

Data: 31.12.2021
Size: 16464 cm2
Tiratura: 44890
Diffusione: 24326
Lettori: 104000

Pag.: 100,101,102,103,104,
AVE: € 1103088.00

Class

Il magazine per usare il futuro che esiste

NEXT 35

Le **aziende**
che stanno cambiando
il **futuro**

Iniziativa speciale

A cura di: Gaetano Belloni.

*Hanno collaborato: Roberto Carcano, Carola Dembono, Francesco Elli, Andrea Nicoletti,
Francesca Pavesi, Leonardo Rastelli, Marianna Uselli.*

Data: 31.12.2021 Pag.: 100,101,102,103,104,
 Size: 16464 cm2 AVE: € 1103088.00
 Tiratura: 44890
 Diffusione: 24326
 Lettori: 104000

ACEA



La digitalizzazione per Acea, primo operatore nazionale nel settore idrico, è a tutti gli effetti uno strumento di innovazione, anche in un'ottica di sostenibilità ambientale e transizione energetica. Le nuove tecnologie stanno cambiando l'approccio verso i servizi e verso le infrastrutture. Nell'area idrica con una gestione sempre più digitale del sistema si riescono a ridurre i consumi a parità di servizio: se nel 2017 per fornire l'acqua ai cittadini di Roma servivano circa 17 metri cubi al secondo, nel 2020, a parità di servizio, ne bastano 14. In ambito elettrico, per

Le nuove tecnologie come strumento per obiettivi sempre più ambiziosi di sostenibilità

predisporre una rete di distribuzione caratterizzata da requisiti fondamentali come flessibilità, innovazione, resilienza e digitalizzazione, Acea ha previsto 1,3 miliardi di euro di investimenti entro il 2024 dedicati alle infrastrutture energetiche. Le nuove tecnologie sono lo strumento che renderà possibile realizzare obiettivi sempre più ambiziosi di sostenibilità ambientale e sociale, un fattore chiave che detterà le regole dell'evoluzione e dei cambiamenti più significativi nel mondo economico industriale, non solo delle multiutility.

L'AZIENDA

ACEA è una delle principali multiutility italiane. Quotata in Borsa nel 1999, è attiva nella gestione e nello sviluppo di reti e servizi nei business dell'acqua, dell'energia e dell'ambiente. Tra le attività: servizio idrico integrato, distribuzione di energia elettrica, illuminazione pubblica e artistica, vendita di energia elettrica e gas, produzione di energia, trattamento e valorizzazione dei rifiuti. Entro il 2024 l'azienda ha previsto di investire circa 600 milioni in progetti di innovazione.



Data: 31.12.2021 Pag.: 100,101,102,103,104,
Size: 16464 cm2 AVE: € 1103088.00
Tiratura: 44890
Diffusione: 24326
Lettori: 104000

ANTONIOLUPI

Da 70 anni lo stile di antoniolupi si contraddistingue per l'elegante minimalismo e le lavorazioni artigianali impeccabili



Nel 1950, a Fucecchio, un piccolo laboratorio specializzato nella lavorazione di cristalli e vetri per l'arredo si distingue per le lavorazioni artigianali, la cura dei dettagli e la sartorialità della produzione. Così nasce il brand antoniolupi che, nella seconda metà degli anni '80, si orienta verso il design, introducendo

nella sua produzione le innovative collezioni Aero e altri oggetti fortemente iconografici, che anticipano la trasformazione della «sala da bagno» da luogo privato ad ambiente da vivere e mostrare. Oggi, con una storia di oltre 70 anni alle spalle, antoniolupi è il simbolo di uno stile preciso, elegante nel suo minimalismo quanto essenzia-

le nella sua perfezione tecnologica. E proprio grazie alla rivoluzione digitale l'azienda è ora in grado di comunicare la propria essenza direttamente agli studi di architettura, facendo conoscere sia la qualità che l'anima dei propri prodotti. Un passaggio cruciale che ha permesso di migliorare il lavoro e il rapporto con la clientela.

L'AZIENDA

Nata nel 1950, antoniolupi oggi guidata da Andrea Lupi (nella foto) ha 80 dipendenti e un fatturato di 30 milioni di euro. Il 70% degli introiti proviene dall'estero e il restante 30% dall'Italia. antoniolupi ha due flagship store nel Belpaese - a Milano e a Torino - e due all'estero - uno in Francia, a Annecy, e uno negli Stati Uniti, a Chicago. La società ha 120 distributori in Italia e 350 all'estero.

Data: 31.12.2021 Pag.: 100,101,102,103,104,
 Size: 16464 cm2 AVE: € 1103088.00
 Tiratura: 44890
 Diffusione: 24326
 Lettori: 104000

ART TECH

Da vent'anni Art Tech offre soluzioni sostenibili e innovative grazie alle caratteristiche della tecnologia LED, servendo 35 paesi con il 98% dei clienti soddisfatti



Leader nel mercato internazionale dei Maxischermi, Art Tech offre soluzioni sostenibili e innovative grazie alle caratteristiche della tecnologia LED. Progetta, produce e installa maxischermi, video wall, tabelloni pubblicitari e totem digitali. La sua strategia nasce dalla consapevolezza di quanto il tema della sostenibilità energetica abbia trovato negli ultimi anni sempre più spazio nel dibattito sulle scelte da adottare per evitare il collasso del pianeta. Uno scenario in cui la tecnologia LED offre numerose opportunità che permettono di imboccare l'indispensabile svolta green. Il LED è infatti molto più sostenibile di qualsiasi altra tecnologia ed è vincente sotto questo profilo nel confronto con tutte le altre soluzioni di video entertainment: i suoi sistemi d'illuminazione consumano il 75% in meno delle lampadine a incandescenza, gli schermi LED consumano il 70% in meno rispetto a quelli LCD con una vita utile di circa 100 mila ore contro 10 mila, e tutte le sue applicazioni tecnologiche non prevedono dispersione di calore.



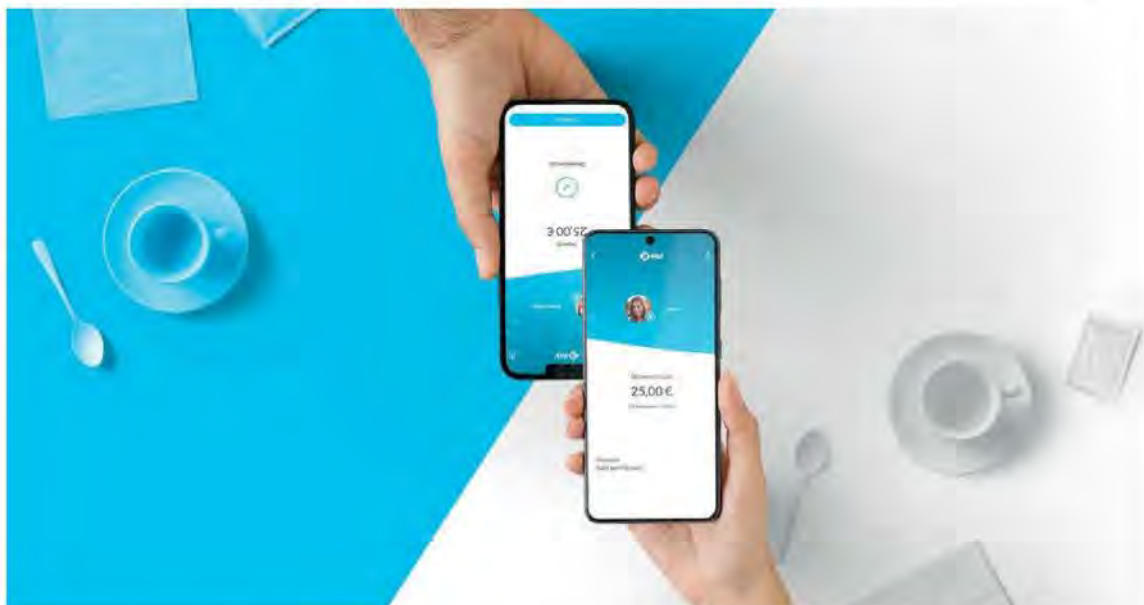
L'AZIENDA

Nata 20 anni fa, Art Tech è dal 2014 leader del mercato di Maxischermi LED. Oggi l'azienda piemontese serve 35 paesi di ogni zona del mondo, ha installato 18 mila metri di LED, e ha il 98% dei clienti soddisfatti. La sua crescente attenzione al tema della sostenibilità è giustificata dal fatto che l'impennata dei consumi energetici a livello globale è costante e preoccupante. Cosa che rende necessario, e sempre più urgente, individuare soluzioni tecnologiche che tengano conto di queste problematiche.

Data: 31.12.2021 Pag.: 100,101,102,103,104,
 Size: 16464 cm2 AVE: € 1103088.00
 Tiratura: 44890
 Diffusione: 24326
 Lettori: 104000

BANCOMAT

Fintech con 40 anni di esperienza e una struttura unica, Bancomat è diventata sinonimo di pagamento in tutta Italia, oggi anche cashless



Il settore dei pagamenti vive oggi un dinamismo tipico dei mercati digitali. BANCOMAT S.p.A. è una fintech con 40 anni di esperienza e una struttura unica sul mercato, fatta di oltre 117 banche socie che con visione e serietà da tempo hanno abbracciato la sfida digitale. BANCOMAT Pay è la testimonianza di un business che già nel 2018 aveva intuito le potenzialità di quello che oggi rappresenta il futuro del settore: la smaterializzazione delle carte. E la fiducia degli italiani è testimoniata

dai numeri della fintech, oltre che da un brand ormai sinonimo di pagamento in tutta Italia. Oltre 34 milioni di italiani, i loro clienti, stanno intraprendendo questo percorso di transizione digitale. Guardando al futuro, l'impegno di BANCOMAT è quello di accompagnare questa rivoluzione facendo sì che l'eccellenza italiana, che rappresenta con i numeri e con la struttura, sia protagonista di un cambio di passo che dall'Italia traguardi i confini nazionali.



L'AZIENDA

BANCOMAT S.p.A., guidata dall'Amministratore Delegato e Direttore Generale, Alessandro Zollo (nella foto), gestisce da quasi 40 anni i circuiti di prelievo e pagamento più diffusi e conosciuti in Italia, identificati dai marchi BANCOMAT, PagoBANCOMAT e BANCOMAT Pay. È uno dei principali e più importanti operatori del mercato dei pagamenti con carta di debito in Italia, con oltre 2 miliardi di operazioni di pagamento e prelievo per un valore di circa 165 miliardi di euro su base annua e oltre 34 milioni di carte in circolazione. È partecipata da 117 banche italiane, che fanno parte degli oltre 400 prestatori di servizi di pagamento che utilizzano i suoi servizi.

Data: 31.12.2021 Pag.: 100,101,102,103,104,
Size: 16464 cm2 AVE: € 1103088.00
Tiratura: 44890
Diffusione: 24326
Lettori: 104000

ENEL

Sostenibilità e digitalizzazione: chiavi di un futuro sempre più rapido basato, però, sulla valorizzazione delle competenze umane

Innovability: è questa la parola del presente e del futuro di Enel, un neologismo che coniuga i termini “innovazione” e “sostenibilità”. Un concetto chiave non solo in ottica aziendale, ma culturale: «L’attitudine alla sostenibilità» afferma il Direttore della Funzione Global Digital Solutions di Enel Carlo Bozzoli «deve essere parte integrante della cultura, del modo di pensare e di guardare il mondo e, dunque, di agirlo». Un agire che, oggi, non può non passare dalla rivoluzione digitale che sta portando trasformazioni radicali

in grado di generare nuovi modelli, strategie e paradigmi. Per un gruppo come Enel, la digitalizzazione è un processo trasversale, che interessa sia il business tradizionale sia lo sviluppo di nuovi modelli abilitati dall’adozione di nuove tecnologie. L’obiettivo è che, in un futuro non lontano, Enel non sia più ricordata come un “pioniere” in questo campo, ma come l’operatore energetico che ha convinto il mondo ad andare con la mobilità elettrica, usare energia rinnovabile, concepire un’efficienza energetica complessiva nel retail.



MOBILITÀ ELETTRICA

Uno degli ambiti nei quali Enel è impegnata da tempo è la mobilità elettrica. Tre le direzioni alle quali sta lavorando: interoperabilità, soluzioni di ricarica intelligenti e ad alta potenza in ambito pubblico e infrastrutture per la ricarica in ambito domestico. Nel campo delle due ruote, a esempio, Enel è Title sponsor del campionato per moto elettriche FIM Enel MotoE World Cup, dove viene utilizzata una tecnologia per la ricarica rapida sia nei box, in connessione con la rete, sia in qualsiasi parte del circuito grazie a un caricatore mobile.

Data: 31.12.2021 Pag.: 100,101,102,103,104,
Size: 16464 cm2 AVE: € 1103088.00
Tiratura: 44890
Diffusione: 24326
Lettori: 104000

ENI

Dalla ricerca di fonti rinnovabili a quella di nuovi farmaci contro il Coronavirus, il supercomputer HPC5 segna un altro importante traguardo nel percorso di transizione energetica della società



Eni ha intrapreso da tempo un importante percorso di trasformazione energetica che porterà la società nel 2050 alla carbon neutrality. Nel raggiungimento di tale obiettivo,

l'innovazione tecnologica e la digitalizzazione hanno avuto e avranno un ruolo chiave come fattore abilitante. Il Green Data Center di Ferrera Erbognone (PV) è un punto di riferimento della

ricerca europea, fondamentale per definire l'energia del futuro, rendere sempre più rapido il processo di transizione energetica e implementare i processi relativi all'esplorazione e a nuove fonti rinnovabili. È qui che è ospitato il supercomputer HPC5, uno dei sistemi di calcolo più potenti e sostenibili al mondo. La sua potenza permette non solo di aumentare l'accuratezza degli studi delle rocce sotterranee, ma anche di sviluppare progetti innovativi con fonti rinnovabili per le energie del futuro: dalla ricerca sulla fusione a confinamento magnetico, a quella sull'energia derivante dal moto ondoso. Nell'ambito della collaborazione con il progetto europeo EXSCALATE-4CoV, HPC5 ha reso possibile anche il complesso esperimento di modellazione molecolare per identificare nuove terapie contro il virus Covid-19.



L'AZIENDA

Attiva in 68 Paesi del mondo con 30.775 collaboratori, Eni è una società integrata dell'energia presente lungo tutta la catena del valore e a tutti i livelli del mercato, fino al cliente finale. I valori che ispirano la mission della società si riflettono nel suo modello di business, basato su tre pilastri: la neutralità carbonica nel lungo termine, l'eccellenza operativa e la promozione delle alleanze per lo sviluppo locale. La società è quotata al NYSE e nell'indice FTSE MIB della Borsa di Milano.

Data: 31.12.2021 Pag.: 100,101,102,103,104,
 Size: 16464 cm2 AVE: € 1103088.00
 Tiratura: 44890
 Diffusione: 24326
 Lettori: 104000

FINCANTIERI



Know-how italiano e innovazione tecnologica: il Gruppo cantieristico più importante d'Europa ha conquistato anche la marina militare Usa

Fincantieri è uno dei più importanti complessi cantieristici al mondo, leader italiano a livello globale nella progettazione e costruzione di navi da crociera, operatore

di riferimento in tutti i settori della navalmeccanica ad alta tecnologia, dalle navi per la Difesa (è il fornitore unico per la Marina Militare italiana, partner di riferimento per la Us Navy

e per numerose Marine estere) all'off-shore e navi speciali, dai ferry ad alto valore aggiunto ai mega-yacht, nonché nelle riparazioni e trasformazioni navali, nella produzione di sistemi e componenti per i settori meccanico ed elettrico, nelle soluzioni di arredamento navale, nei sistemi elettronici e software, nelle infrastrutture, nelle opere marittime e nell'offerta di servizi di supporto post vendita. Fincantieri può vantare una storia lunga oltre 230 anni, ma non si guarda indietro. Anzi, fa dell'ampliamento delle competenze la sua principale leva strategica e competitiva, che le consente di operare con successo non solo nel proprio core business, ma anche in settori e mercati diversi, accomunati dall'alto valore aggiunto in termini di modello organizzativo, gestione della complessità, innovazione, e sostenibilità.



IL GRUPPO

Il Gruppo Fincantieri, guidato dall'amministratore delegato Giuseppe Bono (nella foto), ha il proprio know-how e i centri direzionali in Italia, dove impiega 10mila persone e attiva circa 90mila posti di lavoro, che raddoppiano su scala mondiale in virtù di una rete produttiva di 18 stabilimenti in quattro continenti e oltre 20mila lavoratori diretti. Nel 2020 ha fatto registrare ricavi per 5.879 milioni di euro, in aumento rispetto ai 5.849 milioni del 2019 e ai 5.416 milioni del 2018.

Data: 31.12.2021 Pag.: 100,101,102,103,104,
Size: 16464 cm2 AVE: € 1103088.00
Tiratura: 44890
Diffusione: 24326
Lettori: 104000

FINECO



È la principale fintech europea, grazie a un modello di business che combina tecnologia e componente umana e che fornisce un servizio altamente personalizzato

Fineco nasce nel 1999, quando lancia in Italia il primo servizio di trading online rivolto ai piccoli investitori. Nel corso di oltre vent'anni, grazie al suo modello di business basato sulla combinazione tra tecnologia e componente umana, Fineco diventa la principale fintech europea. Il suo modello di cyborg advisory mette a disposizione dei suoi oltre 2.700 consulenti gli strumenti più avanzati per fornire ai clienti un servizio evoluto e altamente personalizzato. L'innovazione tecnologica

si è rivelata così un elemento fondamentale per tutto il settore: la possibilità di semplificare gli aspetti più ripetitivi del lavoro del consulente gli permette di dedicare più tempo a costruire una relazione di fiducia e di lungo periodo con il cliente. «Crediamo che fare consulenza non sia vendere un prodotto, ma interpretare le necessità dei clienti. E la tecnologia può essere il mezzo che ci consente di raggiungere questo obiettivo», afferma Paolo Di Grazia, vicedirettore generale Fineco (nella foto).

L'AZIENDA

Fineco si afferma tra i player di riferimento in Italia nella consulenza finanziaria e nel Private Banking. La Banca conta oltre 1,4 milioni di clienti e un patrimonio totale di oltre 105 miliardi di euro: di questi, più di 47 miliardi di euro sono compresi nel segmento Private Banking, servito da 619 private banker. Al 31 ottobre 2021, la raccolta netta ha superato 8,7 miliardi di euro, di cui quasi 6 miliardi in raccolta gestita, un dato più che raddoppiato rispetto all'anno precedente.



Data: 31.12.2021 Pag.: 100,101,102,103,104,
 Size: 16464 cm2 AVE: € 1103088.00
 Tiratura: 44890
 Diffusione: 24326
 Lettori: 104000

GRUPPO CREMONINI

Si chiude un anno molto positivo per il Gruppo, che ha visto crescere i suoi business grazie anche agli investimenti in ambito digital



Il Gruppo Cremonini si avvia a chiudere un anno di forte ripresa, dopo un 2020 condizionato dall'emergenza sanitaria. Un grande impulso ai business in cui le società del Gruppo sono impegnate viene dalla digitalizzazione. Il big player è stato pioniere nella tracciabilità delle carni e di recente ha implementato importanti applica-

zioni digitali per il precisando farming nei nuovi allevamenti. Nella ristorazione il digitale impatta sull'esperienza del cliente. Roadhouse è da sempre all'avanguardia nelle app per la community di oltre 2,5 milioni di iscritti. Anche Chef Express ha spinto per la digitalizzazione applicata alla customer care e al miglioramento

dell'esperienza di acquisto. Dal canto suo, Marr ha puntato molto sul digitale, imprescindibile per la gestione di oltre 45mila clienti in tutta Italia. L'ultima nata, l'App myMARR, consente al cliente di rimanere aggiornato sulle novità e le tendenze del foodservice, di scoprire le novità commerciali e accedere rapidamente a numerosi servizi.

UN BIG PLAYER INTERNAZIONALE

Fondato nel 1963 da Luigi Cremonini, il Gruppo è un protagonista internazionale nel mondo alimentare: non solo nel mercato delle carni bovine, ma anche nei settori della distribuzione e della ristorazione, con società come Inalca, Italia Alimentari, Marr, Chef Express. Il Gruppo Cremonini conta 18.000 dipendenti, 24 stabilimenti e 55 piattaforme distributive nel mondo, 41 centri di distribuzione, e gestisce la ristorazione su 140 treni in Europa.

Data: 31.12.2021 Pag.: 100,101,102,103,104,
Size: 16464 cm2 AVE: € 1103088.00
Tiratura: 44890
Diffusione: 24326
Lettori: 104000

ICE

L'Agenzia ICE ha il compito di sviluppare, agevolare e promuovere i rapporti economici e commerciali italiani con l'estero, con particolare attenzione alle esigenze delle piccole e medie imprese, dei loro consorzi e raggruppamenti. L'Agenzia svolge attività di informazione, assistenza, consulenza, promozione e formazione alle piccole e medie imprese italiane che operano nel commercio internazionale e promuove la cooperazione al fine di incrementare la presenza delle imprese italiane sui mercati esteri. Gli obiettivi dell'ICE a sostegno dell'export e della ripartenza delle imprese italiane dopo la pandemia sono indicati nel «Patto per l'Export», messo a punto dal Ministero degli Affari esteri per riposizionare il sistema produttivo sui nuovi paradigmi di consumo. Tra le azioni concrete, gli accordi con le piattaforme internazionali di e-commerce per creare vetrine virtuali del Made in Italy, gli accordi con la Gdo e una serie di progetti formativi e di aggiornamento sui temi del digitale per facilitare l'accesso delle Pmi a nuove forme di commercio internazionale.



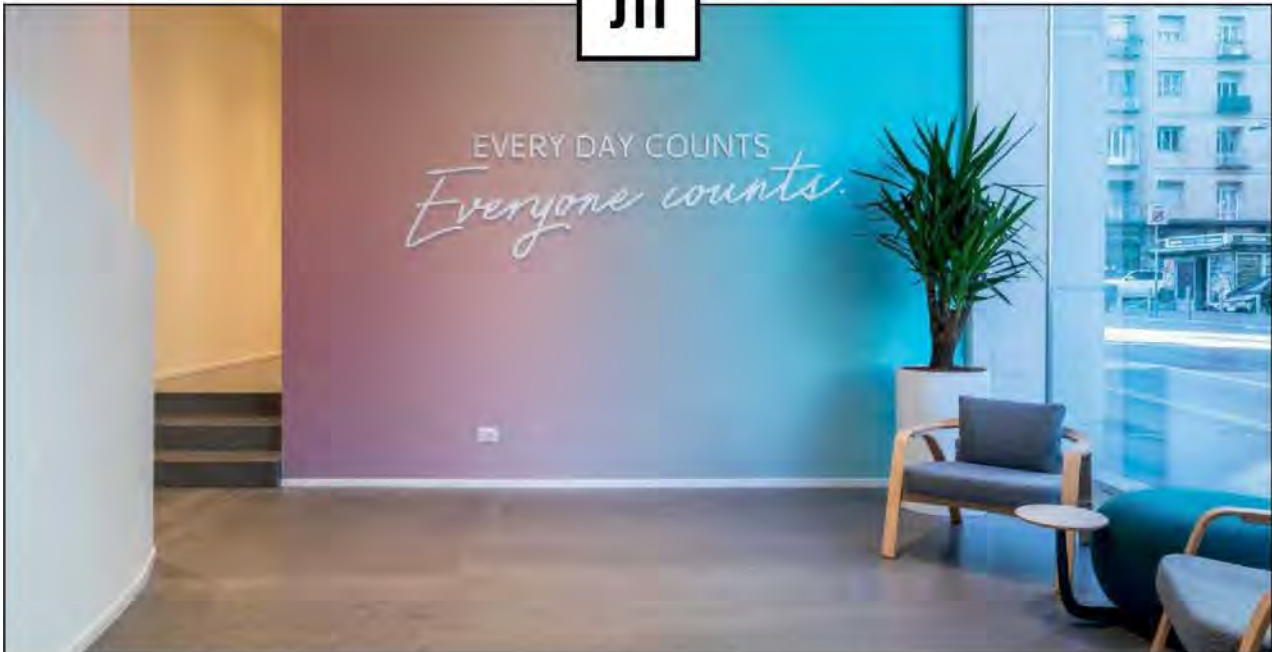
Agenzia ICE offre servizi di informazione, assistenza e consulenza alle imprese italiane che operano nel commercio internazionale



L'AGENZIA

L'ICE-Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, il cui Presidente è Carlo Ferro (nella foto), è l'organismo attraverso cui il Governo favorisce il consolidamento e lo sviluppo economico-commerciale delle imprese italiane sui mercati esteri. Agisce inoltre quale soggetto incaricato di promuovere l'attrazione degli investimenti esteri in Italia. L'Agenzia opera con 77 uffici nel mondo, in stretta collaborazione con la rete diplomatico-consolare e con le camere di commercio italiane all'estero.

Data: 31.12.2021 Pag.: 100,101,102,103,104,
 Size: 16464 cm2 AVE: € 1103088.00
 Tiratura: 44890
 Diffusione: 24326
 Lettori: 104000



«**P**er JTI la digitalizzazione è lo strumento per costruire una realtà solida, che condivide una visione chiara per uno scopo comune; l'innovazione tecnologica è il mezzo attraverso cui costruire un futuro più sostenibile e inclusivo. Questo si concretizza, in tutti i Paesi in cui il Gruppo opera, in progetti di miglioramento dei processi di produzione e lavorazione del tabacco affinché si armonizzino ai principi di tutela ambientale, del rispetto dei lavoratori, della salute e della sicurezza. Siamo impegnati nel ridurre le emissioni di gas attraverso fonti rinnovabili meno impattanti che forniscono, oggi, quasi la metà dell'energia necessaria per la cura e la trasformazione primaria del tabacco. Stiamo entrando in un nuovo decennio in cui il nostro impegno sarà concentrato sulla strategia di sostenibilità, sul dialogo con partner, stakeholder e Istituzioni, per raggiungere un modello di business più competitivo e resiliente, che sappia tener conto delle esigenze ambientali, sociali ed economiche e costruire, insieme, la società inclusiva e sostenibile del futuro». Gian Luigi Cervesato, Presidente e AD JTI Italia (nella foto).

Innovazione, integrazione tra sostenibilità ambientale, economica e sociale, dialogo tra aziende, stakeholder e Istituzioni, per un futuro migliore, sostenibile, inclusivo



L'AZIENDA

JTI è presente in 130 Paesi del mondo con oltre 40mila dipendenti worldwide. In Italia, la società, costituita nel 2000, è oggi una realtà importante nel panorama nazionale e al secondo posto nel mercato italiano del tabacco con una quota del 26,4%, sedi a Milano e Roma, 119 dipendenti e 175 agenti su tutto il territorio. Da 11 anni il Gruppo è insignito della prestigiosa certificazione Top Employer Italia, da 10 Europa e da 7 Global per le sue politiche di welfare e di valorizzazione delle persone. Anche nel 2020 ha ottenuto tutti e tre i livelli di certificazione.

Data: 31.12.2021 Pag.: 100,101,102,103,104,
 Size: 16464 cm2 AVE: € 1103088.00
 Tiratura: 44890
 Diffusione: 24326
 Lettori: 104000

LEONARDO



La più importante azienda italiana del settore aerospazio e difesa è in prima linea nell'innovazione tecnologica e digitale

L'industria dell'aerospazio e difesa è alla frontiera dell'innovazione e presidia le tecnologie strategiche per la sicurezza del Paese. Sistemi autonomi, robotica, materiali avanzati, spazio, ibridazione ed elettrificazione propulsiva sono solo alcune delle aree di ricerca su cui Leonardo sta investendo attraverso una rete di laboratori, i Leonardo Labs, dedicati allo studio delle tecnologie emergenti. Per gestire le enormi quantità di dati, fare calcoli ad altissima velocità, ricavare nuove informazioni e generare conoscenza, Leo-

nardo ha sviluppato il davinci-1, un super-computer tra i più potenti al mondo che ha la capacità di creare i cosiddetti gemelli digitali, i digital twin, per riprodurre sistemi estremamente complessi come un aereo o un satellite e prevederne il comportamento. Digital transformation e competenze sono al centro dell'impegno di Leonardo per una cultura dell'innovazione aperta e multidisciplinare, che coinvolge un ecosistema composto da industria, mondo accademico, centri di ricerca, Pmi, startup e distretti aerospaziali.



IL PIANO STRATEGICO

Il piano strategico «Be Tomorrow – Leonardo 2030» è in linea con i Sustainable Development Goals (SDGs) delle Nazioni Unite e gli indirizzi dell'European Green Deal. Già oggi, il 50% degli investimenti è allineato a questi obiettivi, tra cui la piattaforma X-2030 per il monitoraggio di incendi e situazioni di degrado del territorio, il convertiplano di nuova generazione, le mappe satellitari di e-Geos per l'agricoltura di precisione e il programma lunare Artemis per la ricerca di risorse preziose come il platino e le «terre rare».



Data: 31.12.2021 Pag.: 100,101,102,103,104,
 Size: 16464 cm2 AVE: € 1103088.00
 Tiratura: 44890
 Diffusione: 24326
 Lettori: 104000

POSTE ITALIANE



La più grande rete di distribuzione di servizi in Italia conta circa 13 mila uffici postali e 35 milioni di clienti

Poste Italiane rappresenta una realtà unica in Italia per dimensioni, riconoscibilità, capillarità e fiducia da parte della clientela: oggi il 94% degli italiani è al massimo a cinque minuti di distanza da un punto della rete di offerta dell'azienda. Negli ultimi anni Poste Italiane, sotto la guida dell'ad Matteo Del Fante (nella foto), ha investito moltissimo in tecnologia, con l'obiettivo di accompagnare il Paese nella transizione verso l'economia digitale, sfruttando la sinergia con le sue reti fisiche per facilitare l'accesso ai servizi più innovativi, anche per quei territori e quelle persone che rischiano di restare indietro. Nel nuovo piano industriale SI24 (Sustain & Innovate), circa il 60% dei 3,1 miliardi di euro di investimenti previsti è connesso alla trasformazione tecnologica e i clienti «digitali», che oggi rappresentano il 40% del totale, saranno il 50% nel 2024. Senza trascurare la rete fisica degli uffici postali, che viene affiancata da una rete di «locker» automatici e di punti vendita convenzionati per renderla ancora più capillare.

IL GRUPPO

Poste Italiane è nata nel 1862 e fin da allora ha svolto un ruolo importante nel «mettere in rete» il Paese, con i suoi uffici postali e i suoi portalettere. Oggi il gruppo costituisce la più grande rete di distribuzione di servizi in Italia, attiva nei settori logistica, corrispondenza e pacchi, nei servizi finanziari e assicurativi, nei sistemi di pagamento e nella telefonia, con 12.800 uffici postali, circa 122mila dipendenti, 582 miliardi di euro di attività finanziarie totali e 35 milioni di clienti.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, Non riproducibile

Data: 31.12.2021 Pag.: 100,101,102,103,104,
 Size: 16464 cm2 AVE: € 1103088.00
 Tiratura: 44890
 Diffusione: 24326
 Lettori: 104000

4AIM SICAF



I NUMERI DI 4AIM SICAF

4AIM SICAF è stata quotata su Euronext Growth Milan nel 2016 con un aumento del capitale di circa 6 milioni di euro. Oggi ha un capitale sociale, che corrisponde anche alla possibilità di investire, pari a 25 milioni, e nel 2020 ha deliberato un ulteriore incremento di capitali di 100 milioni che rimarrà aperto per due anni. 4AIM SICAF ha un portafoglio diversificato, con oltre 60 aziende quotate su AIM Italia, con particolare focus sui settori digital, pharma e industriali. Al 30 settembre 2021 ha registrato un utile netto di oltre 5 milioni di euro. Ad e Direttore Generale è Giovanni Natali (nelle foto).

Punto di incontro tra investitori professionali e PMI, 4AIM SICAF prevede investimenti con orizzonte di medio-lungo termine e focus su operazioni nel mercato primario

4 AIM SICAF è un Organismo di investimento collettivo del risparmio, quotato su Euronext Growth Milan, che si pone come punto d'incontro tra investitori professionali e PMI in cerca di capitali per finanziare la propria crescita. La società ha una struttura multi-comparto costituita dal Comparto 1 MTF, che si concentra su investimenti in aziende quotate e quotate su AIM Italia Euro Next Growth Milan con alto potenziale di crescita, solidi fondamentali e un management qualificato. Prevede investimenti con orizzonte

di medio-lungo termine e focus su operazioni nel mercato primario, in cui la diversificazione del rischio è assicurata da specifici limiti di concentrazione: per esempio, non vengono effettuati investimenti in misura superiore al 10% del valore delle attività di 4AIM SICAF. Il Comparto 2 Crowdfunding si focalizza invece sull'acquisizione di azioni e altri strumenti finanziari, escluse obbligazioni e titoli di debito, offerti tramite piattaforme di crowdfunding con sede nell'Unione Europea, di società operanti in tutti i settori merceologici, basate in Paesi dell'area UE.



Data: 31.12.2021 Pag.: 100,101,102,103,104,
Size: 16464 cm2 AVE: € 1103088.00
Tiratura: 44890
Diffusione: 24326
Lettori: 104000

TERNA

La transizione ecologica in atto richiede importanti sforzi di innovazione su tutta la filiera del vettore elettrico, sia nelle metodologie sia nei processi di gestione delle reti e dei mercati



Le infrastrutture elettriche rivestono un ruolo chiave nella transizione energetica e nel percorso di decarbonizzazione del nostro Paese verso un sistema sempre più efficiente, sostenibile e "green". Terna, la società che gestisce la rete di trasmissione nazionale, dedicherà circa 900 milioni di euro, degli 8,9 complessivi del Piano Industriale 2021-2025 "Driving Energy", alla digitalizzazione e all'innovazione. L'azienda guidata da Stefano Donnarumma (nella foto) ha 70 progetti di innovazione attivi,

il 70% dei quali dedicato al core business, come la manutenzione della rete elettrica italiana e il dispacciamento. Terna, inoltre, sta sperimentando l'uso dei robot e dei droni per il monitoraggio degli asset e, grazie alla sensoristica, la rete diventerà sempre più intelligente, abilitando l'uso di analytics e dell'intelligenza artificiale per lo sviluppo della manutenzione predittiva. Una decina di progetti è focalizzata sul Climate Action, oltre 50 sull'innovazione delle infrastrutture, altri sulla salute e sulla sicurezza dei lavoratori.



L'AZIENDA

Terna rappresenta un'eccellenza italiana, ponendosi come regista e abilitatore della transizione energetica per realizzare un nuovo modello di sviluppo basato sulle fonti rinnovabili e rispettoso dell'ambiente. L'azienda, quotata nel mercato telematico di Borsa Italiana dal 23 giugno 2004, gestisce la rete di trasmissione nazionale dell'elettricità in alta e altissima tensione, con circa 75 mila km di linee, 900 stazioni su tutto il territorio italiano e 26 interconnessioni con l'estero, garantendone la sicurezza, la qualità e l'economicità nel tempo, h24.

Data: 31.12.2021 Pag.: 100,101,102,103,104,
 Size: 16464 cm2 AVE: € 1103088.00
 Tiratura: 44890
 Diffusione: 24326
 Lettori: 104000

TIM

Il Gruppo guida la trasformazione digitale del Paese rispondendo alle esigenze di cittadini, imprese e istituzioni, in un'ottica di sostenibilità e inclusione



TIM è il Gruppo leader in Italia e in Brasile nel settore ICT, sviluppa infrastrutture fisse, mobili, cloud e datacenter e offre servizi e prodotti per le comunicazioni e l'intrattenimento, ponendosi all'avanguardia delle tecnologie digitali. Il gruppo si avvale di factory specializzate che offrono soluzioni digitali integrate per cittadini, imprese e pubbliche amministrazioni, anche in partnership con gruppi di primaria importanza: Noovle è la cloud company di TIM, Olivetti è il polo digitale con focus sullo sviluppo di soluzioni Internet of things, Telsy opera nel settore della cybersecurity e Sparkle realizza e mette a disposizione infrastrutture e servizi internazionali. In Brasile, TIM Brasil è uno dei principali player nel mercato sudamericano delle comunicazioni e leader nella copertura 4G. Nello sviluppo del business il gruppo ha fatto propri obiettivi di tutela dell'ambiente e di inclusione sociale con l'intento di ottenere un impatto concreto e rilevante e diventare carbon neutral nel 2030. Con il progetto Operazione Risorgimento Digitale, la prima grande scuola di Internet gratuita, si promuove la diffusione di competenze digitali utili per lo sviluppo del Paese, mentre Fondazione TIM sostiene progetti di alto interesse sociale.

IL GRUPPO

Guidato da Luigi Gubitosi (nella foto), il Gruppo TIM dal 2020 inserisce nella sua pianificazione industriale obiettivi ambientali sociali e di governance pluriennali e misurabili. In questo modo, rende trasparenti le scelte che permettono di creare valore nel lungo periodo sia per gli azionisti che per tutta la collettività. TIM è presente negli indici di sostenibilità delle principali agenzie di rating internazionali e fa parte dell'indice MIB® ESG lanciato da Euronext e Borsa Italiana per individuare le aziende blue chip quotate in Italia che adottano le migliori pratiche in ambito sociale, ambientale e di governance (ESG). All'inizio del 2021, TIM ha collocato il suo primo sustainability bond da un miliardo di euro.



Ritaglio Stampa ad uso esclusivo del destinatario. Non riproducibile

Data: 31.12.2021 Pag.: 100,101,102,103,104,
 Size: 16464 cm2 AVE: € 1103088.00
 Tiratura: 44890
 Diffusione: 24326
 Lettori: 104000

VALENTINO

Uno dei brand alfiere dell'alta moda italiana è anche fortemente impegnato in tema di sostenibilità, innovazione tecnologica e tradizione sartoriale



Valentino è la Maison de Couture italiana più blasonata, l'unica in Italia con presenza nei settori del prêt-à-porter con le collezioni Donna, Uomo, Accessori, nell'alta moda e nelle attività dell'eyewear e del beauty con partner licenziatari, un punto di riferimento del Made in Italy nel panorama internazionale con un Dna riconoscibile. Maison e Couture definiscono il mondo di valori di Valentino e ne permeano la cultura aziendale: Maison come sinonimo di intimità da tradurre nei negozi, mentre Couture ricorda l'ossessione per i dettagli e i rapporti personali tra la premiere e i clienti. Maison Valentino è una complessa organizzazione produttiva che spazia tra i diversi comparti del luxury facendo leva sulle capacità di innovazione e di formazione: per l'azienda, crescere i talenti e trasmettere competenze, know-how ed esperienza, soprattutto nel campo dell'artigianato e della produzione, è essenziale per lo sviluppo e la

sostenibilità a lungo termine del brand. Ma è anche fortemente impegnata sul fronte della sostenibilità e della charity con organizzazioni ed enti no profit. Sotto quest'ultimo aspetto, di recente Valentino ha per esempio supportato le iniziative dell'Unicef contro la pandemia di Covid-19 a livello globale nel programma internazionale Covax, volto ad accelerare la produzione e l'accesso equo ai vaccini contro il coronavirus. Mentre il tema della sostenibilità è presente anche nello sviluppo vetrine delle boutique Valentino, in particolare con le collezioni Act Collection FW 21/22 (settembre 2021) e The Party Collection SS22 (novembre 2021) in cui il riciclo e il riutilizzo dei materiali impiegati negli allestimenti rappresentano il fil rouge di nuove creazioni estetiche e il motivo dominante degli arredi.

Il brand sta adottando sempre più iniziative inclusive, sostenibili e responsabili, come dimostra anche la presentazione nel luglio scorso della Collezione Valentino Des Ateliers alle Gaggiandre, luogo espositivo della Biennale di Venezia presso l'Arsenale: la sfilata si è limitata a un allestimento esclusivamente funzionale e privo di qualunque intervento architettonico che potesse alterare la cornice naturale dello spazio. Mentre Valentino Rendez-Vous SS 2022 ha coinvolto anche la community intorno alla location, il Carreau du Temple nel Marais a Parigi: la Maison ha personalizzato i café intorno alla struttura - dove ha invitato gli studenti delle scuole francesi



SOSTENIBILITÀ PRIMA DI TUTTO

Operare in modo sostenibile per la Maison Valentino significa creare valore e sviluppare etica e sostenibilità al contempo e in questo si distingue da anni nel panorama del fashion internazionale. Nel 2013 ha aderito ai progetti Greenpeace Zero Deforestation Commitment e Detox Solution Commitment (Impegno per la soluzione di disintossicazione della moda), con l'obiettivo di eliminare tutte le sostanze chimiche pericolose dalla catena di fornitura (<https://www.valentino.com/experience/it/corporate-information/>). Inoltre si è impegnata a eliminare la pelliccia a partire dal 2022 e l'alpaca a partire dalla stagione primavera-estate 2022.

Data: 31.12.2021 Pag.: 100,101,102,103,104,
 Size: 16464 cm2 AVE: € 1103088.00
 Tiratura: 44890
 Diffusione: 24326
 Lettori: 104000



Ifm, Esmod, Casa 93, Duperre ad assistere all'evento - e in quattro boutique della zona ha realizzato un takeover non invasivo e Logo driven per presentare i progetti chiave, tra cui la nuova sneaker Valentino Garavani Open for a Change realizzata anche in materiali di riciclo e packaging 100% riciclato. La Maison ha poi introdotto nuovi packaging con legame sostenibile sia per le shopping bag sia per gli altri prodotti che custodiscono i manufatti, all'interno di un percorso a 360 gradi che toccherà ogni area della creatività e della produttività.

Sin dalla sua fondazione, Maison Valentino è sinonimo di alta moda ed è riconosciuta per la ricerca, l'innovazione e una particolare sensibilità verso lo «zeitgeist», lo spirito del tempo, cioè la capacità di intercettare e interpretare la società e i suoi mutamenti, che ne hanno fatto un'icona globale nel passato e nel presente. Oggi per stare al passo con l'innovazione la maison ha avviato una partnership con l'acceleratore Fashion-Tech di Startupbootcamp, tra i principali network mondiali in questo ambito, con l'obiettivo di promuovere e identificare nuove tecnologie e processi, divenuti necessari per rispondere alle attuali e future sfide di un mercato globale in costante cambiamento.

L'alta moda resta in ogni caso un «metiere» artigianale, che ha bisogno di tramandare di generazione in generazione conoscenze e tecniche che provengono dalla tradizione. A questo scopo nel 2015 Maison Valentino ha avviato la Bottega dell'Arte presso la storica sede di Palazzo Mignanelli a Roma. Mentre nel 2019 è stata inaugurata, presso il Valentino prêt-à-porter Lab di Torino, la Bottega dei Mestieri, un percorso di formazione con l'obiettivo di crescere giovani figure professionali per i laboratori di modelliera e prototipia prêt-à-porter.



Ritaglio Stampa ad uso esclusivo del destinatario. Non riproducibile

Data: 31.12.2021 Pag.: 100,101,102,103,104,
 Size: 16464 cm2 AVE: € 1103088.00
 Tiratura: 44890
 Diffusione: 24326
 Lettori: 104000

UNICREDIT

Il mondo bancario sta cambiando radicalmente. La rivoluzione digitale offre moltissime opportunità per attirare una nuova generazione di clienti. UniCredit ha riconosciuto subito l'immenso valore potenziale dell'online banking e i nuovi trend che cambiano il modo di fare banca e ha messo a punto soluzioni che incorporano nuove tecnologie, come AI, Blockchain, Cloud e Big. Il digitale comporta inoltre un cambio di mentalità e un processo di riqualificazione delle competenze, generando nuove abilità professionali in diversi settori. Consapevole di questa trasformazione, il Gruppo opera per creare una Banca adatta al 21° secolo, approcciando la digitalizzazione anche come un mezzo per la crescita e la sostenibilità, con l'obiettivo di migliorare il servizio alla clientela e con l'ambizione di costruire un istituto finanziario digitale pionieristico. Identificando soluzioni green che rispettino l'ambiente e le comunità, con un approccio omnichannel che permetta ai clienti di essere sempre al centro dell'offerta e ricevere servizi sempre più personalizzati, efficienti e convenienti.



GESTIONE DELL'EMERGENZA

Durante la pandemia, UniCredit ha garantito dovunque opera un servizio regolare, tutelando salute e sicurezza di clienti e dipendenti.

La distribuzione di 16.000 portatili ha consentito il remote working con connessione contemporanea tramite VPN a 80.000 colleghi e un'accelerazione alla migrazione in cloud. Inoltre, sono state rese disponibili 7.300 licenze di Webex per una comunicazione costante tra relationship manager e clienti.

Cogliendo le opportunità offerte dalla digitalizzazione, il Gruppo opera con l'ambizione di costruire un istituto finanziario pionieristico, adeguato al 21° secolo