

Transizione verde e industria Il modello Mantova

La riflessione sulla Lombardia di Legambiente e della Fondazione Symbola. A confronto le voci di politici, imprenditori ed enti locali

di **Tommaso Papa**
MANTOVA

Un caposaldo dell'«Italia che sa fare l'Italia», dove si intrecciano bellezze del passato e creatività del futuro: sono queste caratteristiche di borgo «raccolto e inteso» che hanno portato a Mantova Ermete Realacci e il suo seminario di studio dei territori del Bel Paese. La «quattro giorni» indetta dal presidente onorario di Legambiente, e dalla sua Fondazione Symbola, inizia oggi al Teatro Scientifico Bibiena e si concluderà sabato. Sono attesi oltre cento relatori tra cui Paolo Gentiloni, commissario europeo per gli Affari economici e monetari, Gilberto Pichetto Fratin, ministro dell'Ambiente e della sicurezza energetica, Adolfo Urso, ministro delle Imprese e del made in Italy, Attilio Fontana, presidente di Regione Lombardia. «Vogliamo dare spazio

al più vasto numero possibile di voci – spiega Realacci: dall'Ue ai sindaci dei piccoli Comuni, passando dai grandi industriali alle botteghe artigiane».

L'appuntamento d'esordio si intitola «Mantova e la sfida della transizione verde». In realtà, però spazia dalla realtà locale, alla Lombardia e all'intero Paese. «A Mantova – conferma Realacci – ci sono alcune eccellenze assolute. Il gruppo Saviola è il più grande produttore di pannelli da legno totalmente recuperato. Tea, la società mantovana dei servizi ambientali, è un altro fiore all'occhiello. Mantova è seconda in Italia nella raccolta differenziata dei rifiuti urbani». Se lo sguardo si sposta alla Lombardia lo scenario muta di poco. Gli esempi virtuosi di transizione ecologica avvenuta prima che di transizione si parlasse non mancano. «Penso al colosso Arvedi di Cremona e ai suoi risultati nella lavorazione sempre più



Sopra, Ermete Realacci (Symbola) e il commissario europeo Paolo Gentiloni
Sotto, il ministro delle Imprese Adolfo Urso e il governatore Attilio Fontana



pulita dell'acciaio – racconta l'esponente verde -. E che dire del Gruppo siderurgico Feralpi? Sono stati i primi a investire sul fotovoltaico per alimentare i propri stabilimenti e ora hanno triplicato gli sforzi destinando 300 milioni all'energia pulita».

Per rimanere sul terreno dell'industria – spiega Realacci – è qui che avviene più dell'80% del recupero di materie prime e un peso enorme, anche a livello nazionale, è quello assunto dall'industria metallurgica regionale, in particolare quella bresciana. «Questi risultati sono altrettanto conferme che la transizione green all'italiana non solo conviene all'ambiente ma anche all'economia – conclude il fondatore di Symbola – fanno parte dei nostri cromosomi produttivi. Gli stessi che quest'anno, stando alle prime stime, porteranno l'export delle industrie manifatturiere a superare il 50% dell'intero fatturato».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il progetto è alla terza edizione

Sesto San Giovanni, il progetto AdAstra contro l'inoccupazione dei giovani

Non più neet: formati, testati e inseriti nel lavoro

Campari, Heineken e Lavazza si dedicano ai 18-27enni. Corsi specifici, tirocinio e il 75% viene assunto

SESTO SAN GIOVANNI (Milano)

I big del beverage insieme per la formazione dei neet, i giovani che non studiano più e non lavorano ancora. Campari Group,

Heineken Italia e Lavazza Group per il terzo anno hanno aperto le loro porte a un gruppo di under 30 che, oggi, sta lavorando in tirocinio in caffetterie, pub, ristoranti e altri locali di Milano e provincia. Con le loro Academy, le aziende rappresentano le colonne portanti di AdAstra Project, il programma di Fondazione di Comunità Milano in collaborazione con A&I Società Cooperativa Sociale Onlus, Comune di Milano e Regione Lombar-

dia. Lezioni di caffetteria e bartender-mixology direttamente dai leader del settore, 20 ore di soft skills training, dopo i tirocini scatta la delicata fase dell'inserimento lavorativo: su 70 persone formate, il 75% è stato assunto dopo un tirocinio retribuito di 4 mesi.

«Sono piccoli numeri ma dal significato importante – commenta Aldo Davoli, Group Head of Public Affairs, Communications & Sustainability Campari -. Pun-

tare alla formazione di alto livello, rappresenta un valido investimento per il futuro. Per noi è ormai un modello e l'auspicio è che l'iniziativa possa essere replicata anche in altri settori». L'Italia è il primo Paese europeo per numero di neet, oltre 3 milioni di giovani tra i 15 e i 34 anni. AdAstra si rivolge proprio ai ragazzi tra 18 e 27 anni senza impiego, con basso livello di istruzione e scarsa esperienza lavorativa.

Laura Lana

Brindisi a Bergamo

San Pellegrino Il fatturato sfiora il miliardo

Vola l'export, con gli Usa a trainare i mercati esteri. E Acqua Panna registra un +49% di vendite

BERGAMO

Export e rimbalzo post Covid, volano i conti di Sanpellegrino, il fatturato cresce del 10% (973 milioni) e l'anno scorso le botti-

glie prodotte dall'azienda della galassia Nestlé sono arrivate a 3,6 miliardi. Ma sono soprattutto le vendite all'estero – il 65% del giro d'affari (629 milioni, +16,6%) – a trainare i bilanci. Acqua Panna, pezzo di pregio della famiglia di acque minerali, bibite e aperitivi, ha raggiunto il record di vendite: +49% in un anno. I mercati più remunerativi sono gli Usa, dove il balzo in avanti è stato del 10,4%, poi Canada (+14,1%), Francia (+12,8%), Regno Unito (+10%), aumenti significativi anche in Spagna (+42,2%), Germania (+15,5%), Belgio (+13,9%) e Svizzera (+10,7%). «I risultati confermano la solidità del gruppo: la qualità dei nostri prodotti è riconosciuta in tutto il mondo», dice l'ad Michel Beneventi. **Bar.Cal.**

La ricerca Netcomm

Acquisti digitali Milano guida la spesa in Rete

Il 63% di chi naviga, compra. La metropoli, Lodi e Monza sopra la media italiana. «Crescita sinergica coi negozi»

MILANO

Vola il commercio online, e il boom fa crescere il fatturato delle imprese lombarde. Degli oltre 3 milioni di utenti internet di Mi-

lano e area metropolitana e nelle province di Lodi e Monza Brianza, quasi 2 milioni sono acquirenti digitali, ossia il 63%: una percentuale superiore al trend nazionale che si attesta al 59%. L'area lombarda esaminata supera la media italiana anche per gli importi di spesa: lo scontrino medio degli acquisti online è di 133 euro. In particolare, gli acquirenti abituali effettuano il 91% delle transazioni del trimestre con scontrino medio superiore alla media. Sono alcune delle evidenze rilevate dall'ultima ricerca Netcomm NetRetail. «Digitale e fisico si integrano sviluppando modalità di convivenza e crescita sinergica», spiega Marco Barbieri, segretario generale di Confcommercio Milano.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Marco Barbieri, Confcommercio