'interno di quella aziendale, coinvolgendo sia l'area finance che l'area sostenibilità nella redazione di un documento unitario. È un impegno notevole, trattandosi di due documenti molto diversi; uno molto tecnico e diretto a un pubblico di addetti ai lavori, che però deve essere veicolato insieme a tutte le altre informazioni e accessibile anche a un pubblico più vasto - una sfida non da poco.

Guardando al futuro, il nostro approccio rimane coerente. Il nostro è un business piuttosto stabile, quindi l'impegno sarà sicuramente verso la transizione ecologica, ampliando il parco di impianti da fonti rinnovabili, e coinvolgendo gli stakeholder e i dipendenti, affinché ciascuno capisca l'importanza di questo percorso e possa dare un contributo concreto. Perché alla fine la sostenibilità ci riguarda tutti."

1 Nell'estate 2013 nasce Locanda alla Mano, un progetto di integrazione lavorativa nato per aiutare giovani speciali a superare le proprie difficoltà e a entrare nel mondo del lavoro con entusiasmo e autonomia. Questo nell'ambito di una reale attività commerciale, dove imparare sul campo e iniziare a costruire un bagaglio di esperienze utile anche in altri contesti lavorativi. Buona cucina e solidarietà quindi, proprio nel cuore di Milano all'interno del parco Sempione in viale Gadio (piazza del Cannone).



"VOGLIAMO PERSEGUIRE UN APPROCCIO ALLA SOSTENIBILITÀ EQUILIBRATO E A 360 GRADI"



# ABILITARE LE AZIENDE E LE PERSONE

La mission di SPS Italy raccontata dal CEO **Alessandro Faccendetti**

**SPS è presente in più di 20 paesi nel mondo per fornire massimo e costante supporto ai clienti - nei settori finanziario, bancario, sanitario, assicurativo e legale - durante la digitalizzazione dei propri processi, impegnandosi per garantire soluzioni sempre più innovative e focalizzate sulle singole esigenze. Ci racconta la mission e i valori di SPS?**

"Unlocking the Power of Possibility for Businesses and the People they serve - questa la sintesi dei nostri valori. Vogliamo abilitare non solo le persone e le aziende che lavorano con noi, ma tutti i loro componenti. Il nostro è uno sguardo attento, con quell'attenzione svizzera alla qualità e al ruolo che gioca nell'evoluzione delle aziende. Ci definiamo un'azienda etica, rigorosa nel seguire regole volte al rispetto dei clienti e delle persone, mettendo al primo posto la trasparenza. Dal 2017, poi, abbiamo intrapreso un percorso di innovazione sostenibile, iniziando proprio con la stesura del Bilancio di Sostenibilità su base volontaria e introducendo molte iniziative a beneficio non solo della nostra azienda ma anche dei nostri clienti. Penso all'installazione della prima colonnina di ricarica a Milano, per cui abbiamo dovuto farci carico di tutta l'infrastruttura. Ci abbiamo creduto e l'abbiamo fatto - questa è la nostra filosofia."

**È possibile basare la propria strategia di crescita su criteri ESG? Quale la roadmap tracciata da SPS?**

"Sì, ci abbiamo provato e ci stiamo riuscendo. Ma con intelligenza, senza perdere di vista quello che è il vero obiettivo della responsabilità aziendale e sociale. La sostenibilità può essere un driver per far crescere l'azienda, ma è uno strumento da utilizzare con pragmatismo. Si può crescere in maniera intelligente garantendo tutti quelli che sono i pilastri ESG ma bisogna sempre fare i conti con la realtà del proprio ecosistema. La nostra strategia di crescita è ben delineata ed è imprescindibile dalla componente ESG ed è quello che cerchiamo di trasmettere anche ai nostri clienti implementando una vera strategia end-to-end."

**La trasformazione digitale può aiutare i clienti a diventare più efficienti, ridurre le loro emissioni di carbonio e implementare modelli di lavoro flessibili senza compromettere il servizio o la qualità. Performance operativa, finanziaria e commerciale e sostenibilità possono viaggiare sugli stessi binari?**

"Performance operativa, finanziaria e sostenibilità possono e devono andare d'accordo. Spesso però ci scontriamo con una grande barriera di entrata dovuta alla cultura delle aziende. La vera digitalizzazione è possibile solo cambiando i processi, e quello che facciamo noi è proprio abilitare i nostri clienti in questa direzione."

**Nel Bilancio di sostenibilità 2022-2023 SPS ha presentato la ESG scorecard - una scheda di valutazione per misurare i progressi in ambito ESG. Quali i target fissati, i risultati raggiunti e i prossimi obiettivi?**

"Quest'anno chiudiamo il nostro percorso triennale con il Bilancio 2022-2023 e abbiamo raggiunto tutti i nostri obiettivi. Adesso la difficoltà è fissarne altri per i prossimi anni, che siano sfidanti e non scontati e che ci permettano di continuare il percorso intrapreso. Per il prossimo triennio ci vogliamo focalizzare su due pilastri. Il primo è lo Human Capital, consolidando la nostra presenza sul territorio attraverso iniziative locali: lavoriamo, per esempio, con le scuole attivando iniziative di PCTO, vogliamo costruire percorsi che siano win-win per tutti.

Il secondo riguarda la sostenibilità ambientale, prima di tutto creando una filiera che sia rispettosa dell'ambiente e garantendo il minimo impatto per tutte le nostre lavorazioni. E poi pensare a modalità diverse che spingano verso la digitalizzazione, rendendo il più delle informazioni digitali, riducendo le stampe e quindi l'inquinamento. Vogliamo investire soprattutto sui processi che permettano l'accesso ai nostri clienti a tecnologie sempre di avanguardia. Il futuro è trasformare materiali fisici in digitali che ci permettano di spostare la sostenibilità in un ambito dove possiamo incidere. E questo implica l'abbattimento di una barriera culturale prima che di costi."

# CERTIFICARSI PER CRESCERE

Essere **sostenibili** significa durare nel tempo

"Per rendere reale la parola 'sostenibile' dobbiamo offrire alle comunità le conoscenze e gli strumenti per difendere se stesse". Le parole dell'ambientalista Ikal Angelei, vincitrice del Goldman Prize 2012, contengono la chiave della vera sostenibilità, quella impermeabile al greenwashing e alle mode, che paradossalmente potrebbe fare a meno degli incentivi e che trova naturalmente applicabili tutte le imposizioni normative presenti e future.

Essere sostenibili, infatti, significa fondamentalmente durare nel tempo. In quest'ottica, la certificazione rappresenta un atto di sostenibilità di impresa, esito naturale di un percorso di consapevolezza, difesa e crescita che ogni impresa dovrebbe - e dovrà necessariamente - intraprendere se vuole continuare a esistere. Ma non solo: la sostenibilità è per certi versi la summa di tutte le certificazioni, il traguardo delle imprese che hanno fatto tesoro delle proprie qualità, certificandole.

## PERCHÉ È IMPORTANTE CERTIFICARSI

Perché come disse Ellen MacArthur, storica paladina dell'economia circolare: "Non esiste una sola impresa che voglia vedere il proprio logo galleggiare nell'oceano o in un fiume".

Essere certificati secondo le normative ISO, la più esperta e riconosciuta istituzione mondiale in normazione, fa la differenza per un'impresa che vuole competere sul mercato e rappresenta un punto di forza irrinunciabile.

Oggi per eccellere non basta più il solo standard ISO 9001, che contiene i principi di governo di un'impresa, ma occorre adottare norme integrate con altri aspetti, come ISO 14001 per la gestione ambientale e ISO 45001 per la salute e sicurezza sui luoghi di lavoro. Oppure norme più specifiche come ISO 37001 per i rischi di corruzione, ISO/IEC 27001 sulla sicurezza delle informazioni, ISO 39001 sulla sicurezza stradale, ISO 50001 sulla gestione dell'energia, fino ad arrivare a norme relative a singoli settori.

## CON SQS LA CERTIFICAZIONE DIVENTA VALORE

SQS, come leader del mercato, vanta un'esperienza pluriennale: un ente neutrale, indipendente, attendibile. Perché le imprese non sono tutte uguali e nemmeno gli enti di certificazione lo sono.

SQS è l'Associazione Svizzera per la certificazione dei Sistemi di Qualità e di Management, uno dei primi enti di certificazione in Europa e in Italia. Da oltre 30 anni lavora con metodo e passione, offrendo servizi in grado di generare valori concreti per lo sviluppo sostenibile delle aziende italiane. Un impegno supportato da professionisti specializzati, costantemente aggiornati e da una rete di partner internazionali.

I certificati SQS sono riconosciuti a livello globale e sono sinonimo di massima qualità, grazie alla garanzia offerta dal Servizio di accreditamento svizzero (SAS), dalla collaborazione con la rete internazionale per la certificazione IQNet e da svariati contratti di collaborazione e accordi con altri partner riconosciuti.

Gli auditor SQS sono il punto di riferimento per ogni organizzazione. Competenti, preparati, dinamici, flessibili, sono pronti a far fronte a tutte le problematiche e sanno fornire le corrette raccomandazioni a ciascuna realtà imprenditoriale. L'ampia esperienza degli auditor SQS garantisce servizi di auditing e certificazione perfettamente personalizzati in base alle esigenze di imprese di qualsiasi dimensione e settore.

SQS non è soltanto un ente di certificazione, ma offre un rapporto di partnership continuo e affidabile, sostenendo i propri clienti con corsi di formazione orientati alla pratica, nella ricerca della massima qualità e del successo sostenibile.

# IL RUOLO DELLE ASSICURAZIONI PER UN MONDO PIÙ RESILIENTE

**Daniela D'Andrea**, CEO Swiss Re Italy and L&H Transaction Head, racconta il ruolo delle assicurazioni per un mondo più resiliente

Nonostante i progressi della scienza non siamo ancora in grado di stabilire con certezza dove, quando e con quale intensità si verificherà il prossimo terremoto. Allo stesso modo, la maggior parte delle catastrofi naturali oggi può essere solo pronosticata e, spesso, non evitata. Tuttavia, si possono sicuramente evitare parte degli effetti negativi e ridurre una buona parte dei danni. Qualcosa per cui ci stiamo attrezzando, ma troppo lentamente. Sebbene la consapevolezza dei pericoli in generale, e di quelli dovuti al clima in particolare, stia progressivamente aumentando, sono ancora poche le iniziative concrete.

Una di queste è appena arrivata. Nell'ultima legge di bilancio italiana, si introduce per le imprese l'obbligo di assicurazione sui danni da catastrofi naturali. Ora verificheremo come questa norma sarà applicata concretamente. Ma al di là del dibattito, bisogna riconoscere che in via generale c'è una presa di coscienza da parte del decisore pubblico, la consapevolezza che è necessario agire per colmare il gap di protezione verso le catastrofi naturali. Un piccolo grande passo che ci allontana da una cultura che fa affidamento sulla provvidenza (e sull'intervento statale per gli interventi di ricostruzione) e ci avvicina a una più sana cultura della prevenzione e gestione del rischio.

D'altra parte, tra terremoti, frane e alluvioni l'Italia è uno dei paesi più esposti ai disastri della natura, ma allo stesso tempo uno dei meno protetti. L'alluvione dell'Emilia-Romagna, per esempio, ha causato perdite per 10 miliardi di dollari, di cui solo 600 milioni erano assicurati. Un approccio che in tutte le esperienze dei decenni passati, tra lentezza delle ricostruzioni e uso non ottimale dei fondi pubblici, ha mostrato diverse lacune. E che è ora di cambiare. Anche perché violenti fenomeni ambientali sono in costante aumento. Anzi, tra le maggiori incognite che abbiamo di fronte c'è sicuramente quella ambientale. Nel 2023 per il quarto anno di fila, si sono superati i 100 miliardi di dollari di danni dovuti alle catastrofi naturali. Noi di Swiss Re, dopo decenni di attenta osservazione del fenomeno, riscontriamo perdite che crescono stabilmente tra il 5% e il 7% all'anno, al netto dell'inflazione, con un trend in crescita stabile. Inoltre, nel corso del tempo è andata aumentando la quota di "danni secondari" come alluvioni e incendi (mentre per esempio i terremoti sono danni primari).

In questo scenario di maggiore frequenza e intensità dei disastri naturali aumenta anche la domanda di protezione. Tuttavia, questa domanda non è stata soddisfatta al meglio e, per esempio, la diffusione delle polizze non è ancora ottimale. In particolare, abbiamo visto che il modello dell'obbligatorietà presenta alcune difficoltà e che l'introduzione di sgravi fiscali abbia avuto effetti limitati. Invece, le esperienze dei partenariati pubblico-privato hanno avuto successo.

Un buon esempio è il Turkish Catastrophe Insurance Pool (TCIP), grazie al quale la penetrazione assicurativa per la copertura di base dei terremoti nel segmento residenziale in Turchia è aumentata dal 4% nel 2000 al 59% nel 2023. Si tratta di un modello che è in grado di aiutare a fare prevenzione e migliorare l'efficienza amministrativa dopo un disastro. In generale, per il settore assicurativo rappresenta l'opportunità di diventare stakeholder fondamentale nelle nostre società. Per tutti noi, di sentirci un poco più sicuri.

Svizzera.
Quale tipo di hotel fa per te?
Sei curioso?
Inizia subito il quiz.
Schloss Wartegg, Svizzera Orientale / Liechtenstein

# MONDO STARTUP: INNOVAZIONE, INVESTIMENTI E OPPORTUNITÀ

**Stefano Colombo**, CEO di Stan2services Sagl e Consigliere Swiss Chamber, ne ha parlato con quattro personalità di primo piano del settore

STEFANO COLOMBO
CEO DI STAN2SERVICES SAGL E CONSIGLIERE SWISS CHAMBER

L'innovazione tecnologica è da sempre il motore della crescita economica e dell'incremento del benessere sociale. In passato, si è sviluppata in forme variegate, talvolta anche in maniera disordinata e poco strutturata, prendendo vita da istituti di ricerca e mondo accademico, istituzioni pubbliche, all'interno delle aziende e sulla base di idee e iniziative di singoli imprenditori.

Negli ultimi decenni, invece, è maturata la consapevolezza che l'innovazione tecnologica non può nascere solo dal caso o da eventi quasi fortuiti, ma ha bisogno anche e soprattutto di terreno fertile su cui attecchire e di cura per poter crescere e riprodursi. È così che sono nate tutta una serie di strutture, dagli innovation park agli hub per l'innovazione, dai programmi di incubazione agli acceleratori, dagli startup challenge alle fiere e agli eventi di ogni tipo. Si è inoltre uniformato il percorso dell'innovazione tecnologica attraverso il veicolo delle startup, che ormai seguono un percorso molto strutturato: pre-seed, seed, early stage, early growth, growth.

Anche la Camera di Commercio Svizzera a Milano ha voluto dare il suo contributo in questo ambito, promuovendo negli ultimi anni una serie di iniziative, culminate, nell'ottobre dello scorso anno, con la Cleantech Startups Investment Evening che ha offerto la possibilità a 9 startup selezionate di presentare il loro percorso a potenziali investitori e specialisti del settore. Evento a cui hanno assistito in presenza più di 150 professionisti del settore, a testimonianza dell'interesse crescente verso questo fenomeno.

La crescita del fenomeno startup è infatti davanti ai nostri occhi. Basti pensare che in Europa nel 2012 sono stati investiti circa 7,5 miliardi di euro in startup, mentre quasi un decennio più tardi, nel 2021, questa cifra era più che decuplicata raggiungendo i 109 miliardi. A paragone, negli Stati Uniti, nel 2021 sono stati investiti circa 350 miliardi di dollari, mentre in Svizzera, questo valore ha raggiunto i 3 miliardi di franchi e in Italia si è assestato a 1,2 miliardi di euro.

In vista della seconda edizione della Cleantech Startups Investment Evening che si terrà martedì 17 settembre 2024, abbiamo voluto sentire le opinioni di eccellenti personalità del settore in rappresentanza di Svizzera e Italia: di un'italiana fondatrice di una delle startup di eccellenza svizzera, di un importante Venture Capital, di Innosuisse, l'organizzazione mantello per l'innovazione tecnologica e le startup della Confederazione Svizzera, e di uno dei più acclamati acceleratori di startup in Italia.

LORENZO LEONI
MANAGING PARTNER

## TIVENTURES

**Il settore delle startup e dei venture capital è in forte crescita. Considerata comunque la bassa percentuale di successo, quali sono i motivi che spingono a investire in una startup?**

"I motivi per investire in startup sono molteplici, e vanno dalle aspettative di rientro di investimento finanziario, al coinvolgimento in un progetto imprenditoriale con fondatori intelligenti e stimolanti, arrivando fino agli aspetti etici legati al settore di attività della startup. In generale, gli investitori si dividono in passivi, che cercano principalmente di ridurre i rischi investendo in più aziende o in un fondo d'investimento, e attivi, che si mettono a disposizione della startup anche a livello di management e advisory."

**In un mondo ricco di incubatori, business angel, challenge e programmi di incentivazione, quale percorso concreto suggeriresti a una startup in seed stage?**

"Per startup in seed stage suggerisco senz'altro di partecipare a programmi di accelerazione (accelerator program), come Boldbrain in Ticino, MassChallenge, Techstars, Alchemist o Y Combinator. Questi programmi consentono di migliorare la qualità del progetto, avere accesso a competenze importanti ed entrare in contatto con investitori. Suggerisco anche per aziende in Svizzera di entrare in contatto con Innosuisse, Agenzia svizzera per la promozione dell'innovazione, che ha programmi di coaching e formazione per startup."

**Come impatterà l'IA nel mondo delle startup?**

"Come per tutti i settori economici, l'IA sta già avendo un impatto importante nel mondo delle startup. Sarà essenziale per ogni nuovo progetto di startup poter integrare i nuovi sviluppi che emergono dal settore dell'IA e di data science."

**Che ruolo può svolgere Swiss Chamber all'interno dell'ecosistema startup e innovazione tecnologica?**

"Swiss Chamber permette di facilitare la messa in rete delle competenze accademiche e imprenditoriali tra Svizzera e Italia. Questo ruolo è molto importante per massimizzare l'enorme potenziale innovativo che esiste nei due paesi portando un beneficio concreto per il territorio."

NICO VALENTI GATTO
DIRETTORE OPERATIVO

## B4I

**Il settore delle startup e dei venture capital è in forte crescita. Considerata comunque la bassa percentuale di successo, quali sono i motivi che spingono a investire in una startup?**

"Bisogna avere interesse, curiosità e fiducia nei talenti, nelle nuove tecnologie e nei nuovi modelli di business. Queste sono le motivazioni che spingono a prendere i rischi sperando in ritorni grandi.

Si deve credere che ci sia un miglioramento possibile nella qualità della vita e dei processi di lavoro, sia introducendo novità assolute sia migliorando quello che è già disponibile e funzionante oggi. Il difficile è non perdersi all'interno di una bolla ideale e quasi elitaria che non tocca in realtà grandi e grandissime fette di mercato esistenti e potenziali, e di conseguenza persone."

**In un mondo ricco di incubatori, business angel, challenge e programmi di incentivazione, quale percorso concreto suggeriresti a una startup in seed stage?**

"Prima di tutto sviluppare una soluzione che risponda a un bisogno urgente di un numero crescente di persone. Individuare il problema fondamentale deve essere la priorità nella fase seed. Una volta iniziata la fase di validazione di questo problema allora si può affrontare la raccolta di fondi, se serve davvero.

Spesso i fondatori non considerano fino in fondo le implicazioni di una raccolta da VCs e angels ma anche di acceleratori (che investono denaro in cambio di equity a differenza degli incubatori). Significa portare dentro persone nuove nella compagine sociale e assumere responsabilità grosse nei confronti di chi ha investito. Quindi, selezionare bene le persone dalle quali ricevere l'investimento, assicurandosi che queste possano portare competenze, esperienza e una rete di contatti di grande valore per la proprio impresa."

**Come impatterà l'IA nel mondo delle startup?**

"L'impatto già c'è quindi userei il presente e non il futuro. Molte startup propongono soluzioni che facilitano processi di ricerca e gestione di dati e informazioni, che accelerano il controllo e la conferma di risultati di analisi riconoscendo molto più rapidamente di quanto potrebbero fare gli umani il rispetto di criteri di validazione - per citare solo alcune delle possibilità di impatto. La sfida è nel poter fornire questi risultati sempre correttamente e affidabilmente, sviluppando gli algoritmi necessari e avere accesso ai dati che servono per alimentare i sistemi di apprendimento.

Come sempre, quindi, la sfida è nell'accesso ai dati e nel vincere la fiducia di chi può darne accesso, e questo può cambiare molto a seconda della zona geografica in cui si opera, tra leggi sulla privacy e simili che possono avere un impatto forte sulla capacità di sviluppo di queste tecnologie."

**Che ruolo può svolgere Swiss Chamber all'interno dell'ecosistema startup e innovazione tecnologica?**

"Sicuramente la creazione continuativa e affidabile di contatti pertinenti, interessati a testare o a investire e pronti ad agire rapidamente. Questo sarebbe già moltissimo, creando ponti tra startup, grandi aziende, investitori e talenti da reclutare per le startup, facendosi così riconoscere come un hub valido di innovazione e supporto a imprenditori. Se a questo si aggiungesse un'attività di lobbying per creare infrastrutture regolamentari e fiscali che possano aiutare lo sviluppo di startup e nuove tecnologie, penso non si potrebbe chiedere altro!"

DANIELA MARINO
CEO, CO-FOUNDER & MEMBER OF BOARD OF DIRECTORS

## CUTISS

**Il settore delle startup e dei venture capital è in forte crescita. Considerata comunque la bassa percentuale di successo, quali sono i motivi che spingono a investire in una startup?**

"Nella mia personale esperienza, i motivi che spingono un investitore a investire, al di là dello scontato ROI, sono legati a una visione olistica sul progresso della tecnologia a livello globale. I trend d'investimento vengono creati da scoperte tecnologiche, da storie di successo e da forti nuove domande di mercato. Ulteriore componente importante ma spesso dimenticata è il fattore umano, le storie e gli interessi personali di chi prende la decisione finale per l'investimento."

**In un mondo ricco di incubatori, business angel, challenge e programmi di incentivazione, quale percorso concreto suggeriresti a una startup in seed stage?**

"Non c'è una risposta univoca a questa domanda. Dipende dalla tipologia e dalla strategia di startup. Una startup in un settore molto fluido e dinamico, dove ci sono molte possibilità per una uscita in short-term un seed con VC potrebbe funzionare. In tutti gli altri casi, che sono la maggioranza, seed si traduce in grant, fondazioni, acceleratori, angel, F&F&F (family, friends and fools)."

**Come impatterà l'IA nel mondo delle startup?**

"Ci renderà la vita migliore. Già oggi aiuta a ridurre il tempo per semplici azioni giornaliere che rubano spazio per attività più complesse dove la stupidità umana è ancora più efficiente dell'intelligenza artificiale. Ci aiuterà anche a ridurre la necessità di ingaggiare consulenti per tutti quei settori dove ci sentiamo più insicuri."

**Che ruolo può svolgere Swiss Chamber all'interno dell'ecosistema startup e innovazione tecnologica?**

"Connessioni, eventi, training, opening door in altre geografie; fundraising support e supporto nella ricerca di talenti e il loro ingresso in paesi stranieri."

MARIA ANSELMI
RESPONSABILE DIVISIONE PANORAMA NEOIMPRENDITORIALE E NUOVE LEVE

## INNOSUISSE

**Il settore delle startup e dei venture capital è in forte crescita. Considerata comunque la bassa percentuale di successo, quali sono i motivi che spingono a investire in una startup?**

"Le startup costituiscono oggi il veicolo più rapido ed efficiente per portare sul mercato il frutto delle ricerche avanzate maturate nei laboratori. Investire in startup significa dunque investire nell'innovazione radicale che è alla base del progresso per il futuro. Gli investitori professionali sanno bene che, distribuendo il capitale su un portafoglio di startup, il successo di poche può già largamente remunerare l'investimento totale. Purtroppo il 2023 ha visto per la prima volta dalla crisi finanziaria un calo degli investimenti in startup (in Svizzera -35%) con due eccezioni: Medtech e Cleantech. Il 2024 ci riserva un quadro incerto: confidiamo nella lungimiranza degli investitori e nelle performance dei settori emergenti."

**In un mondo ricco di incubatori, business angel, challenge e programmi di incentivazione, quale percorso concreto suggeriresti a una startup in seed stage?**

"Startup al seed stage tipicamente affrontano uno dei momenti più critici del loro sviluppo: il product-market-fit e la definizione delle strategie di go-to-market. Le attività si moltiplicano in diverse direzioni: espansione del core team, ricerca di finanziamento, ingresso nel/i mercato/i. Avere il supporto di coach esperti consente di evitare molti errori, ma la presenza di una comunità di peer può essere determinante per l'accelerazione della crescita. Cosa può aiutare: programmi con esperti validi e un buon network nazionale e - in prospettiva - internazionale; una buona strategia di funding; screening di opportunità di grant, che offrono finanziamento senza diluire il capitale, come Innosuisse Start-up Innovation Project."

**Come impatterà l'IA nel mondo delle startup?**

"A Innosuisse constato che l'IA è già oggi largamente utilizzata nei progetti di moltissime startup in tutti gli ambiti scientifici nell'analisi di grandi quantità di dati e nella creazione di modelli multimodali, che consentono di elaborare e interpretare simultaneamente diversi tipi di dati, come testo, immagini, audio e video. I modelli multimodali aprono nuove frontiere nell'ambito diagnostico, nella robotica, nell'ingegneria dei droni, ma anche nella ricerca biotecnica. In questo senso l'IA porta un'accelerazione nello sviluppo dei progetti ma al contempo accresce la competizione sul time-to-market e conseguentemente sui bisogni di finanziamento."

**Che ruolo può svolgere Swiss Chamber all'interno dell'ecosistema startup e innovazione tecnologica?**

"Swiss Chamber può avere un ruolo centrale nel connettere il mondo delle startup con quello delle PMI stimolandone la propensione all'innovazione. Può inoltre intervenire come mediatore capace di creare ponti tra i due mondi, facilitando la collaborazione nella gestione dei progetti e la comprensione reciproca di culture spesso distanti - se non antitetiche."

# La sostenibilità come modo di vivere e agire

**Ricola**, azienda familiare svizzera ricca di tradizioni, sviluppa da oltre 90 anni responsabilità verso la società, verso i suoi dipendenti e l'ambiente. Ricola connette le persone alla natura e ha a cuore entrambi; **l'azienda è consapevole che la sostenibilità e il successo negli affari vanno di pari passo e riconosce che le sue azioni abbiano un impatto sull'ambiente ecologico, sociale ed economico in cui tutti vivono.**

Per questo adotta **una strategia di sostenibilità che ha come pilastri: l'azienda, i collaboratori, i prodotti e la società**.

Tutti i **processi aziendali** vengono condotti in modo che **non si sprechino le risorse naturali** nelle operazioni di tutti i giorni. L'azienda continua a **ridurre continuamente le emissioni di $CO_2$, l'acqua impiegata nella produzione e il consumo energetico**.
Ottimizza e migliora le confezioni dei prodotti: tutti gli astucci e le buste sono attualmente realizzati **con cartone FSC**, il marchio che certifica l'origine della carta da foreste sostenibili.

Per Ricola la sostenibilità è in tutte le fasi che portano al prodotto finito: per questo rivolge una **grande attenzione alle materie prime e al loro approvvigionamento**.
• Sostenibilità a 360° partendo dalle materie prime e seguendo attentamente ogni fase della produzione
• Approvvigionamento supervisionato e controllato delle erbe
• Rapporti di collaborazione pluriennale con gli agricoltori
• Alti standard per le materie prime

L'azienda opera in maniera responsabile e sostenibile anche nei confronti delle **oltre 100 famiglie contadine che coltivano in esclusiva per Ricola, con contratti pluridecennali**, 1.400 tonnellate di erbe fresche l'anno, **garantendo così loro la continuità nel lavoro**.
Le linee guida che rispettano gli agricoltori Ricola sono: nessun utilizzo di pesticidi, attenta coltivazione a mano o con mezzi meccanici, erbe coltivate e raccolte con cura, essicazione immediata.

Ricola contribuisce alla **creazione di valore** nelle aree in cui opera. **Si impegna per la società, la natura e la cultura**. Dal 2010 la **Ricola Foundation** supporta progetti con focus sul miglioramento della qualità della vita di tutti. Tra i progetti della Ricola Foundation ce n'è uno dedicato alle api con l'adesione al network internazionale **COLOSS (Prevention of honeybee COLony LOSSes)** dedicato alla ricerca e al contenimento delle perdite globali di api mellifere e all'analisi su come limitare gli effetti dannosi del comportamento umano sulla loro vita.

L'attenzione dell'azienda alla ricerca e selezione delle materie prime si concretizza nella **qualità dei suoi prodotti**. Ne è un tipico esempio **la nuova caramella Ricola, Echinacea, Miele e Limone, il perfetto equilibrio tra benessere e gusto**. Il mix di ingredienti che la compongono è unico: l'Echinacea purpurea, una pianta dalle innumerevoli proprietà salutistiche, il limone che dona freschezza al gusto, il miele che proviene dal mercato equo solidale e il mix delle 13 erbe Ricola tutte di origine svizzera.

**Echinacea, Miele e Limone non è solo una caramella buonissima ma è anche un integratore alimentare con vitamina C che supporta le difese immunitarie.**

# SUSTAINABILITY COME NEW NORMAL ALLO SWISS CORNER CON QUANTIS

Intervista a **Simone Pedrazzini**, dal 2024 Direttore Quantis Svizzera, già direttore Quantis Italia

**Buongiorno Simone, piacere. Di cosa si occupa Quantis, e in che modo ha a che fare con la sostenibilità - e con la Svizzera?**

"Quantis è nata nel 2006 come startup in seno al Politecnico di Losanna con la missione di accompagnare le aziende verso la sostenibilità, appunto, rappresentando un ponte tra la scienza - EPFL è un'eccellenza su scala globale in materia di misurazione e quantificazione dell'impatto ambientale - e il business. Oggi Quantis fa parte di Boston Consulting Group, ed è attiva nella consulenza sulle tematiche di sostenibilità ambientale in Francia, Germania, Stati Uniti, Svizzera e Italia.

Ho avuto il piacere a mia volta di rappresentare, anche grazie alla Camera di Commercio Svizzera in Italia, il ponte tra la confederazione e il Bel Paese. Nel 2018 in qualità di Direttore, ho aperto la sede di Milano di Quantis, appoggiandomi alla Camera per un primo supporto di natura legale. Una storia di crescita per Quantis, che è passata dai 5 dipendenti del 2019 a una quarantina del 2024, e - ne siamo ancora più lieti! - per la sostenibilità. Abbiamo infatti il privilegio di testimoniare l'attenzione incrementale che il tema incontra in Italia, dove l'impegno di un numero sempre maggiore di aziende è maturato insieme a un approccio sempre più diligente, in linea con il nostro.

Quantis insiste da sempre sul metodo scientifico, che chiede di partire dall'analisi, dalle metriche, per poi delineare una strategia di sostenibilità e arrivare all'implementazione di soluzioni praticabili, condivise e durature. I settori cui appartengono i nostri clienti sono principalmente nei settori fast moving consumer good - quindi food & beverage, fashion, cosmetica, farmaceutico. Ancora una volta, sono quelli in cui è facile nominare eccellenze italiane. E svizzere."

**Che relazione ha avuto Quantis con la Camera di Commercio Svizzera in Italia, ieri, oggi e domani?**

"Come anticipato, considero casa questa Camera di Commercio. Dopo la fase iniziale non potevamo che scegliere lo Swiss Corner come sede per un evento clienti in cui festeggiare, nel settembre passato, il quinto compleanno di Quantis in Italia. Un evento in cui abbiamo parlato di natura e biodiversità, in relazione alle strategie di sostenibilità dei business. Ancora una volta, a riprova della maturità del mercato, un argomento di cui sarebbe stato difficile parlare solo cinque anni fa, ma che ha trovato positivo riscontro nella platea - che parte del merito vada alla location?

Proprio in quest'ottica, che via Palestro rappresenti per noi un indirizzo fortunato, abbiamo scelto di nuovo gli spazi dello Swiss Corner per ospitare il nostro evento signature per il 2024 del 10 aprile, dal titolo 'Sustainability: New Normal'. Una data anche per me emotivamente importante. Dal febbraio 2024 infatti ricopro il ruolo di Direttore per Quantis in Svizzera, ed è la prima volta in cui mi presento pubblicamente in questa veste. Quale sede migliore?"

**Un'ultima battuta. Come direttore di Quantis in Italia e in Svizzera con quale parola chiave concluderebbe quest'intervista?**

"Le parole chiave di cui discuteremo all'evento saranno natura, normativa e numerico. Ho scelto quest'ultima, false friend in italiano del più comune digitale, perché ticinese, di madrelingua italiana e francese. Anche in questo, nel plurilinguismo, mi sento molto svizzero."

# ECCELLENZA SVIZZERA AL FUORIORTICOLA

Con “Il Fior Fiore della Svizzera” Swiss Corner vincitore del **contest Vetrine Fiorite**

L’intelligenza dei fiori. Questo il tema dell’edizione 2023 della Mostra Mercato Orticola che si tiene, come ogni anno, in primavera nei Giardini Pubblici di via Palestro. Un tema che rimanda alla riflessione su come le piante manifestino la loro intelligenza attraverso il loro movimento e il loro “cervello”.

Anche Swiss Chamber ha partecipato, nell’ambito del FuoriOrticola, l’iniziativa promossa dall’Associazione Orticola di Lombardia tenutasi tra l’8 e il 14 maggio scorso, dando vita al progetto vincitore del Primo Premio Gallery del contest Vetrine Fiorite di Fuori Orticola “Il Fior Fiore della Svizzera”. Progetto reso possibile grazie al creativo dialogo, inedito e sinergico tra realtà accomunate dalla loro eccellenza e dalla loro swissness, con imponenti installazioni vegetali nelle 7 vetrine bifacciali di Swiss Corner affacciate su Piazza Cavour. Progetto nato con l’obiettivo di andare oltre gli stereotipi, svelando un’ulteriore eccellenza svizzera fino ad oggi meno conosciuta.

L’allestimento è stato affidato a Laboratorio Idee di Vincenzo Antonuccio - sede italiana della flower design School Atelier 5, la prima scuola di sperimentazione creativa nell’arte floreale di Basilea fondata dallo svizzero Peter Hess - e il materiale floreale è stato interamente fornito dal partner tecnico Lombarda Flor.

Ma non solo esterno. Lo spazio indoor, infatti, ha visto la personalizzazione di Ricola, storico brand dal DNA svizzero, precorritore dei valori della green philosophy ed esperto divulgatore dello straordinario mondo delle piante e delle erbe, che ha ricreato con 9 pannelli retroilluminati i magnifici paesaggi alpini svizzeri con le sue rinomate 13 erbe sulle pareti dello Swiss Corner in perfetta sinergia con le vetrine.

Un altro prestigioso partner dell’iniziativa, Repower, azienda leader nel settore elettrico tra i primi operatori svizzeri nella generazione di fonti rinnovabili e le cui attività sono da sempre guidate dalla sostenibilità, ha omaggiato il dehors dello Swiss Corner di un LAMBRO, il cargo bike a pedalata

assistita che ha vinto il Premio Compasso d’Oro ADI. Una sinergia tra le aziende che ha trasformato Swiss Corner non solo in una grande oasi fiorita, ma in un punto di incontro e di scambio culturale a disposizione della città. E che ha permesso al progetto di essere in vetta alle classifiche web e social, con quasi 15.000 voti.

Un successo sperato ma non atteso. Era infatti la prima volta per Swiss Chamber, una partecipazione in linea con la propria mission per la promozione di un’ulteriore eccellenza svizzera nel campo del floral design.

Questo bel successo ha contribuito all’elezione della Svizzera quale Paese ospite d’onore dell’edizione 2024 della mostra mercato.

# COME UN PUNTO DI RIFERIMENTO TRA LE GEOMETRIE DELLA CITTÀ

Dal 1978 la storia della presenza svizzera in Italia con il racconto del Console generale **Stefano Lazzarotto**

Si staglia con la sua imponente eleganza verso l'alto e, secondo l'angolo di osservazione, dietro gli edifici circostanti i Giardini Montanelli. Quasi cercasse il dialogo con Palazzo Lombardia, sede della Giunta regionale, il Centro Svizzero di Milano, storicamente il primo grattacielo costruito nel capoluogo lombardo, è visibile praticamente da ogni parte che lo si approcci avvicinandosi a Piazza Cavour. Fino a diventare un punto di riferimento tra le fitte geometrie della città. Credo siano pochi i milanesi a rispondere "Cosa?" alla domanda "Mi sa dire dove si trova il Centro Svizzero?"

La storia ci insegna che l'impulso per la creazione del Centro venne dalla diaspora svizzera a Milano, che aveva dovuto dire addio alla sede in via Disciplini distrutta durante la Seconda guerra mondiale. Il nuovo Centro ambiva anche a diventare un elemento imprescindibile dei progetti di ricostruzione e valorizzazione della città e non da ultimo contribuì a creare posti di lavoro (il grosso delle commesse fu realizzato da imprese italiane) partecipando in questo modo al rilancio dell'economia della città uscita stremata dalla guerra.

A conferma di ciò, e anticipando quello che sarebbe poi diventato un leitmotiv di uno degli elementi identitari della Svizzera moderna, campione mondiale dell'innovazione, la costruzione dello stabile fu approvata a condizione che si facesse uso delle tecnologie più avanzate. E così fu. Ancora oggi, anche grazie a interventi architettonici successivi, il Centro si contraddistingue per la sua grande funzionalità a beneficio delle istituzioni che lo abitano. Stando al famoso aneddoto raccontato anche dalla Società Svizzera di Milano (La Costruzione del Centro Svizzero; Una Mostra in quattro capitoli su quattro piani, dicembre 2001), e che suona assolutamente credibile, l'altezza della Madonnina del Duomo segnava il limite da non oltrepassare.

La stessa Società Svizzera, alla luce di un progetto la cui dimensione superava, e di molto, gli intenti iniziali, si indirizzò alle autorità federali a Berna, che concessero sostanziali fondi per la messa in cantiere dell'edificio, il quale assunse lo statuto di costruzione federale.

Quando tra il 1951-1952 furono inaugurate le due parti che compongono il Centro, ideato dagli architetti Armin Meili (a cui è dedicata la sala conferenze) e Giovanni Romano (direzione dei lavori), vi trovarono posto non solo la Società Svizzera, ma anche il Consolato generale, Svizzera Turismo, la Camera di Commercio, tuttora esistenti, e istituzioni come le Ferrovie Federali, non più presenti.

La storia della presenza consolare svizzera a Milano è legata a doppio filo con quella dell'Italia e della sua fondazione come Stato. Milano è, unitamente a Parigi, il posto a carattere permanente più antico della rete diplomatico-consolare svizzera. Fu creato in seguito alla formazione della Repubblica elvetica nel 1798. A seconda, appunto, delle vicissitudini storiche, il Consolato assunse il rango, vuoi di Consolato generale, vuoi di Consolato onorario.

Nel 1943 fu trasferito, fino alla fine della guerra, a Como. Erano al-

tri tempi, soprattutto in termini quantitativi: se già allora la colonia svizzera svolgeva un ruolo economico-sociale importante nei settori finanziari, della manifattura e via di seguito, ai nostri giorni si contano ben 35.000 iscritti nel nord Italia di cui circa 20.000 in Lombardia e 5.000 a Milano.

La presenza di un Consolato generale in seno al Centro Svizzero e in rappresentanza della realtà numerica più vasta tra la comunità svizzera in Italia, è un motivo di orgoglio. Negli anni il Centro è diventato un punto di riferimento unico, per la sua diversità e tipologia, dell'interazione tra le varie anime (istituzionali e non) della presenza svizzera in Lombardia e più generalmente nell'Italia del nord. Non so se esistano altre realtà al mondo comparabili con questa, ma quella di Milano esiste ed è più viva che mai. Il Centro è diventato sempre più un luogo di incontri e interscambi, nei settori culturali, economico-commerciali, dell'educazione e della ricerca.

Tra gli eventi più recenti, mi piace ricordare quello dedicato ai nuovi diciottenni organizzato il 16 novembre 2023 sul tema dell'intelligenza artificiale. Esempio di un braccio teso verso le nuove generazioni e i soggetti di più grande attualità, questo progetto è stato realizzato con un approccio improntato alla cooperazione a 360 gradi con varie istituzioni e organizzazioni Made in Switzerland. Il Consolato generale riflette e si propone come una struttura in dialogo permanente con l'esterno, che facilita contatti e fa rete. Questo non ci è solo suggerito dalla realtà contestuale del Centro Svizzero: ritengo sia un atto dovuto nel rispetto della memoria storica dei nostri antenati che si sono battuti anche per questo.

Nel 2024, credo che il loro messaggio aggregativo mantenga tutta la sua pertinenza.

## SWISS BUSINESS HUB

### CONSOLATO GENERALE PER LA PROMOZIONE COMMERCIALE E DEGLI INVESTIMENTI

Milano, sede della Borsa valori italiana, quinta in Europa e nona al mondo per importanza, è anche il principale centro finanziario e polo economico d'Italia. Nel 2001 il primo Swiss Business Hub a essere aperto fu proprio quello per l'Italia, sempre nel Centro Svizzero di Milano.

Non dimentichiamo che l'Italia è 3° partner commerciale della Svizzera nel mondo e l'apprezzamento reciproco dello Swiss Made da un lato e del Made in Italy dall'altro, favorisce uno scambio commerciale storicamente molto forte. Nell'ambito della promozione delle esportazioni, Swiss Business Hub ogni anno è in contatto con oltre 150 aziende svizzere per questioni relative all'accesso al mercato italiano. Se guardiamo invece alla promozione degli investimenti, tante aziende italiane sono attirate dalla piattaforma economica svizzera e dal suo primato nell'innovazione per realizzare dei progetti di crescita e di internazionalizzazione. La stretta collaborazione dell'Hub con i singoli Cantoni e i loro uffici di promozione economica è fondamentale per offrire una solida assistenza agli imprenditori italiani e i loro progetti di insediamento.

Per entrambe le missioni, la promozione delle esportazioni e la promozione degli investimenti, il lavoro cambia ogni giorno a seconda delle esigenze dell'attore economico che accompagniamo. Rimane il privilegio di dare sostegno al settore privato e aprire porte che possano contribuire al successo della singola impresa.

John Axelrod, direttore musicale Swiss National Orchestra

Ralf Weikert, direttore d'orchestra ospite per il concerto presso il Vaticano

# LA MUSICA CHE TRASMETTE LA CULTURA DEL PAESE

Swiss National Orchestra: la nuova realtà musicale svizzera si presenta e sceglie come prima meta le comunità svizzere all'estero. Il Presidente **Igor Longato** intervista **Melina Mandozzi**, primo violino di Spalla che guiderà l'orchestra nei primi progetti

Nei team building sempre più frequentemente si trovano corsi in cui vengono tracciati paralleli tra un'azienda e un'orchestra. Come in uno psicodramma, si analizzano le diverse posizioni: il direttore, che muove tutti con il gesto di una bacchetta, il primo violino di spalla, i solisti d'orchestra, ma anche i gruppi d'insieme chiamati "tutti". Si osserva come nelle parallele posizioni aziendali gesti, azioni e modi di comunicare producano reazioni e conseguenze positive o negative. L'orchestra è un organismo dinamico che vive e trasmette emozioni, e racconta con il suo modo di suonare valori intangibili.

SNO è un progetto nato da musicisti, che vogliono presentare al mondo una Svizzera oltre gli stereotipi, ovvero un Paese d'artisti e d'ispirazione: se in passato veniva considerata un consumatore di cultura, più che produttore di talenti straordinari, negli ultimi decenni sono cresciute diverse generazioni di musicisti che oggi trovano spazio nel mondo. SNO unisce questi musicisti eccellenti, offrendo una piattaforma in cui mettere in luce i loro talenti per presentarli al mondo.

Il debutto avverrà il 1° agosto 2024 al Casinò di Berna, per festeggiare la festa nazionale con la grande musica, seguito da un concerto in Vaticano che avrà luogo il 17 novembre nel Festival Pro Musica e Arte Sacra.

I musicisti che la compongono, circa settanta, si sono distinti per me-

riti artistici e suonano già in grandi orchestre come i Berliner Philharmoniker, la Royal Danish Orchestra, e molte altre e naturalmente le orchestre cantonali svizzere, e vengono invitati a unirsi al team.

Principalmente l'orchestra si rivolge all'estero, e per questo motivo, anche se la comunicazione interna avviene nelle lingue nazionali, è stato scelto un nome in inglese. Per la posizione del primo violino di Spalla, sarà Melina Mandozzi, ticinese che vive a Bergen, a guidare l'orchestra nei primi progetti. Le abbiamo fatto qualche domanda.

Melina Mandozzi, Konzertmeisterin

**Com'è il suo lavoro di Konzertmeisterin dell'Orchestra Filarmonica di Bergen?**

"Sono molto fortunata di avere ricevuto questo posto, che trovo ideale perché mi permette di alternare anche la mia attività di musicista autonoma. Poi in in Norvegia si vive molto bene: il Paese si prende cura dell'essere umano e, in combinazione con la parità e l'equilibrio dei generi, si crea una grande pace al lavoro, che genera la libertà di fare musica ad alto livello. Tutto ciò è prezioso, e come genitore torno a casa serena."

**Cosa pensa della Swiss National Orchestra?**

"Ho sempre sognato che ci fosse un progetto così - un'orchestra nazionale è un modo molto efficace per unire la Svizzera. Ci sono ottimi musicisti svizzeri sparsi sia in tutto il Paese che all'estero, sarà divertente vedere in che lingua si fanno le prove!"

**Quali sono le sfide e le gioie di suonare nella posizione di Konzertmeisterin?**

"Amo avere il contatto diretto con i direttori d'orchestra. È imparagonabile a qualsiasi altro mestiere: in micro-istanti bisogna percepire e leggere il linguaggio senza parole del Maestro, e trasmetterlo al resto dell'orchestra."

**Come si sente a tornare nel proprio paese ricoprendo questo ruolo?**

"Sono stata ospite violino di Spalla in tante magnifiche orchestre, in diversi paesi, infatti ora scrivo da Las Palmas, dove sono ospite alla Orquesta Filarmonica de Gran Canaria. Torno in Svizzera come Konzertmeisterin per la prima volta, e ne sono veramente felice. Dovunque vada sono sempre l'unica svizzera, quindi sarà emozionante essere circondata da svizzeri! Oltretutto anche suonare musica svizzera o in un qualche modo collegata alla Svizzera sarà un'esperienza molto speciale! Sono veramente fiera di poterne fare parte!"

# SPERIMENTAZIONE E INNOVAZIONE PER CRESCERE

**iaia**, la startup che guida i professionisti attraverso cambiamenti e sfide del mercato associata di Swiss Chamber

"Abbiamo scelto di associarci alla Swiss Chamber perché crediamo nell'importanza del suo ruolo di facilitatore per la crescita delle imprese di ogni dimensione e settore. Attraverso l'impegno nel fornire assistenza multidisciplinare, stimolare il networking e le connessioni, e nel promuovere un ambiente imprenditoriale favorevole e costantemente all'avanguardia, la Swiss Chamber si configura, a nostro avviso, come un partner indispensabile per il successo delle imprese in ogni fase del loro percorso di sviluppo, dall'avvio dell'iniziativa all'affermazione e crescita sul mercato. Per noi di iaia è importante farne parte e partecipare attivamente alla community per beneficiare di tutte le possibili sinergie virtuose che nascono dalla condivisione di esperienze, idee e progetti di business - commenta l'Avv. Sara Catapano, Founder & CEO di iaia - nonché portare a nostra volta l'esperienza e il punto di vista delle professioni caratterizzate da una forte competenza specialistica a servizio e in continua interazione con le specificità aziendali e industriali."

iaia è la prima startup di consulenza strategica e management interamente rivolta ad avvocati e professionisti, con servizi altamente specializzati nel supporto, potenziamento e affiancamento, anche in modalità full-outsourcing, del singolo professionista e dei team interni agli studi associati e alle aziende.

L'iniziativa nasce dalla consapevolezza che il mercato dei professionisti, e in particolare quello legale, stia vivendo una fase storica di forte cambiamento, complessità e discontinuità rispetto al passato, con molto potenziale ancora inespresso sia in termini qualitativi che di competenze e soluzioni offerte, e che - last but not least - i processi di innovazione e trasformazione sono e saranno sempre più indispensabili per continuare a generare valore, intendendosi con questo la massimizzazione costante e duratura delle aspettative personali, professionali ed economiche dei professionisti e dei loro clienti.

Investire in sperimentazione e innovazione permette infatti ai professionisti di ridisegnare la propria attività e le sue finalità, di cogliere opportunità inesplorate e di pianificare strategicamente il proprio percorso non solo in modo reattivo e adattativo rispetto alle sfide e ai contesti di riferimento, ma con approccio proattivo ed evolutivo: da protagonisti, cioè, in grado di autogenerare e alimentare il proprio vantaggio competitivo nel tempo, con miglioramenti continui e incrementali.

Per farlo sono indispensabili due passaggi: superare meri pregiudizi culturali e di attitudine - primo fra tutti il "non si applica al mio lavoro" - e contaminarsi il più possibile attraverso tutto ciò che è "altro" e "altri" rispetto alla propria esperienza, competenza, professionalità.

Per concludere, citiamo le parole di Bill Gates che ben sintetizzano sia la nostra scelta di associarci alla Swiss Chamber, sia il nostro personale reminder ai professionisti: "Il successo è basato sulle partnership che scegliamo".

# L'EVOLUZIONE DEL FAMILY BUSINESS

**OMTRA** Società Benefit e certificata B Corp, dal 1956 al servizio delle imprese, si innova con soluzioni strategiche orientate all'economia circolare e alla responsabilità sociale

Fondata nel 1956 dal nonno Silvio come azienda di logistica e trasporti, in seguito sotto la guida di Giorgio, l'attuale Presidente, ha avviato le attività di archiviazione in Italia nel 1979. OMTRA è un'azienda familiare certificata Ecovadis, B Corp e Parità di Genere UNI PdR 125:2022. Già leader storica nel settore dell'information governance, è stata la prima nel Paese a offrire servizi di archiviazione di documenti per conto terzi. E ora è anche attiva nella consulenza concreta ESG.

A capo di OMTRA, che ha costantemente aderito agli standard statunitensi e mantenuto una prospettiva internazionale, oggi c'è Giovanna Giulia Spadoni, donna, millennial, imprenditrice di terza generazione, nel ruolo di CEO[1], diventando così la prima a dirigerla nella storia dell'azienda e diversificando le offerte per includere servizi di consulenza sulla governance delle informazioni e le strategie di sostenibilità, con un particolare focus sui temi ESG (ambientali, sociali e di governance) in un accompagnamento fatto di innovazione, etica, ambiente e sociale, indispensabili per certificazioni ESG, bilanci di sostenibilità e profitto.

OMTRAdvisory vuole offrire un'esperienza completa, compresa di analisi approfondita dell'azienda, per studiare una consulenza personalizzata, in sintonia con la sua identità, orientata verso l'eccellenza e il vero cuore del business, con un team di giovani plurilaureati sui temi ESG e internazionali fortemente impegnato a collaborare con il cliente sia nella fase iniziale che nel percorso continuativo di sviluppo e miglioramento. Un sostegno per le aziende nel valutare e potenziare il loro contributo sociale e ambientale, traducendo i valori radicati nella loro storia aziendale e nel loro DNA, in azioni concrete per un impatto positivo sulla società e sull'ambiente.

OMTRA ha inoltre fondato due associazioni attive a livello nazionale e internazionale.

## IGSA

IGSA (Information Governance Security Association) si pone come entità di riferimento nel campo della governance e sicurezza delle informazioni, unendo competenze ed esperienze per promuovere una gestione consapevole e responsabile delle risorse informative all'interno delle organizzazioni private e pubbliche, collaborando pro bono, con gli organi dello stato.

IGSA è stata anche organizzatrice del convegno "Brand Protection & Sostenibilità Strategica: Best practice per un modello di business sostenibile (ESG -ISO22301-NIS2)" tenutosi il 25 ottobre 2023 presso Swiss Chamber a Milano. Un'opportunità per affrontare tematiche cruciali quali il Business Continuity Plan e le infiltrazioni criminali in azienda con interventi focalizzati su white list, vulnerabilità fisica e digitale delle imprese, valorizzazione della proprietà industriale e segreti aziendali, asset intangibili, processi di gestione delle informazioni e protezione dei dati, rafforzamento del brand in ottica di sostenibilità nel lungo periodo.

## FILIERA ONLUS & ORGANIZZAZIONE PURPOSE DRIVEN

L'associazione, più legata ai temi e principi di CSR, nasce nel 2022 dall'alleanza tra OMTRA Srl Società Benefit e la Cooperativa Sociale di Lavoro e Solidarietà (CSLS) di Lainate. L'obiettivo è quello di unire con pari dignità organizzazioni Purpose Driven, sustainability e security manager, enti del terzo settore (associazioni e fondazioni) e istituzioni, per mettere le forze a valore comune e creare aiuti concreti a favore degli "ultimi". I primi soci sono stati Caritas Ambrosiana, Cascina Biblioteca, ILAS (associazione industriale di Lainate) e United Way Spain che partecipa in quanto rappresentata da OMTRA, sua ambasciatrice ufficiale in Italia.

1 Giovanna Giulia Spadoni attualmente è anche membro del Board al secondo mandato di I-Sigma International (Association for Secure Information Lifecycle Management).

Scopri il Grand Train Tour of Switzerland: **Svizzera.it/grandtraintour**

# REPOWER
# CHARGING NET

Con **Repower Charging Net**
basta un posto auto per offrire a tutti
il **servizio di ricarica** che ti fa **guadagnare**.

Scopri tutti i vantaggi
di **Repower Charging Net**
chargingnet.repower.com

REPOWER
L'energia che ti serve.

# QUALITÀ, PRECISIONE E MASSIMA DISCREZIONE

I valori Swiss Made della Clinica Hildebrand Centro di riabilitazione Brissago raccontati dal CEO **Sandro Foiada**

Sandro Foiada illustra il percorso del Centro tra la Svizzera e l'Italia. Una Fondazione senza scopo di lucro i cui proventi vengono interamente reinvestiti nella struttura, che ad oggi conta 280 posti di lavoro a tempo pieno.

**1963-2023. In occasione dei 60 anni di attività la Clinica ha scelto di consolidare la collaborazione con Swiss Chamber: come? E con quali risultati?**

"La Clinica ha celebrato proprio lo scorso anno i suoi primi 60 anni. Siamo una fondazione privata non a scopo di lucro che da 60 anni si concentra su attività di riabilitazione, quindi medicina riabilitativa. Abbiamo sempre avuto, oltre che pazienti dalla Svizzera, e quindi dal Canton Ticino, anche pazienti, solventi, provenienti dall'Italia, che hanno visto come valida alternativa la nostra Clinica all'attività riabilitativa in Italia. Ricordiamo, come ormai noto, il soggiorno del Ministro del Governo Berlusconi, Onorevole Umberto Bossi che ha portato poi una grande pubblicità alla clinica." Un flusso di pazienti che, però, è andato un po' diminuendo. Da qui la volontà di tornare a essere più attivi attraverso attività di marketing e di presenza in Italia associandosi a Swiss Chamber, grazie alla quale "abbiamo voluto presentare la nostra Clinica a medici e alle persone del settore con delle conferenze a Milano nel corso del 2023."

**La Clinica è centro di riferimento in Svizzera per il settore della riabilitazione neurologica. Quali i valori che la contraddistinguono?**

"Sono gli stessi valori che contraddistinguono anche la Svizzera e la società svizzera. Lo Swiss Made è un po' simbolo di qualità e di discrezione. C'è una tendenza naturale alla qualità, alla precisione, all'attenzione a ogni dettaglio e una massima discrezione per il paziente, che può recuperare e fare il proprio percorso riabilitativo in tranquillità. Dal lato della qualità, abbiamo anche delle certificazioni, a partire dalla ISO 9001, per le quali annualmente abbiamo delle visite di conferma del label; siamo poi associati a SW!SS REHA, l'associazione delle cliniche d'avanguardia in Svizzera, con cui riceviamo delle certificazioni annuali nei vari mandati della clinica.
In particolare, noi, come clinica, lavoriamo su tre tipologie di pazienti per le quali abbiamo i mandati da parte del Cantone e per le quali siamo anche certificati: neurologia (65%), quindi pazienti con malattie neurologiche degenerative come per esempio la sclerosi multipla, il morbo di Parkinson; la fisiatria (25%), quindi pazienti con delle problematiche muscolo-scheletriche - persone, per esempio, in età avanzata che necessitano di un percorso riabilitativo post-intervento all'anca o al ginocchio, o dopo un incidente; e poi c'è un 10% di pazienti cardiologici, in particolare pazienti post-cardiochirurgia, una tipologia di paziente molto debilitato. Per tutte le discipline abbiamo medici e terapisti specializzati."

**60 anni di attività implicano anche grandi cambiamenti sia in ambito tecnologico che nella ricerca di soluzioni più sostenibili per le persone e per l'ambiente. Cosa significa innovare - e innovarsi - secondo Hildebrand?**

"Per sopravvivere, come clinica, come organizzazione, un continuo adattamento ai cambiamenti dell'ambiente circostante è alla base del nostro agire. L'evoluzione c'è e deve esserci a tutti i livelli. Se paragoniamo il personale di 60 anni fa a quello che abbiamo adesso, oltre che averne di più, è sempre più specializzato. Per tutti i mandati - neurologia, cardiologia, fisiatria - ci sono medici da una parte affiancati da specialisti per ciascun tipo di terapia, quali fisioterapia, ergoterapia, logopedia, neuropsicologia, e ognuno ha, anche, delle sotto-specializzazioni. Questo sicuramente è un cambiamento importante non solo sul volume ma anche sulla qualifica; il personale deve quindi partecipare regolarmente a corsi di formazione e aggiornamento, e noi dobbiamo assumere anche personale con delle conoscenze che non c'erano anni fa."

Non solo la specializzazione, ma anche la tecnologia è fondamentale per una continua evoluzione e per garantire un percorso di riabilitazione sempre più avanzato e integrato. "La riabilitazione non è solo manuale ma si avvale anche di ausili tecnologici. Per esempio, nei percorsi di riabilitazione di neuropsicologia e logopedia, usiamo gli schermi, videogiochi, sistemi con il computer per fare degli esercizi specifici e utili al recupero. E da quest'anno abbiamo anche quattro device tecnologici per la riabilitazione robotico-assistita che ci permettono di completare quello che si fa manualmente. È importante che questi nuovi strumenti siano validi a livello di evidenza scientifica; c'è tanto sul mercato ma noi vogliamo proporre degli strumenti di cui conosciamo, appunto, la validità scientifica. Per questo la scelta viene effettuata proprio dal personale clinico che ci lavora e non dalla direzione."

Bisogna anche parlare dell'evoluzione della logistica. "Evidentemente la clinica costruita 60 anni fa non è la stessa di oggi. Gli ospedali, in generale, sono strutture messe sotto pressione 24 ore su 24, i volumi che si definivano 60 anni fa non sono più gli stessi di oggi. Anche la tecnologia è diversa e quindi ogni anno bisogna fare degli adattamenti e delle ristrutturazioni per avere una struttura adeguata alle aspettative

dei tempi e anche dei pazienti e alle loro rinnovate esigenze."

E poi la medicina di oggi è molto più ambulatoriale: "Questo vale anche per la medicina riabilitativa, dove il paziente rimane tendenzialmente meno tempo in clinica, esce prima e continua con le attività terapeutiche ambulatoriali sul territorio. Proprio per questo motivo lo scorso dicembre abbiamo aperto il nostro ambulatorio Hildebrand di terapia ambulatoriale a Lugano." Una struttura che permette al paziente di avere una continuità di cura, garantendo la stessa qualità, tipologia di cura e concezione di Hildebrand, anche vicino al domicilio. Un percorso pensato per accogliere e curare il paziente dall'inizio alla fine, senza mai lasciarlo solo. "Vogliamo fare il bene del paziente globalmente, mettendo sotto lo stesso tetto tutte le discipline riabilitative."

**Uno sguardo, infine, al futuro: quanto è importante, e come, accrescere la presenza in Italia?**

"Vogliamo rappresentare un'alternativa alla riabilitazione in Italia offrendo qualcosa di diverso, qualcosa che solo lo Swiss Made può dare. Noi abbiamo la fortuna di avere un po' più di risorse a disposizione, in particolare per quanto riguarda l'ambito infermieristico e di assistenza, per cui disponiamo di più personale in grado di seguire meglio il paziente anche al di fuori del setting terapeutico. Quello che fa la differenza, poi, e che viene maggiormente apprezzato, è il tema della massima discrezione che permette al paziente di rilassarsi e fare tutto il necessario per tornare a casa. Obiettivo di quest'anno, quindi, è farci conoscere ulteriormente e consolidare la percezione delle persone verso di noi e i nostri servizi."

Servizi che sicuramente non rientrano in quello che possiamo definire un "prodotto di massa"; piuttosto, un prodotto "costruito sulle necessità e gli obiettivi del paziente e dei suoi famigliari con un piano molto particolareggiato di attività e mai standardizzato." Per ogni paziente, infatti, viene definito un programma di terapie con particolari obiettivi. "In questo senso possiamo veramente offrire un'alternativa valida."

# BENESSERE AZIENDALE E SOSTENIBILITÀ SOCIALE

Europa Donna ospite di Swiss Chamber per sensibilizzare su **prevenzione e salute**

Negli ultimi anni, l'attenzione verso i criteri ESG (ambientali, sociali e di governance) ha visto una costante crescita, spingendo le aziende verso un coinvolgimento sempre più attivo nella promozione del benessere delle persone, a partire dai propri dipendenti. Questo impegno non solo riflette un cambiamento culturale e sociale significativo nel mondo del lavoro, ma rappresenta anche una strategia fondamentale per il successo aziendale.

Un impegno che oltrepassa le mura dell'azienda, oggi sempre più coinvolte in attività sociali. Ed è qui che mondo associativo e aziendale si incontrano. È il caso di Europa Donna Italia, associazione che tutela i diritti delle donne per la prevenzione e la cura del tumore al seno, e che affianca le aziende per sensibilizzare sulla prevenzione ed educare alla salute, aiutandole a sviluppare il proprio ruolo di game changer nella diffusione della cultura della prevenzione.
Ed è proprio qui che l'alleanza tra scienza, associazioni di volontariato e imprese è fondamentale per creare risultati concreti che portino benefici a tutti gli attori coinvolti. Così Swiss Chamber ha invitato la propria community all'evento "Promuovere il benessere in azienda. La dimensione sociale della sostenibilità" in collaborazione con Europa Donna Italia.

Nella tavola rotonda moderata da Maria Cristina Origlia, giornalista e Presidente Forum della Meritocrazia, sono intervenuti Rosanna D'Antona, Presidente di Europa Donna Italia, e Corrado Tinterri, Direttore Breast Unit presso Humanitas Milano. Un incontro anche per ripensare il concetto di welfare aziendale: le organizzazioni che adottano una prospettiva orientata al benessere dei dipendenti contribuiscono alla creazione di un mondo del lavoro più sicuro e attento alla salute delle persone, garantendo quindi maggiore sostenibilità nel lungo periodo.

Come sottolineato anche dalle parole di Claudio Soldà, CSR & Public Affairs Director di The Adecco Group Italia, "I giovani sono passati dalla ricerca del posto fisso alla ricerca del posto giusto. Allo stesso tempo, le aziende stanno diventando organizzazioni che operano in maniera giusta all'interno della società."

***"L'incontro in Swiss Chamber ci ha dato l'opportunità di raccontare il nostro impegno per i diritti delle pazienti con tumore al seno a una platea di aziende -*** riflette Rosanna D'Antona ***- Pensiamo che la collaborazione con le imprese, sia un elemento cruciale per il welfare aziendale nei confronti dei propri dipendenti. Secondo le indicazioni di Great Place to Work il benessere dei lavoratori è sempre più fondamentale nelle politiche di HR. Le aziende si sono mosse e ancora si muovono in questa direzione: Europa Donna Italia è pronta a fare questo cammino insieme."***

# VERSO UN RICAMBIO GENERAZIONALE NECESSARIO

Le **opportunità per le imprese** all'evento di Swiss Chamber e Money.it

Nuovi strumenti e opportunità per le imprese per affrontare il grande tema sociale ed economico, che passa troppo spesso in sordina, del ricambio generazionale nelle imprese. Soprattutto quelle a conduzione familiare. Basti pensare che in Italia il 25% di queste hanno un leader di età superiore a 70 anni e il 18% sarà costretta ad affrontare il ricambio nei prossimi 5 anni. Queste le premesse della discussione intavolata nell'ambito dell'evento "Cambio generazionale. Strumenti e opportunità per le imprese" organizzato da Swiss Chamber e Money.it a Milano lo scorso 5 ottobre.

Un confronto necessario, quello tra generazioni, per il passaggio di testimone. Soprattutto in un mondo che, grazie alla digitalizzazione e alle nuove tecnologie, viaggia ad altissima velocità. "Le vecchie generazioni avranno maggiore difficoltà a stare al passo con cambiamenti sempre più celeri" riconosce Fabio Bocchiola, Presidente di Swiss Chamber. Cambiamenti di una "piccola rivoluzione" le cui conseguenze "non sono lontane."

Confronto in cui Andrea Künzi, Presidente di Künzi SpA (Milano) e Presidente e CEO di Hübeli AG (Svizzera), ha voluto riportare la propria esperienza in prima persona con la sua testimonianza. La sua è la terza generazione nell'azienda fondata dal nonno nel 1936, per Hübeli è la seconda generazione nell'azienda fondata dal padre nel 1977.

***"Essere il Presidente di un'azienda a conduzione familiare, come Künzi SpA, è una responsabilità che abbraccia generazioni e storie di successo. La chiave del nostro successo risiede, a mio avviso, nell'aver sempre riconosciuto che il bene dell'azienda avesse la priorità, anche sui talvolta complicati equilibri familiari. In un'azienda come la nostra la sopravvivenza dell'attività deve infatti superare le ambizioni individuali dei membri della famiglia. Considero la nostra però una famiglia allargata, composta anche da tutti i collaboratori che ripongono in noi la loro fiducia. Il nostro payoff 'Proud Family Company' riflette proprio questa visione: ogni figura è importante, e l'imprenditore deve talvolta assumere il ruolo di coach, per mantenere alta la motivazione dei dipendenti evitando che questioni familiari influenzano le dinamiche aziendali. Nel passaggio del testimone è essenziale stabilire che le nuove generazioni non solo non sono obbligate a subentrare, ma dovranno anche provare di essere capaci. Le esperienze fuori dall'azienda sono cruciali, anche per i miei figli, affinché possano sviluppare una prospettiva più ampia e competenze che vanno al di là delle mura aziendali. In un mondo in continua evoluzione, l'idea di fare tutto da soli è ormai obsoleta; è necessario formarsi, collaborare e accettare il supporto per proiettarsi con successo nel futuro"*** conclude Andrea Künzi.

# L'ECONOMIA CIRCOLARE DELLA PLASTICA: DA RIFIUTO A RISORSA

Allo Swiss Corner per discutere dei processi, persone e comportamenti per un **futuro sostenibile**

È possibile ripensare la plastica non come un problema ma come una risorsa preziosa? Questa la domanda sollevata nel corso dell'incontro organizzato da Swiss Chamber dal titolo "L'economia circolare della plastica: da rifiuto a risorsa. Processi, persone e comportamenti". La corretta gestione della plastica rientra inevitabilmente nel modello di economia circolare: i prodotti in plastica non sono mero rifiuto, ma sono una risorsa a cui poter dare nuova vita e inserire nuovamente nel ciclo produttivo promuovendo pratiche quali il recupero, il riutilizzo e il riciclo.

A guadagnarci non è soltanto l'ambiente, ma anche le persone e le comunità. Affinché questo modello di green economy abbia successo, è fondamentale sviluppare un'alleanza tra aziende, istituzioni e cittadini: solo attraverso un impegno collettivo, trasversale e condiviso è possibile il superamento del vecchio modello di gestione passando da un'economia dello scarto a una zero waste.

L'evento, aperto dai saluti dell'Assessora all'Ambiente e Verde del Comune di Milano Elena Grandi, è stata l'occasione per presentare testimonianze virtuose e case history sui temi di economia circolare: dalla plastic tax, alla progettazione ecocompatibile degli imballaggi, fino alle iniziative di sensibilizzazione in azienda. A raccontare il loro impegno per un'economia circolare sono intervenuti in una tavola rotonda Deloitte, Epsotech, Nestlé Italiana e UBS, moderata dal Direttore relazioni esterne di Corepla (Consorzio per la raccolta, il riciclo e il recupero degli imballaggi in plastica) Andrea Campelli.

***"Swiss Chamber ha ideato e organizzato una bella iniziativa che ho avuto il privilegio di presentare e moderare a nome di Corepla, il Consorzio per il recupero e riciclo degli imballaggi in plastica, che ha la sua sede principale proprio nel Centro Svizzero. Aziende di settori diversi hanno raccontato le loro buone pratiche legate alla sostenibilità ambientale, rendendo evidente come queste tematiche siano diventate parte essenziale della vita in azienda, dai comportamenti virtuosi dei dipendenti a progetti improntati alla riduzione dell'impatto ambientale. Corepla da 25 anni opera su tutto il territorio nazionale, a fianco di istituzioni, comuni, imprese e cittadini con l'obiettivo di recuperare e avviare al riciclo gli imballaggi in plastica, come attore essenziale di un circolo virtuoso che, insieme agli altri consorzi di filiera che fanno parte di CONAI, ha fatto dell'Italia un'eccellenza europea nel riciclo degli imballaggi*** - spiega Andrea Campelli, che prosegue - ***La plastica è un materiale straordinario, inventata dal chimico italiano Natta 60 anni fa che vinse il Premio Nobel per aver creato un materiale che oggi è presente ovunque, dal design alla medicina, da oggetti quotidiani agli imballaggi per conservare e trasportare. Ovviamente la plastica, pur nella sua straordinaria versatilità di utilizzi, è un materiale molto delicato per il suo fine vita, ovvero il suo corretto recupero e riciclo. Nel mirino di campagne mediatiche a volte demagogiche, la plastica, se correttamente conferita nella raccolta differenziata, viene riciclata e può diventare materia prima seconda, evitando così utilizzo di materia prima vergine ed emissioni di CO2.***

***L'evento promosso da Swiss Chamber presso Swiss Corner ha dato voce a imprese che hanno in comune la volontà di ridurre l'impatto delle proprie attività e di concretizzare la sostenibilità ambientale, economica e sociale. Quando si parla di economia circolare dobbiamo ricordare che ognuno di noi, con i comportamenti quotidiani da dipendente e cittadino, è un anello di questo circolo che dobbiamo far diventare virtuoso."***

# ENABLING THE BUSINESS AND THE PEOPLE WE SERVE

**SPS is the leading outsourcing provider in business processing and data management.**

Building on our Swiss foundations and global footprint, we leverage the power of global relationships, insights and collaboration and deliver consistently at world-class level.

The Power of Possibility

# BENVENUTO AI NUOVI SOCI

INQUADRA IL QR CODE E ISCRIVITI ALLA NOSTRA NEWSLETTER PER RICEVERE INFORMAZIONI SU TUTTI I NUOVI SOCI DELLA COMMUNITY DI SWISS CHAMBER

## AMAPOLA

Amapola è una società di consulenza specializzata in strategie e progetti di **comunicazione d'impresa, comunicazione ambientale e della sostenibilità**, relazioni pubbliche e responsabilità sociale. Tra le aree di expertise il **reporting di sostenibilità**, lo stakeholder engagement, la formazione e la comunicazione integrata. Nel 2021 diventa **società benefit**. L'approccio dell'agenzia si fonda sulla conoscenza dei territori, sul rispetto dell'identità locale del business e sulla capacità di agire a livello internazionale per attivare percorsi di sostenibilità autentici e condivisi con tutti gli stakeholder. Perché la sostenibilità va misurata, raccontata, condivisa e fatta vivere con passione, impegno e creatività.

## DE MARQUET

De Marquet è un brand svizzero di accessori nato nel 2016 da Raffaella Iten, founder e anima creativa di ogni collezione. Il progetto nasce dal desiderio di mixare design, fashion, creatività e funzionalità mantenendo il focus su un'idea moderna di **sostenibilità**: consumare meno, ma meglio. Lontano dall'eccesso, lo stile De Marquet guarda alla **funzionalità**: come la versatile borsa Night&Day, ideale per i frequent flyer, o la linea Signature, elegante e declinata in più versioni. Il brand esprime al massimo **artigianalità italiana e design svizzero**, garanzia di qualità e longevità del prodotto.

## DUNE

Il Gruppo DUNE Tech Companies è una holding industriale attiva in Italia, Svizzera e Dubai e composta da società operanti nella **consulenza IT** già dagli anni '90. Il Gruppo supporta le aziende nell'introduzione e nell'**implementazione delle tecnologie digitali**, informatiche e dei dati. Offre, inoltre, supporto nella gestione dei dati, con l'obiettivo di valorizzarli, utilizzando tecnologie di **artificial intelligence e machine learning**. DUNE può inoltre coadiuvare le aziende clienti nella formazione e rafforzamento dello staff IT, procurando risorse sia temporary che permanent. Oltre alle tradizionali attività consulenziali, DUNE ha le capacità di gestione diretta di progetti di Open Innovation, che si possono spingere fino all'investimento diretto.

## EUROMILANO

EuroMilano è una società di promozione e **sviluppo immobiliare** attiva a Milano da quattro decenni. Nel corso degli anni e in anticipo sui tempi ha saputo mettere al centro della propria visione i temi della sostenibilità e **dell'innovazione in ambito urbano**. La sua mission è la creazione di valore sociale ed economico a lungo termine per i territori che trasforma. Oggi EuroMilano sta sviluppando **UpTown**, il primo smart district italiano che si distingue per essere il più grande e avanzato progetto residenziale oggi attivo a Milano.

## LANDOOR

Landoor è un'agenzia di **traduzioni, localizzazione, interpretariato e consulenza linguistica** specializzata nei settori scientifico, marketing e comunicazione, tecnologia, legale, moda & design. Dalla sede centrale di Milano, agli uffici di Londra, Parigi e Monaco di Baviera, fino ai team sui continenti americano e asiatico, Landoor conta su **professionisti madrelingua** residenti nei Paesi delle lingue target. Il rivoluzionario modo di operare, basato sul connubio tra tecnologie linguistiche e valore delle persone, ha assicurato alla società lo status di **PMI innovativa** e numerosi riconoscimenti a livello di **sostenibilità sociale**, economico e ambientale.

## LARIOFIERE

Fondazione Lariofiere, Ente di emanazione della Camera di Commercio di Como e di Lecco, ha come missione principale la promozione dell'economia territoriale e la creazione di relazioni tra le imprese al fine della crescita imprenditoriale. La realtà opera anche come **Destination Marketing Company** per la promozione turistica digitale del Lago di Como ed è un organizzatore di eventi B2B sui settori di riferimento del territorio lariano, tra cui la meccanica, l'arredo design, l'horeca, l'artigianato e l'edilizia. Lariofiere è inoltre proprietario di un moderno centro espositivo e congressuale situato a Erba (CO).

## MANUTAN

Manutan è un'azienda europea leader nel settore **B2B** specializzata nella **distribuzione di attrezzature e forniture per imprese, enti locali e professionisti**. Offre soluzioni all-in-one che aiutano i clienti a lavorare bene ogni giorno, in modo efficiente e sostenibile: **prodotti per uffici**, imballaggi, magazzini, officine, spazi esterni, igiene, sicurezza, salute e ristorazione. Grazie alla capillare presenza in Europa, attrezza e consiglia i clienti in tutto il mondo, **dalle piccole alle grandi aziende**, sia locali che internazionali.

## NVALUE

Nvalue è un fornitore di **soluzioni di energia rinnovabile** tramite Certificati di Attribuzione Energetica. Da oltre 15 anni, fornisce gli strumenti più adeguati per consentire alle imprese, società di distribuzione e produttori di energia di raggiungere i propri **obiettivi ambientali** in termini di consumo di energia rinnovabile e compensazione del carbonio. È attiva in tutta Europa, collabora con una rete globale di partner consolidati ed è membro di importanti organizzazioni del settore, come IETA, RECs International, Carbon Disclosure Project.

## OSBORNE CLARKE

Osborne Clarke è uno studio legale internazionale che conta oltre 300 partner e più di 1000 avvocati, distribuiti in 25 sedi in tutto il mondo. Assiste i clienti nei principali ambiti del diritto per le imprese nei maggiori settori industriali: **Energy & Utilities, Financial Services, Life Sciences & Healthcare, Real Estate, Retail & Consumer, Technology, Media & Communications, Mobility & Infrastructure**. Impegnato in progetti di sostenibilità ambientale e sociale, lo studio offre inoltre consulenza qualificata in materia ESG.

## TERTIANUM

Da quasi 40 anni Tertianum si dedica all'assistenza attraverso **soluzioni abitative** e di cura ritagliate su misura per la terza e quarta età. Il Gruppo Tertianum è un fornitore privato e ad oggi comprende **15 residenze e 75 centri abitativi** e di cura in tutta la Svizzera. Attualmente, in 2.005 appartamenti e in più di 3.707 letti di cura, gli ospiti delle strutture sono assistiti in modo da soddisfare le loro esigenze. Il 1° giugno 2024 aprirà la nuova **Residenza Tertianum Du Lac**: offerta abitativa di alto livello a Paradiso, Lugano.

## ZÜRCHER KANTONALBANK

La Zürcher Kantonalbank è una **banca universale svizzera** con una posizione leader nella regione economica di Zurigo, una delle più solide realtà del settore a livello svizzero e con un'attività di successo a livello internazionale. Tra le attività principali della banca contano il **private banking, i finanziamenti, il trading e i mercati dei capitali**. Con circa 5.000 dipendenti, la Zürcher Kantonalbank è la più grande banca cantonale svizzera.

# LA CERTIFICAZIONE PER LA PARITÀ DI GENERE IN AMBITO LAVORATIVO

I risvolti pratici spiegati da **Giulia Leardi**, Senior Partner Labour - ESG dello Studio Nunziante Magrone

"Non appena si concede alla donna l'uguaglianza con l'uomo, questa si dimostra superiore a lui" diceva Margareth Thatcher.

È vera l'affermazione fatta dalla Lady di Ferro? La risposta può essere solo "no comment". Il nostro Paese, infatti, nella classifica stilata dal World Economic Forum si colloca al 79esimo posto su 146, nel report 2023 del Global Gender Gap.

Ci sono ampi margini di miglioramento e una grande spinta potrebbe venire da parte della Certificazione per la parità di genere in ambito lavorativo qualora venisse adottata da un numero sempre più ampio di PMI.

Attenzione, quando parlo di certificazione non intendo solo l'ottenimento del foglio che indica che la società si è certificata, mi riferisco soprattutto al grande lavoro di consulenza che dovrebbe esserci dietro. Dall'impegno in termini di studio e dalla pratica che ho sviluppato (negli ultimi 12 mesi sono stata consulente di 8 società che sono poi state certificate e ho partecipato a 9 audit - come auditor esperta - per diversi enti certificatori), provo a suggerire agli imprenditori 8 vantaggi relativamente a questa certificazione, su cui riflettere.

## 1) AGGIUDICAZIONE DI APPALTI

Con l'entrata in vigore del nuovo Codice dei contratti pubblici (D.lgs. n. 36/2023) - e secondo quanto previsto dal DL n. 51/2023 recante "Disposizioni urgenti in materia di amministrazione di enti pubblici" - le amministrazioni aggiudicatrici indicano, nei loro avvisi, un maggiore punteggio legato al possesso della certificazione di genere.

## 2) SGRAVI CONTRIBUTIVI

Nel messaggio n. 4614 del 2023, l'INPS indica le modalità di richiesta e i requisiti di spettanza dell'esonero contributivo per i datori di

lavoro privati che siano in possesso della certificazione della parità di genere e l'abbiano conseguita entro il 31 dicembre 2023. Le domande dovranno essere presentate entro il 30 aprile 2024.

## 3) AGGIUDICAZIONE DI FINANZIAMENTI

A seguito della partecipazione ai bandi. Lo scorso 23 novembre presso la sede della Regione Lazio è stato presentato il bando "Voucher Digitalizzazione PMI", il cui obiettivo era sostenere le imprese che intendono acquistare tecnologie digitali e servizi. Per le imprese certificate nella parità di genere erano a disposizione +10 punti!

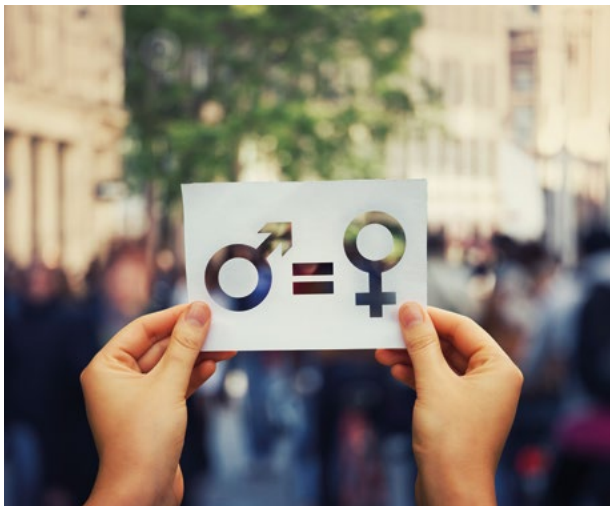
## 4) CERTEZZA DI RIMANERE NELLA SUPPLY CHAIN

Al fine di migliorare le pratiche di sostenibilità e garantire trasparenza, i vari partner commerciali mettono le PMI sempre più sotto pressione. Per fare un esempio il c.d. SAQ 5.0 è un questionario di valutazione di sostenibilità che copre temi quali i diritti umani e le condizioni di lavoro, la salute e la sicurezza, l'etica aziendale.

Volvo (e altre case automobilistiche) lo sottopongono ai propri fornitori che, se sono in possesso di una buona Certificazione di Parità, sono in grado di ottenere un ottimo punteggio nelle domande relative alla "S" di ESG, rimanendo fornitori di player molto importanti.

## 5) PRECOSTITUZIONE DI PROVE FAVOREVOLI

Primo esempio: una nota compagnia ha revocato le facilitazioni di viaggio ai dipendenti. I dipendenti hanno fatto causa e il Tribunale di Milano (in data 23 gennaio 2024 Dottoressa M.B. Gigli) ha revocato la decisione della società considerandola ritorsiva. Da questa sentenza la società ne esce sconfitta due volte: anche sotto il profilo reputazionale. Durante una consulenza per addivenire alla Certificazione, si devono esaminare i benefit che la società eroga ai dipendenti (e alle donne) per raggiungere l'equilibrio del work balance. Aiutare la società a stilare una o più policy in merito e/o mettere le basi per un piano welfare. Quindi, quell'"inconveniente" forse si sarebbe potuto evitare.



E, ancora, durante una consulenza si deve erogare una ottima formazione avente a oggetto le basi del diritto antidiscriminatorio, si devono creare meccanismi di denuncia e correlate policy. In presenza di questi strumenti la società è facilitata ad agire contro dipendenti che rendono il posto di lavoro disfunzionale e d'altro lato a difendersi da false accuse di discriminazione.

## 6) OTTENIMENTO DI UNA GOOD REPUTATION

Avere una reputazione aziendale positiva significa che i consumatori leggeranno messaggi positivi su quella specifica azienda e si fideranno della stessa sentendosi a proprio agio nell'acquistare prodotti o servizi da questa offerti, e l'azienda otterrà così una loro fidelizzazione.

## 7) PRECOSTITUZIONE DI UNA PARTE DEL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

La UNI/PdR 125:2022 insieme a un'altra recente certificazione di origine anglosassone, significa avere tutta la parte "S" di ESG scritta. Con un costo moderato.

## 8) OTTENIMENTO DI UN TESORETTO

La fase di consulenza deve permette all'azienda di crearsi un "tesoretto". Ovvero possedere un codice etico e delle procedure di gestione delle risorse umane in cui venga disciplinato: a) il processo di recruiting; b) il processo di sviluppo professionale; c) il processo di gestione dell'equità salariale; d) il processo di gestione della genitorialità (maternità e paternità); e) il processo di gestione della work life balance; f) il processo di denuncia e gestione delle non conformità e reclami (una sorta di whistleblowing relativo agli atti discriminatori e le molestie); g) un processo di gestione della comunicazione interna ed esterna.

## WARNING

Come in tutte le situazioni chi si sceglie come consulente, fa la differenza. Questa certificazione tratta di materie molto tecniche, diritto del lavoro e diritto antidiscriminatorio.
Buona parità a tutti.

# RESTRIZIONI ALL'ACQUISTO DI IMMOBILI IN SVIZZERA

Un esempio di convivenza tra interessi nazionali, paesaggistici e ambientali. Lo spiega **Maeve Romano**, Senior Associate MLL Legal AG

La Svizzera è da sempre apprezzata a livello internazionale non solo per la sua stabilità economica e politica, ma anche per le sue città tranquille e i suoi incantevoli paesaggi lacustri e alpini. Tuttavia, in tale contesto, l'acquisto, la vendita, nonché la costruzione e modifica di immobili (principalmente a destinazione abitativa) sono condizionati - oltre che dalle normative edilizie comunali e cantonali - da due importanti leggi federali: la Legge sull'acquisto di fondi da parte di persone all'estero (LAFE o Lex Koller) e la Legge sulle abitazioni secondarie (LASec o Lex Weber).

## LEX KOLLER

Sin dagli anni '60, la legislazione svizzera prevede delle restrizioni all'acquisto di fondi a destinazione abitativa da parte di persone non residenti in Svizzera. Negli anni, queste restrizioni sono state estese anche a società con sede all'estero o società con sede in Svizzera nelle quali persone all'estero occupano una posizione preponderante. Per acquistare un immobile, queste persone devono in linea di principio chiedere un'autorizzazione all'autorità cantonale competente. L'art. 2 cpv. 2 LAFE, tuttavia, prevede importanti eccezioni, per esempio per fondi a destinazione commerciale o per l'acquisto di abitazioni primarie.

L'obiettivo di questa legge è "evitare l'ec-

cessivo dominio straniero del suolo indigeno" (art. 1 LAFE) e quindi di promuovere l'interesse nazionale. Ottenere un'autorizzazione LAFE è, dal punto di vista di una persona non residente, il primo importante scoglio da superare per acquistare un immobile in Svizzera.

## LEX WEBER

Tutt'altro obiettivo viene invece perseguito dalla LASec, la quale disciplina l'ammissibilità della costruzione di nuove abitazioni secondarie, nonché l'ammissibilità di modifiche edilizie e di cambiamenti di destinazione di abitazioni esistenti nei comuni in cui la quota di abitazioni secondarie supera il 20%. Tali restrizioni sono applicabili indistintamente sia alle persone residenti in Svizzera che ai residenti all'estero e sono di estrema rilevanza principalmente per i comuni alpini. Ai sensi dell'art. 2 cpv. 4 LASec sono abitazioni secondarie tutte quelle abitazioni che non sono abitazioni primarie o un loro equivalente. Un'abitazione primaria è un'abitazione utilizzata da almeno una persona il cui comune di residenza coincide con il luogo in cu i si trova l'abitazione (art. 2 cpv. 2 LASec).

Le limitazioni imposte da questa legge si riassumono come segue:

- L'edificazione o l'acquisto di un'abitazione primaria sono concessi, posto che non venga cambiata poi la sua destinazione.

- In linea di massima, è vietato costruire nuove abitazioni secondarie in comuni con una quota di abitazioni secondarie superiore al 20% (eccezioni, per esempio, per abitazioni utilizzate a scopi turistici). L'acquisto di un'abitazione secondaria preesistente e il suo mantenimento in tale utilizzo è permesso.

- Per tutti i tipi di ristrutturazione di abitazioni secondarie realizzate prima dell'11 marzo 2012, gli ampliamenti sono consentiti fino a un massimo del 30% della superficie utile principale preesistente, a condizione che non ne risultino abitazioni supplementari (art. 11 cpv. 3 LASec). Secondo la giurisprudenza del Tribunale federale ciò non vale in caso di ricostruzione dopo la demolizione.

## IN CERCA DI UN EQUILIBRIO TRA NECESSITÀ E SOSTENIBILITÀ

Nel suo messaggio concernente il disegno di legge della LASec, il Consiglio federale richiama l'attenzione sugli obiettivi ambientali. Il Consiglio federale spiega chiaramente che la LASec ha, tra le altre cose, lo scopo di porre un freno ai fenomeni della dispersione insediativa e della frammentazione del paesaggio dovuti all'edificazione di case secondarie o al cambiamento di destinazione di abitazioni. L'intento dichiarato è quello di "preservare gli spazi vitali naturali di fauna e flora e la relativa percezione del paesaggio a favore delle generazioni presenti e future".

Le stime del Consiglio federale prevedevano che grazie a questa legge sarebbero state edificate ogni anno 2.500 abitazioni secondarie in meno, alle quali corrispondono superfici naturali e coltive pari a circa 50 ettari (un impatto di circa il 2% rispetto alle perdite annuali di terre coltivabili in Svizzera). Tuttavia, a otto anni dalla sua entrata in vigore, si considera che la LASec, con la relativa giurisprudenza, limiti in modo considerevole il rinnovo di abitazioni realizzate in virtù del diritto anteriore. È opinione del Parlamento che gli obiettivi prefissati dalla legge si siano dimostrati non essere del tutto allineati con gli interessi e le necessità della popolazione e dei molti comuni interessati. Per contrastare queste limitazioni, nell'aprile 2023 è stata sottoposta al Consiglio federale un'iniziativa parlamentare con l'intento di modificare la LASec. Il nuovo testo di legge vorrebbe che, anche in caso di demolizione e ricostruzione di un'abitazione realizzata in virtù del diritto anteriore, fosse nel contempo possibile ampliare al massimo del 30% la superficie utile principale, far risultare abitazioni ed edifici supplementari e spostare entro i confini dello stesso fondo l'ubicazione della costruzione.

Inoltre, in occasione dell'ampliamento delle abitazioni secondarie preesistenti il progetto prevede la possibilità di far risultare abitazioni ed edifici supplementari, sempre che l'ampliamento non superi il 30% della superficie utile principale preesistente. Nella misura in cui queste ulteriori opzioni di modifica ed espansione possano generare conflitti con la protezione degli spazi aperti all'interno dell'insediamento, del paesaggio urbano o delle residenze primarie, i cantoni e i comuni hanno a disposizione strumenti di pianificazione adeguati ad evitare tali conflitti.

Sebbene il disegno di modifica non sia ad oggi ancora stato approvato definitivamente, è significativa la volontà da parte del Parlamento di contribuire, da un lato, alla densificazione e alla modernizzazione delle abitazioni (secondarie), tenendo però in debita considerazione il rischio di una deturpazione del paesaggio e dell'ambiente. Inoltre, la speranza è quella che questa modifica apra nuove opportunità di finanziamento per le ristrutturazioni ad alta efficienza energetica.

# DISABILITÀ E INCLUSIONE NEL MONDO DEL LAVORO

I processi adeguati e monitoraggio sull'implementazione di politiche di inclusione spiegati dall'Avv. **Rita Santaniello**, Partner, e Avv. **Rebecca Salat**, Associate, dipartimento del diritto del lavoro, Rödl & Partner

L'accesso al mondo del lavoro è un diritto riconosciuto a tutti. Il concetto, sebbene possa sembrare scontato in prima lettura - grazie all'evoluzione dei tempi accompagnata dal susseguirsi di importanti fenomeni politico-sociali - in realtà non lo è. Nel 1948, con una visione giuridica lungimirante, la Costituzione italiana prevedeva la promozione delle condizioni per rendere effettiva l'uguaglianza di opportunità tra gli individui. Pensiamo, quindi, alla tematica dell'ingresso delle persone portatrici di handicap nel mondo del lavoro: oggigiorno risulta ancora più impellente l'esigenza di garantire a questa categoria di lavoratori una inclusione effettiva.

La Costituzione, ispiratrice di ideali e valori volti alla tutela dei consociati, rappresenta la base necessaria per il legislatore italiano che, nel corso degli anni, ha sviluppato una normativa incentrata sull'obbligo di assunzione delle persone disabili. Pensiamo alla Legge 12 marzo del 1999 n. 68, recante il titolo, "Norme per il diritto al lavoro dei disabili" o infine alla Legge 5 febbraio 1992, n. 140, (c.d. Legge 104).

Eppure, la tematica non può essere ridotta al mero collocamento obbligatorio: il problema così affrontato non porterebbe al raggiungimento della piena compliance. L'inclusività nell'ambiente lavorativo in Italia è stata esaminata recentemente attraverso un'indagine condotta su 102 imprese in Italia nei settori servizi e industria[1]. Più dell'80% di esse afferma di impegnarsi fortemente nel contrastare ogni forma di discriminazione e nel rispettare le identità dei dipendenti. Il 76% delle aziende ha già implementato politiche di gestione della diversità che vanno oltre i requisiti legali, concentrando principalmente sull'inclusione delle persone con disabilità. Inoltre, il 22% ha in programma di adottare tali politiche in futuro.

La "non compliance" - intesa quale non conformità a determinate norme, regole o standard - può avere un concreto impatto economico sull'impresa: basti pensare alle sanzioni comminate in caso di violazione degli obblighi in merito al collocamento obbligatorio in capo al

datore. Tuttavia, il concetto di inclusività è qualcosa di ben più ampio: si tratta di una scelta intenzionale, volta a valorizzare (e non meramente accettare o non discriminare) le diversità nei contesti di lavoro.

È così che si raggiunge la piena compliance: oltre al rispetto della normativa, è necessario garantire a tutti di esprimere al meglio il proprio potenziale e valore, dando la stessa possibilità di partecipare e contribuire, indipendentemente dalle caratteristiche personali.

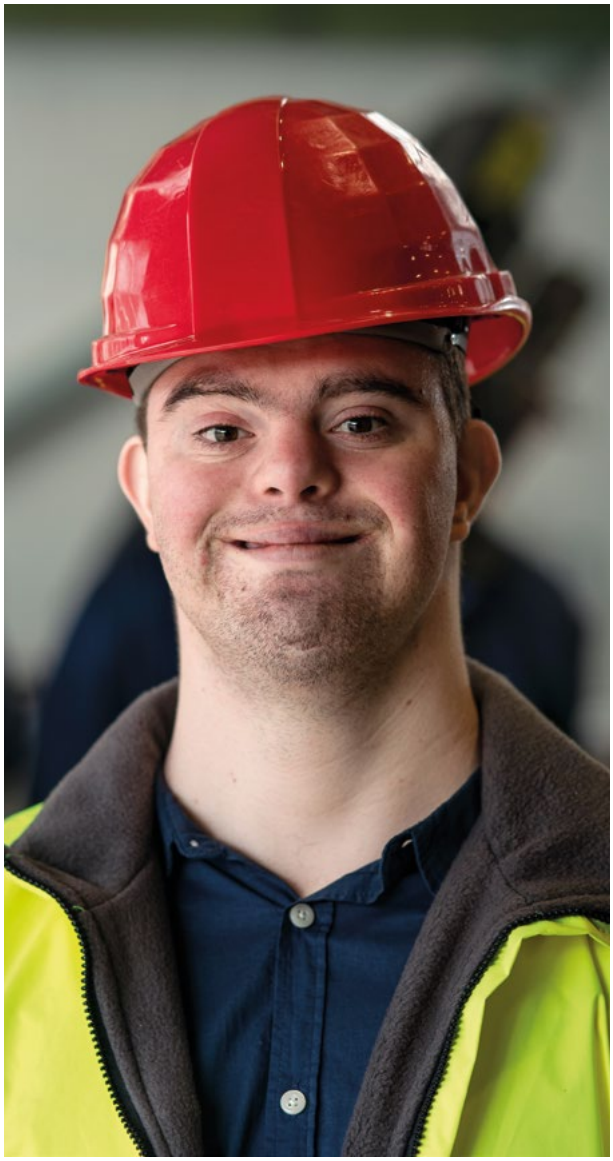
Il tema dell'inclusione riveste un ruolo centrale anche nelle politiche dell'Unione Europea. La Direttiva CSRD (Direttiva Europea sul Bilancio di Sostenibilità) e il programma NextGenerationEU, in linea con il Regolamento RRF, pongono l'accento sulla crescita intelligente, sostenibile e inclusiva. Il NextGenerationEU richiede che i piani nazionali siano allineati a questi principi e che garantiscano un impatto interno attraverso riforme legislative e investimenti pianificati in modo interconnesso.

Uno dei pilastri chiave del Dispositivo per la Ripresa e la Resilienza (RRF) è l'inclusività tradotta come promozione della valorizzazione delle diversità. Questo stimola l'innovazione, come nel settore del marketing, poiché un approccio inclusivo aiuta a intercettare una parte significativa del mercato, migliorando al contempo la reputazione del marchio. Inoltre, l'inclusività favorisce la employee attraction and retention, ovverosia l'attrazione e il mantenimento dei dipendenti, riducendo il turnover e aumentando la soddisfazione dei dipendenti, che sono meno propensi a considerare altre opportunità lavorative o a lasciare il lavoro per motivi personali.

Non di meno, la prevenzione dei rischi per l'azienda è un punto essenziale da considerare. Pensiamo per esempio al "periodo di comporto", cioè quel periodo massimo di assenza dal lavoro per malattia o infortunio previsto dalla contrattazione collettiva durante il quale il dipendente conserva il suo posto di lavoro. Il fitto contenzioso in materia ha recentemente contribuito alla creazione di nuovi filoni giurisprudenziali volti al rafforzamento delle tutele per i lavoratori disabili. La Corte di Cassazione, con la sentenza del 31 marzo 2023 n. 9095, ha confermato il principio già affermato in alcune sentenze di merito secondo cui è illegittimo il licenziamento per superamento del comporto adottato nei confronti del dipendente disabile nel caso in cui il periodo massimo di assenza stabilito nella contrattazione collettiva sia lo stesso previsto per i dipendenti non disabili.

Più recentemente, sempre nello stesso ambito giuridico, il Tribunale di Ravenna ha rimesso alla CGUE un quesito centrale per l'evoluzione del tema: ovvero, se il periodo di comporto previsto dal CCNL Terziario possa considerarsi un ragionevole accomodamento idoneo a escludere la discriminazione indiretta dei lavoratori disabili.

La CGUE nella causa C-631/22, ha sottolineato che il rifiuto di un "accomodamento ragionevole" da parte del datore può costituire discriminazione fondata sulla disabilità se non è stato considerato l'obbligo, ampiamente interpretato, di adattamento organizzativo all'interno



dell'azienda. Si inserisce, nel fattore rischio, anche l'argomento circa l'onere della prova: il lavoratore gode di un vantaggio probatorio che gli consente di presentare e dimostrare le circostanze di fatto dalle quali si può inferire che la discriminazione abbia avuto luogo.

C'è ancora molto su cui lavorare, ma una cosa è certa: bisogna premunirsi con processi adeguati e monitoraggi sulla effettiva implementazione di politiche di inclusione a salvaguardia dell'azienda osservando, soprattutto, la dovuta responsabilità sociale.

1 Dalla ricerca *Disabilità e lavoro: oltre le barriere. Dati e storie di inclusione lavorativa in Italia*, 2022, promossa da Accenture Italia.

# RASSEGNA MULTIMEDIALE

## LIBRI

### DARE TO LEAD: BRAVE WORK. TOUGH CONVERSATIONS. WHOLE HEARTS

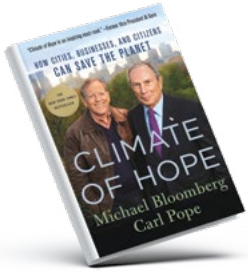
Brené Brown; Ebury Publishing; 320 pagine

Brené Brown esplora il tema della leadership autentica e inclusiva, fornendo strumenti pratici per creare un ambiente di lavoro inclusivo e sostenere la diversità. Sulla base di una nuova ricerca condotta con leader, creatori di cambiamenti e mutatori culturali, l'autore ci mostra come mettere in pratica queste idee in modo da poter fare un passo avanti e guidare. La leadership non riguarda titoli, status e potere sulle persone. I leader sono persone che si ritengono responsabili di riconoscere il potenziale delle persone e delle idee e di sviluppare tale potenziale. Questo è un libro per tutti coloro che sono pronti a scegliere il coraggio rispetto alla comodità, a fare la differenza e a guidare. Empatia, connessione e coraggio di iniziare.

### THE NEW CORPORATION: HOW "GOOD" CORPORATIONS ARE BAD FOR DEMOCRACY

Joel Bakan; Knopf Doubleday Publishing Group; 240 pagine

Il libro mette in discussione l'idea che le aziende possano essere "buone" e propone una riflessione critica sul ruolo delle grandi aziende nella società contemporanea. Nell'ultimo decennio e mezzo, i leader aziendali hanno invocato un nuovo tipo di capitalismo. Con l'aumento della disuguaglianza dei redditi, la stagnazione dei salari e l'aggravarsi della crisi climatica, si sono resi conto che dovevano fare dei valori sociali e ambientali il fulcro dei loro messaggi. In una prosa lucida e coinvolgente, Joel Bakan documenta come la crescente libertà aziendale invade la libertà individuale e la democrazia. Attraverso ricerche approfondite e interviste sia con i massimi dirigenti che con i loro critici più accaniti, mette a nudo la disumanità e la forza distruttiva dell'attuale ordine.




### CLIMATE OF HOPE: HOW CITIES, BUSINESSES, AND CITIZENS CAN SAVE THE PLANET

Michael Bloomberg, Carl Pope; St. Martin's Press; 272 pagine

Bloomberg, imprenditore ed ex sindaco di New York, e Pope, leader ambientalista da sempre, affrontano il cambiamento climatico da prospettive diverse ma arrivano a conclusioni simili con la convinzione che città, imprese e cittadini possano guidare - e vincere - la battaglia contro il cambiamento climatico. In Climate of Hope, Bloomberg e Pope offrono uno sguardo ottimista alla sfida del cambiamento climatico, alle soluzioni che ritengono rappresentino la promessa più grande e ai passi pratici necessari per realizzarle. Scrivendo in base alle proprie esperienze e condividendo le proprie storie di governo, imprese e advocacy, gli autori forniscono una tabella di marcia per affrontare la sfida più complicata che il mondo abbia mai affrontato.

## PODCAST

### SUSTAINABILITY DEFINED

Jay Siegel & Scott Breen

Il podcast esplora i concetti chiave della sostenibilità, offrendo interviste con esperti del settore e approfondimenti su temi attuali legati alla sostenibilità. Ogni episodio si concentra su un singolo argomento spiegato con l'aiuto di un professionista esperto, aiutando gli ascoltatori a definire cos'è esattamente la sostenibilità.

### THE DIVERSITY GAP: WELCOME TO THE DIVERSITY GAP ACADEMY

Bethaney Wilkinson

Questo podcast si concentra sulle questioni legate alla diversità e inclusione nei luoghi di lavoro e nella società in generale, con conversazioni approfondite e pratiche su come promuovere un ambiente più inclusivo, con strategie e best practice per aiutare a creare il tipo di cultura in cui ogni persona, ciascuna con background differente, sia dotata di ciò di cui hanno bisogno per prosperare sul lavoro.

### CLIMATE CAST

Minnesota Public Radio

Il meteorologo di Minnesota Public Radio Paul Huttner discute le ultime ricerche sui cambiamenti climatici e le conseguenze che stiamo vedendo nel Minnesota e nel mondo. Questa serie offre aggiornamenti settimanali sul cambiamento climatico, esplorando le ultime notizie, le tendenze e le soluzioni per affrontare la crisi climatica.

## PROGRAMMI TV

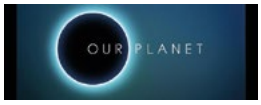
### PASSATO E PRESENTE

Paolo Mieli; Rai Storia

Il programma di approfondimento storico quotidiano prodotto da Rai Cultura e condotto da Paolo Mieli racconta i grandi e piccoli eventi e i personaggi che hanno segnato la storia del mondo, da quella antica a quella contemporanea, per fornire strumenti di conoscenza del tempo in cui viviamo. I temi spaziano attraverso tutte le epoche storiche per far emergere le continue connessioni tra il passato e il presente.

### OUR PLANET

David Attenborough; Netflix




La serie, prodotta in collaborazione con Netflix e WWF, esplora la bellezza del nostro pianeta e le sfide che affronta a causa del cambiamento climatico e dell'attività umana. Siamo la prima generazione a sapere che stiamo distruggendo il pianeta, ma siamo anche l'ultima che può ancora fare qualcosa per salvarlo. Insieme possiamo invertire la rotta e ripristinare il capitale naturale. La serie non solo emozionerà gli spettatori, portandoli negli angoli di mondo dove accadono gli eventi naturali più incredibili, ma motiverà ognuno di noi ad agire per proteggere quel luogo che chiamiamo casa.

SWISS CHAMBER Camera di Commercio Svizzera in Italia

# I Servizi di Swiss Chamber

## INFORMATIVI

- **Visure camerali** da ufficio registro svizzero su società svizzere
- **Rapporti informativi** su persone fisiche giuridiche in Italia
- Visure ipocatastali su società italiane
- Visure camerali da camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura

## MARKETING

- Previsioni economiche Svizzera Italia
- **Ricerca clienti** e partner commerciali
- Fornitura database profilati
- Ricerche di mercato
- Sviluppo progetti promozionali

## COMUNICAZIONE

- Partecipazione eventi Swiss Chamber
- Spazi pubblicitari **Rivista La Svizzera**
- Newsletter informativa mensile
- **Newsletter** Nuovi Soci
- Campagne c/o Swiss Corner
- Visibilità su **Social Media** (Facebook,
- LinkedIn, Instagram)

## EVENT FACILITIES

- Affitto location **Spazio Eventi** - ideale per eventi aziendali, convegni, meeting e workshop
- Affitto location **Swiss Corner** - ideale per lanci di prodotto, campagne di comunicazione, temporary store e mostre temporanee
- Utilizzo **sale riunioni** c/o Swiss Chamber
- Organizzazione & produzione eventi

## LEGALI

- Consulenza legale
- **Recupero crediti**
- International arbitration
- **Arbitrato e Mediazione**
- Centro Studi TPF-**Third Party Funding**

## FISCALI

- Richiesta **codice fiscale italiano** e firma digitale per soggetti residenti all'estero
- Consulenza fiscale
- **Rappresentanza fiscale**
- **Tenuta del personale**

Per ulteriori informazioni, non esitate a contattarci:
Swiss Chamber T +39 02 7632031 info@swisschamber.it
Visita il nostro sito:

switadvice
OUR PARTNERS, YOUR BUSINESS

Il portale di Swiss Chamber per impreditori italiani e svizzeri.
Il miglior supporto per coloro che intendano conoscere e valutare i rispettivi mercati oltre frontiera.

www.switadvice.it

Superando le aspettative,
lei ha costruito il suo successo.

Superando le aspettative
dei nostri clienti,
noi abbiamo costruito
il nostro.

**Fare banca è il
nostro mestiere.**

UBS

UBS sempre al suo fianco.
Nel mondo e in Italia.

ubs.com/wmitalia

Comunicazione ad uso informativo e di marketing.
© UBS 2024. Tutti i diritti riservati.

www.**swisschamber**.it

**01** 2024

LASVIZZERA

IL MAGAZINE DELLA CAMERA DI COMMERCIO SVIZZERA IN ITALIA

ASSOCIATO A CAMERE DI COMMERCIO ITALO ESTERE ED ESTERE IN ITALIA SEZIONE DI UNIONCAMERE

USPI

Green Paper.
Stampato su carta FSC con l'utilizzo di materie prime e fasi di lavorazione nel rispetto dell'ambiente.
Lo stampato FSC permette di identificare i prodotti provenienti da foreste certificate in base agli standard del Forest Stewardship Council

Questa rivista è una pubblicazione di Swiss Chamber - Camera di Commercio Svizzera in Italia con la collaborazione di CECOMS - Centro per la Comunicazione Strategica Università IULM

## EDITORE, DIREZIONE E AMMINISTRAZIONE

**Swiss Chamber - Camera di Commercio Svizzera in Italia**
Via Palestro 2 - 20121 - Milano
T +39 02 76 32 031 - F +39 02 78 10 84
www.swisschamber.it

## PRESIDENTE

Fabio **Bocchiola**

## DIRETTORE RESPONSABILE

Alessandra **Modenese Kauffmann**

## COORDINAMENTO EDITORIALE, PROGETTO GRAFICO E IMPAGINAZIONE

**Core Srl**
Viale Francesco Crispi 17 - 20121 - Milano
www.corelations.it

## DIREZIONE CREATIVA

Gianluigi **Servolini**

## CREDITI FOTOGRAFICI

Shutterstock | Pexels | Unsplash

## COVER

Gianluigi **Servolini** inspired by BING

## COMITATO DI REDAZIONE

Enrico **Fasola**
Giovanna **Frova**
Sofia **Giovannini**
Ruggero **Martino**
Alessandra **Modenese Kauffmann**
Stefania **Romenti**
Alberto **Stival**

## HANNO COLLABORATO AL NUMERO

Stefano **Colombo**
Susanna **Fiorletta**
Giulia **Leardi**
Maeve **Romano**
Stefania **Romenti**
Rebecca **Salat**
Rita **Santaniello**

## PUBBLICITÀ

Swiss Chamber - Camera di Commercio Svizzera in Italia

Autorizzazione del Tribunale di Milano N. 594/2010

SWISS
CORNER
La vetrina esclusiva
per il tuo business
SWISS
CORNER
Swiss Chamber - Camera di Commercio
Svizzera in Italia
Piazza Cavour, Angolo Via Palestro
Per info ed eventi:
swisscorner@swisschamber.it

IL MAGAZINE DELLA CAMERA DI COMMERCIO SVIZZERA IN ITALIA

# LA SVIZZERA