

Azienda e territorio: l'alleanza che fa bene a tutti

di Cristina Lacava

Più occupazione di qualità. Ma anche investimenti nella formazione di giovani o per l'ambiente, una presenza attiva nel volontariato. E la possibilità, per le istituzioni, di utilizzare gratis una tecnologia avanzata. Quattro imprenditrici raccontano perché sentono forte il desiderio di restituire ai luoghi in cui sono radicate

«I nostri fari? Formazione e ricerca»

Sonia Bonfiglioli, presidente e ad di **Bonfiglioli S.p.A.**, Bologna

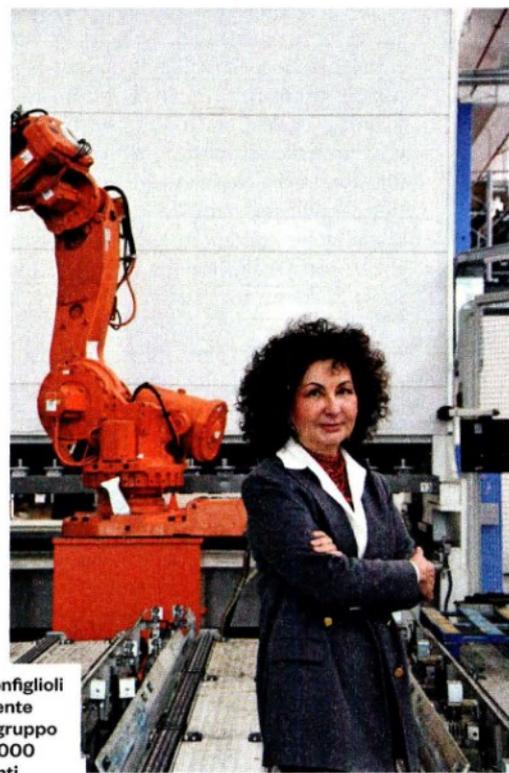
«Come azienda sentiamo molto il tema della formazione, perché i cambiamenti sono velocissimi. La **Bonfiglioli** è partita con i riduttori industriali e man mano abbiamo sviluppato la parte elettrica, poi elettronica fino all'ultima acquisizione, quella di un'azienda che fa schede elettroniche. Così possiamo offrire la soluzione integrata migliore in tutto quello che si muove, dalle pale eoliche alle macchine per l'edilizia o il recycling, alle scale mobili.

Ma è un tema che sento molto anche a livello personale. Con i miei figli - uno laureato l'anno scorso, l'altro lo farà quest'anno - abbiamo fatto un patto di famiglia sulle competenze Stem che dovranno avere per entrare in azienda. Io per prima non mi sono mai fermata: dopo Ingegneria ho fatto due master e avrei preso anche un'altra laurea se non fosse che le università, dopo il Covid, hanno ripreso con i corsi solo in presenza. Roba da

Giurassico, che impedisce a chi lavora di aggiornarsi.

Nel 2017, quando stavamo per partire con lo stabilimento nuovo a Calderara di Reno, vicino Bologna, in accordo con la Fiom e l'allora assessore regionale Patrizio Bianchi lanciammo la **Bonfiglioli Digital Retraining**: un progetto pilota di 200 ore per insegnare nuove competenze tecnologiche ai nostri dipendenti. Da lì è nata la **Bonfiglioli Academy**, una piattaforma che offre migliaia di corsi tecnici non solo agli interni ma anche agli studenti degli istituti tecnici del territorio. Abbiamo anche coinvolto 48 istituti tecnici di tutta Italia in un progetto di formazione sulla robotica.

Al nostro territorio siamo molto collegati: oltre alle collaborazioni con l'università, a Bologna siamo tra gli sponsor di IFAB Foundation (International Foundation Big Data and Artificial Intelligence for Human Development), un polo d'intelligenza artificiale collegato ai principali network internazionali nel settore del supercalcolo. Sempre a Bologna, al liceo Malpighi abbiamo progettato e realizzato con gli studenti il Malpighi La.B, dove i ragazzi fanno robotica,



Sonia Bonfiglioli è presidente e ad del gruppo che ha 4000 dipendenti e fattura oltre 1 miliardo di euro.

progettazione 3D, design.

Ricerca e formazione sono i nostri fari e credo che oggi le imprese siano più avanti delle università. Un'impresa deve farsi carico di attività nel territorio, perché il dinamismo serve a tutti. Se il territorio è asfittico, se nessuno cresce, non trovi né le competenze né i partner giusti. Bisogna formare in continuazione. Il solo cruccio è che le donne con competenze Stem sono poche. Ma spesso siamo noi a fare scelte diverse».

**Azienda e territorio:
l'alleanza che fa bene a tutti**

«Restituiamo quello che Matera ci ha dato»

Laura Tosto
presidente e ad di Datacontact, Matera

«Ho lasciato Matera per andare a studiare Economia aziendale. Sono tornata quando è nata la società, che ancora oggi è un'impresa familiare. Datacontact è radicata nel territorio, abbiamo 800 tra dipendenti e collaboratori e in una piccola regione come la Basilicata è una cifra importante. Il 70 per cento sono donne, in controtendenza con i dati del Sud, dove l'occupazione femminile si ferma al 35 per cento. un contact center, gestisce cioè i servizi clienti e il back office di grosse aziende, non solo al telefono ma anche con una parte digital. La prima sede era nei Sassi, oggi ne abbiamo una più moderna, sempre in centro, con l'head quarter e l'ufficio legale. Abbiamo altri siti operativi a Bari, Potenza, Palermo. Avremmo potuto spostarci a Roma o a Milano, dove si trova la maggior parte dei clienti, ma abbiamo voluto restare in questo territorio, che ha potenzialità importanti. È stata una scelta di cuore, noi materani abbiamo un forte senso d'appartenenza.

Abbiamo voluto offrire formazione, competenze e stabilità a persone che altrimenti avrebbero dovuto partire o accontentarsi di meno. Siamo nel direttivo di Valore D, abbiamo portato nelle scuole di Matera Inspiring girls, il progetto per combattere gli stereotipi di genere sulle Stem, sono presidente del comitato Basilicata di Komen, che lotta contro i tumori al seno. Tra i nostri dipendenti, ben 200 collaborano come volontari alla mensa dei poveri, in orario di lavoro. Abbiamo cercato di restituire ciò che Matera ci ha dato, ovvero il valore della comunità. Il piccolo centro ha anche altri vantaggi: con 2 figli si sentono».

Laura Tosto è presidente e ad di Datacontact, che conta 800 tra dipendenti e collaboratori, tutti al Sud.



Lella Miccolis è amministratrice unica di Progeva, che si occupa di compostaggio.

«La comunità non ci voleva, li ho conquistati»

Lella Miccolis
amministratrice unica Progeva, Laterza (Taranto)

«È iniziato tutto per caso. Dopo la laurea in Biologia a Bari, quando sono andata a iscrivermi all'Ordine nazionale dei Biologi ho visto la locandina di un corso sulla gestione integrata dei rifiuti. Era il 1995, non se ne parlava ancora. Il corso è stato illuminante, ho capito il valore economico e sociale dei rifiuti organici riciclati. Dopo un altro corso, ho deciso di aprire un impianto di compost. Ma dal sogno alla realizzazione, ce n'è voluto. Affrontare la realtà è stato difficilissimo. Nessuno ci voleva vicino a casa.

Nella provincia di Taranto, a vocazione non industriale, non c'era la minima accettazione sociale per questo tipo di intervento. Ne sono uscita con l'aiuto del giovane sindaco di Laterza: aveva capito che l'impianto avrebbe potuto creare posti di lavoro stabili e qualificati. Così sono partita. Dopo tanta diffidenza da parte della comunità, con pazienza e tanto lavoro alla fine l'ho conquistata. Sapevo di stare nel giusto e di essere utile facendo riciclo di umido in un territorio vocato all'agricoltura. Eravamo nel posto adatto.

Progeva prende l'umido e lo trasforma in compost e miscelandolo produce altri fertilizzanti che confezioniamo e vendiamo a consorzi agrari, soprattutto in zona. Secondo me, ciò che si produce al Sud dovrebbe essere utilizzato al Sud. Sono entrata in Confindustria proprio per fare qualcosa per la comunità con altri imprenditori e sono arrivata in finale al premio GammaDonna 2020. Oggi promuoviamo eventi di

Azienda e territorio: l'alleanza che fa bene a tutti

SEGUITO sensibilizzazione ambientale. Abbiamo fatto un lavoro con le scuole di Laterza per evitare che usassero stoviglie monouso. Abbiamo offerto sacchetti bio per l'umido ai commercianti. Abbiamo fornito i terricci per creare in paese delle aree verdi, visto che ce n'erano poche, e abbiamo dato consulenza sulle piante da scegliere. Partecipiamo al progetto Sircles, per formare e avviare al lavoro nel settore dei rifiuti organici giovani Neet e persone a rischio esclusione sociale. Ci consideriamo un'azienda a impatto positivo e siamo carbon neutral. L'impresa è un puzzle che deve incastrarsi con il territorio e valorizzarlo creando un'economia sana, sostenibile e innovativa. Se non c'è quest'incastro, non funziona».

«Possiamo prevedere i flussi di traffico»

Giulia Baccarin, cofounder e ceo di Mipu

«Mi sono laureata al Politecnico di Milano in Ingegneria biomedica, con una tesi sui modelli di previsione per le cadute degli anziani. Nel 2012 è nata Mipu, che fa previsioni industriali: un software che utilizza i dati raccolti in fabbrica riesce a prevedere che cosa succederà nella produzione, manutenzione, energia, qualità e logistica. Esempio: quanti pezzi sarò in gra-



Giulia Baccarin è cofounder e ceo di Mipu che fa previsioni industriali con l'intelligenza artificiale.

do di produrre, a quali condizioni, la loro qualità. Siamo partiti da Vicenza, la mia città, e oggi abbiamo 5 sedi. Una grossa spinta me l'ha data il premio Gamma-Donna che ho vinto nel 2016.

Abbiamo creato la Mipu Predictive School e ci rivolgiamo alle aziende che vogliono persone in grado di guidare la trasformazione e portare l'innovazione in azienda, ma anche ai singoli, magari fuori dal mondo del lavoro, desiderosi di aggiornarsi; per loro abbiamo molte borse di studio, soprattutto se over 50 o donne. Tutte le operazioni della fabbrica predittiva hanno un impatto sul territorio perché portano a una riduzione dei consumi, a minori emissioni e sprechi. Se si rompe una macchina della linea di pasta, fermo tutto e butto quello che ho in lavorazione. Se lo so prima, riesco a intervenire su un difetto piccolo, risparmio e non spreco.

L'impatto ambientale sul territorio è diretto. Ma ce n'è anche un altro. I 10 anni di esperienza nel privato li abbiamo traslati in una piattaforma, Mipu Smart

Cities, a disposizione quasi gratis dei Comuni e delle aziende pubbliche, dove abbiamo portato le nostre soluzioni per rendere più efficienti i servizi. Per esempio, ciò che regola i flussi di traffico, delle persone, dell'acqua, dei rifiuti. Se riesco a prevedere i movimenti delle persone, posso ottimizzare l'uso dell'energia, diminuendo i consumi.

Con i dati delle immagini dallo spazio, gratuite, è possibile creare un algoritmo che intercetti le variazioni del verde pubblico. C'è un lampione oscurato da un albero? Si può intervenire per tempo e con precisione. C'è anche un sistema per l'ottimizzazione dell'utilizzo delle acque reflue, per depurarle usando meno energia e reagenti possibili. Ultimo esempio: con la previsione dei flussi di traffico si può migliorare il pagamento della Ztl. Se so a quali ora è congestionata e da quali mezzi, posso attivare una tariffa flessibile per tipologia di utente e orario. Noi offriamo la tecnologia, la scelta è dei decisori».



© RIPRODUZIONE RISERVATA

Imprenditoria femminile: parte il programma She's Next

Arriva in Italia il progetto di Visa che supporta e premia il merito. Co-promotore il Corriere della Sera

Sono aperte fino al 29 giugno le candidature per il programma She's Next di Visa - co-promosso dal *Corriere della Sera* - che intende sostenere le imprenditrici. Al termine di una selezione per merito, le tre vincitrici riceveranno beni e servizi per un valore netto di 10mila euro ciascuna. Inoltre, avranno la possibilità di accedere a un programma di formazione e tutoring attraverso l'accesso alla piattaforma Visa per la digitalizzazione delle piccole e medie imprese. La premiazione avverrà in settembre in Triennale, a Milano, con un evento nel corso del

Festival "Il Tempo delle donne" (tutte le info su shesnext.it). She's Next è un programma globale nato nel 2020 che ha visto finora un investimento pari a 3 milioni di dollari in oltre 250 sovvenzioni. Ora arriva in Italia, primo Paese dell'area mediterranea, «per contribuire allo sviluppo delle imprese femminili e favorire l'uguaglianza di genere attraverso l'esperienza di imprenditrici che si sono contraddistinte per i risultati e il tasso di innovazione» dice Stefano M. Stoppani, country manager di Visa, «azienda da tempo molto attiva sul tema diversity & inclusion».

In Italia le imprenditrici sono ancora poche, il 22 per cento sul totale degli imprenditori, contro una media UE del 32 (dati Unioncamere) e meno di un terzo occupa una posizione di leadership. Però sanno reagire alle sfide del tempo attuale con determinazione: sebbene i costi siano saliti per il 61 per cento delle intervistate, solo il 10 per cento ha ridimensionato la sua attività. E in un panorama italiano caratterizzato da piccole e medie imprese, «che fanno più fatica a portare avanti la digitalizzazione per mancanza di risorse, emerge però un

aspetto interessante, e cioè che le donne hanno più aspettative di digitalizzazione rispetto agli uomini», continua Stoppani. Secondo una ricerca Visa, infatti, il 69 per cento delle esercenti si aspetta un aumento delle app di pagamento, a fronte di un 54 tra gli uomini. Anche per l'e-commerce, le donne che si aspettano un aumento del settore sono il 63 per cento, il 56 tra gli uomini. «In più le imprenditrici che hanno attivato un canale virtuale di pagamento, hanno visto aumentare il loro business del 6-15 per cento», conclude Stoppani.

© RIPRODUZIONE RISERVATA