

Da Laminazione Sottile a Patrone e Mongiello, che hanno creato un gruppo da 38 milioni di euro facendo fruttare l'assegno di Stato dopo il terremoto dell'Irpinia. Il Mezzogiorno che cresce, a volte facendo tesoro dei fondi pubblici, si racconta a Napoli nell'ultima tappa del giro d'Italia tra le imprese vincenti promosso da L'Economia e ItalyPost. Ecco le storie e i numeri degli 84 Champions meridionali

di **Raffaella Polato**

# OLTRE GLI AIUTI IL SUD FA L'IMPRESA



**D**isse Giuseppe Conte, presidente del Consiglio appena entrato in carica, a chi nel suo programma di governo cercava un minimo di attenzione al Sud e tutto ciò che trovò furono sei poverissime righe: «Ma se ci abbiamo dedicato un ministero!». Aggiunse Barbara Lezzi, neominata titolare del suddetto dicastero, che solo la malafede poteva far dubitare delle intenzioni: «Quelle sei righe hanno un potenziale enorme», giurava, «c'è tutto quanto serve perché il Mezzogiorno possa colmare il gap con il Nord, cresciuto a dismisura negli ultimi 25 anni».

È passato esattamente un anno. Tranne che per qualche gaffe e alcune incursioni polemiche altrove, di Lezzi si sono perse al trace. Il «ministero dedicato» è velocissimamente diventato un ministero-fantasma.

## Orgoglio e pregiudizi

Forse — provocazione, ma nemmeno troppo — va bene così. Di sicuro è un'occasione sprecata, l'ennesima, per incrinare anche soltanto un po' l'immagine di un Meridione sdraiato sull'assistenzialismo pubblico e inserire nel quadro, invece, qualche flash di ciò che in quello stesso Meridione qualcuno è capace di fare.

Per dire. Abbiamo passato mesi prima a discutere di reddito di cittadinanza, poi a misurare regione per regione la corsa alle richieste, infine a stilare una classifica dominata da Campania, Sicilia, Puglia, e in cui Napoli sembra aver battuto da sola l'intera Lombardia. Non ci siamo accorti, e soprattutto non l'ha fatto la politica, di quel che intanto accadeva per esempio a San Marco Evangelista, provincia di Caserta, stabilimento della Laminazione Sottile.

È un nome che conoscono appena gli addetti ai lavori, ma non è una piccola

realità. Quando fu fondata da Augusto Moschini, nel 1923 a Napoli, dall'azienda uscivano capsule e tubetti per dentifricio. Oggi è uno dei maggiori produttori europei di alluminio laminato, ha quattro fabbriche in Italia, una in Gran Bretagna, una in Corea del Sud. Il figlio di Augusto, Guido, e poi i figli del figlio — Massimo, Luca, Pietro — hanno portato il gruppo abbondantemente oltre i 300 milioni di fatturato. Che non sono, naturalmente, il traguardo definitivo. I piani di espansione sono ambiziosi e, nella storia di un Mezzogiorno potenziale modello di sviluppo anziché di assistenzialismo e/o finanziamenti a perdere, l'ultimo tassello ha una doppia simbolicità. Uno: in marzo, mentre la politica da campagna elettorale guardava al Sud giocando tutto sul reddito di cittadinanza, giust'appunto, a San Marco si annunciavano investimenti fino a 43 milioni per portare la produzione da 90 mila a 120 mila tonnellate entro l'anno. Due: 28 di quei 43 milioni provengono da agevolazioni già ottenute, a dimostrazione che non necessariamente gli incentivi pubblici finiscono nel nulla (lì, nella fabbrica casertana, tra Industria 4.0 e il «contratto di sviluppo» in vigore da due anni si sono tradotti in cento posti di lavoro che ora potrebbero diventare più «stabili»).

Laminazione Sottile è uno dei 600 Champions L'Economia-ItalyPost e uno dei 40 del Sud (nella tabella che chiude queste pagine le aziende sono però in tutto 84: abbiamo allargato la selezione alle altre eccellenze del Mezzogiorno, con parametri di crescita solo di poco inferiori a quelli richiesti ai Champions). Non è l'unico esempio di utilizzo virtuoso di fondi pubblici. Pa-



### ● Il Sud che genera futuro

Oggi, ore 17.30: L'Economia ha scelto Napoli per il suo incontro con le aziende eccellenti del Mezzogiorno, i «campioni» (sconosciuti, spesso) che per tassi di crescita e redditività, capacità di innovazione e solidità finanziaria non hanno nulla da invidiare alla migliore imprenditoria di un Nord in cui fare industria è certamente meno complicato. Appuntamento alle 17.30 a palazzo Zevallos Stigliano, Via Toledo 185.

## Eccellenze in corsa



**Capitani** In alto, Paolo Patrone: a Tito (Potenza) ha fondato l'azienda Patrone e Mongiello (automotive). Sotto, Vincenzo Rota, ceo di San Vincenzo, azienda calabrese di salumi

## Dal food all'automotive, imprese «da manuale»

**L'**alimentare, naturalmente: lo diamo per scontato, che al Sud sia questo il settore più ricco di aziende d'eccellenza (come i prodotti che sono capaci di valorizzare). Quel che è meno noto, fuori dai circuiti economici, è una capacità imprenditoriale estesa a settori ad alto tasso di innovazione, che abitualmente associamo al Nord. Delle 84 migliori imprese selezionate da ItalyPost tra le società con fatturato dai 20 ai 500 milioni (le elenchiamo nella tabella che chiude queste pagine), un quarto lavora nella meccanica. Ed è meccanica hi-tech, sviluppata nei poli dell'automotive e dell'aerospaziale nati attorno a Fca e al gruppo Leonardo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

olo Patrone e Michele Mongiello da Tito, provincia di Potenza, non sarebbero per esempio mai partiti senza i finanziamenti post terremoto dell'Irpinia. Molti di quei soldi finirono nel nulla, bruciati in fantasiose iniziative di altrettanto improbabile rilancio. A loro, l'assegno di Stato da 750 milioni di vecchie lire (sarebbero più o meno 390 mila euro) permise di metter su un capannone, che poco a poco divenne una piccola fabbrica, che a colpi di utili reinvestiti è, oggi, una società da 38 milioni di fatturato e con un Ebitda medio annuo del 13%.

## Moltiplicatori di valore

Può essere che, ora, i nuovi nuvoloni che incombono sull'automotive mondiale si facciano sentire anche sui bilanci della Patrone e Mongiello. Ma le loro sospensioni non vanno più solo verso le Jeep della vicina Melfi: la proprietà ci ha pensato per tempo, l'acquisizione di un'azienda in Germania diversificherebbe il portafoglio-clienti (e rischi) con Volkswagen e Daimler. Non male, come creazione di valore e moltiplicatore di sviluppo partito da quei 390 mila euro che lo Stato consegnò, quarant'anni fa, a due ventenni armati di idee vaghe ma di determinazione infinita.

Potremmo continuare. Lo faremo direttamente con i Champions, oggi pomeriggio, a Napoli. Li incontreremo a Palazzo Zevallos Stigliano, in un evento promosso da L'Economia che sarà, anche, l'ultima delle dieci tappe dei Meet The Champions organizzati con ItalyPost. Davanti, avremo piccole e medio-grandi realtà che non sono solo «eccellenze singole»: insieme, queste 84 aziende fatturano oltre 5 miliardi e dal 2011 sono cresciute in media del 10,72% l'anno, con una redditività industriale del 14,62% e un tasso di rendimento del capitale del 15,34%.

Non servono altre prove, per sostenere che il Sud ha in sé un modello di crescita esattamente come ce l'ha il Nord. Per certi aspetti vale persino di più, considerati gli handicap di partenza. Perciò se, ogni tanto, la politica si scomodasse e provasse a conoscerli, a parlarci, magari a copiarli, forse dagli 84 Champions qualcosa potrebbe imparare. E loro, i Champions del Sud, non si sentirebbero — come loro stessi dicono — «pochi, e soli».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

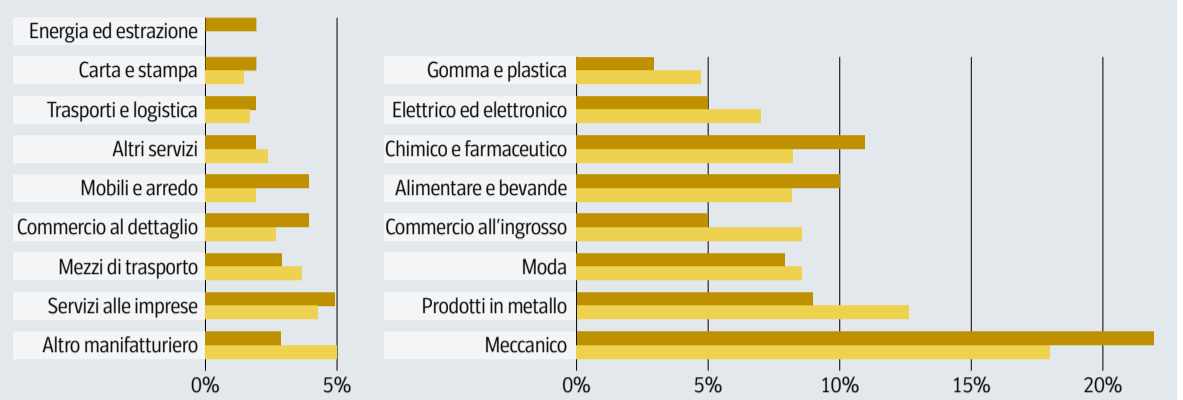
## Quanto valgono i Champions

Dati aggregati

	Aziende da 20 a 120 milioni di fatturato	Aziende da 120 a 500 milioni di fatturato	Totale
Fatturato aggregato in migliaia di euro	22.297.000	21.403.000	43.700.000
Cagr 2011-2017	12,73%	9,59%	11,10%
Ebitda medio ultimi 3 esercizi	19,17%	17,68%	18,44%
Roe medio ultimi 6 esercizi	19,80%	14,50%	17,05%

Fonte: Ufficio Studi ItalyPost

L'incidenza % rispetto ai singoli settori per classe di fatturato



## C'È UN MEZZO

## AURIGA/BARI

## La software house che aiuta le banche a tornare sui territori



## Informatica

Vincenzo Fiore è il chief executive officer di Auriga. La società di software è nata 27 anni fa e si occupa di soluzioni per il mondo finanziario

**S**e (ancora) utilizzate il bancomat per prelevare cartamoneta agli Atm, è molto probabile li abbiate incrociati. Sicuramente, però, non ve ne sarete accorti. È il bello del *back office*, deve funzionare punto e basta: anche se in realtà, per abilitare un'operazione tutto sommato semplice e usuale come un prelievo di denaro, gli istituti di credito necessitano di tantissima tecnologia. E quindi di software: veloci, senza latenze, soprattutto affidabili.

Nata 27 anni fa dall'idea di quattro nerd ante litteram come software house, oggi Auriga — quartier generale a Bari ma sedi anche a Milano, Roma, Londra, Parigi e Francoforte per un totale di 224 collaboratori — è ciò che si definisce una fintech che aiuta le banche a fare il loro mestiere al tempo della disintermediazione finanziaria. «Compito non certo facile — ragiona il ceo, Vincenzo Fiore — poiché la *digital transformation* ha impattato duramente sui tradizionali schemi di gestione ed erogazione del credito. Oggi, in Italia, sette Atm su dieci utilizzano i nostri software e i nostri applicativi. Ma il modello operativo sta cambiando e se le banche non vogliono cedere il passo ai big della finanza online, allora devono cercare di tornare sui territori che conoscono offrendo alla clientela anzitutto una proposta consulenziale smart. Noi — prosegue

l'imprenditore — in Portogallo stiamo studiando per Millennium bcp un self service assistito per fare banca 24 ore su 24 per 365 giorni su 365 in luoghi non convenzionali, come ad esempio nei centri commerciali. L'idea è quella di uno sportello automatico dove tuttavia si può interagire per operazioni a più alto tasso di complessità non solo con i chat-bot ma anche, da remoto, con un operatore in carne e ossa». Tutte soluzioni che sembrano dare ragione alla strategia di crescita di Auriga, passata dai 20,6 milioni di fatturato del 2016 ai 21,6 del 2017, per un Ebitda del 19% e un Cagr 2011-2017 del 13%. Aggiunge Fiore: «Non abbiamo ancora approvato l'ultimo bilancio, ma possiamo dire che la crescita continua a essere evidente, poiché abbiamo chiuso il 2018 a circa 24 milioni di euro e questo grazie anche all'espansione dei mercati di riferimento. L'ultimo cliente era messicano: rappresenta un passaggio importante nel processo di internazionalizzazione del nostro brand».

L'unico ostacolo alla crescita, per il Ceo di Auriga, è rappresentato dal capitolo risorse umane. «Facciamo davvero fatica a trovare le competenze di cui abbiamo bisogno. Registriamo un *mismatch* fra domanda e offerta del 30-40%, non solo a Bari, anche a Milano e sulle piazze dove il fintech è nato, come Londra e Francoforte».

Massimiliano Del Barba

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## I numeri

24

Milioni di euro Il fatturato del 2018, in crescita rispetto ai 21,6 del 2017 grazie all'internazionalizzazione

224

I collaboratori della società che oggi, oltre a Bari, conta sedi a Milano, Roma, Parigi, Londra e Francoforte

**Facciamo molta fatica a trovare le competenze necessarie a sostenere la nostra crescita, contiamo un mismatch che raggiunge il 40%**



## Alimentare/1

Michele Andriani è presidente di Andriani, azienda pugliese specializzata nella produzione di pasta senza glutine e biologica

**V**endere agli italiani un nuovo tipo di pasta è un po' come tentare di vendere ghiaccio agli eschimesi. Eppure, la Andriani di Gravina in Puglia, azienda di riferimento nel settore dell'*innovation food*, ce l'ha fatta, tanto che tra il 2013 e il 2018 ha triplicato il suo fatturato (54 milioni), diventando il terzo player del mercato italiano della pasta senza glutine. «L'avventura è cominciata nel 2001 — spiega il presidente Michele Andriani — con una sfida tecnologica: produrre pasta *gluten free* con solo acqua e farina di mais, lenticchie, legumi o riso integrale, senza aggiunte chimiche. Partivamo con uno svantaggio rispetto ai competitor, ma volevamo diventare protagonisti di un'innovazione alimentare: non in farmacia, ma sugli scaffali dei supermercati, come alternativa alla pasta di grano duro». Quindi comprata non solo da chi ha problemi di celiachia. Tre anni dopo nasceva Molino Andriani, con cinque linee di produzione di pasta (presto saranno sei; la settima è prevista per il 2020). Attualmente, metà della produzione è esportata in 30 Paesi, presidiando le catene distributive più importanti a livello mondiale.

Ma il successo dell'azienda pugliese non è dato solo dall'elevato *know how* produttivo e dalla costante ricerca tecnologica. Grande importanza riveste anche il tema della sostenibilità ambientale. «Crescere senza impattare sull'ambiente, tutelare la biodiversità e valorizzare l'agricoltura locale e il territorio sono tra i nostri principali obiettivi», conferma Andriani. «Ora stiamo puntando sul riutilizzo degli scarti di produzione, con i quali realizzare nuovi prodotti, come quelli dedicati al *pet food*. Le acque reflue poi servono per produrre l'alga spirulina, mentre l'energia che usiamo proviene da gas metano e non dal carbone. Nel giro di pochi anni saremo in grado di utilizzare solo energia green e autoprodotta al 100% grazie al biometano ricavato dalla lavorazione degli scarti».

E pensare all'ambiente fa bene anche ai conti: «Quando avremo ammortizzato il costo degli impianti — dice Andriani —, diventeranno essi stessi fonte di reddito».

Ma un perfetto circolo virtuoso non può tralasciare l'elemento umano. Quest'anno, gli esperti di LinkedIn hanno premiato l'azienda pugliese, prima in Italia, come esempio vincente di welfare aziendale, capace di valorizzare il personale attraverso una politica finalizzata a creare un clima lavorativo positivo e stimolante. «Il tema dell'*empowering people* — spiega il presidente — fa parte del dna della nostra società. Il dipendente è al centro delle decisioni sia operative che strategiche. Perché creare un ambiente di lavoro sereno, dove tutti si sentano valorizzati e stimolati dà i suoi frutti. E noi ne siamo la prova».

Massimiliano Jattoni Dall'Asén

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## I numeri

54

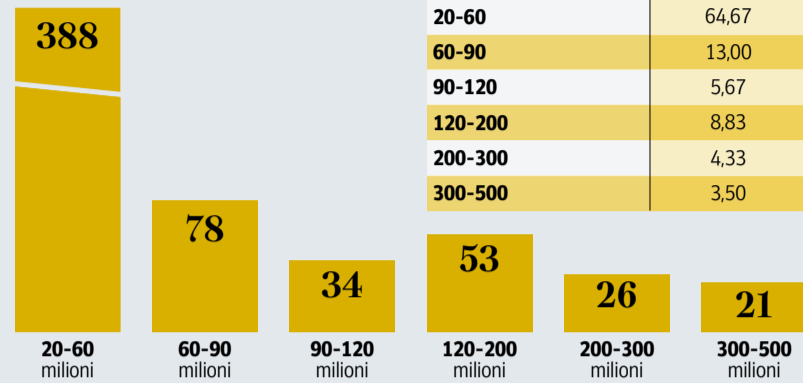
Milioni di euro Il fatturato del 2018. Per il 2019 l'azienda prevede una crescita del 15%

4,2%

Il tasso di crescita composto annuo (Cagr) dal 2011 al 2017 dell'azienda pugliese

### L'identikit dei Campioni

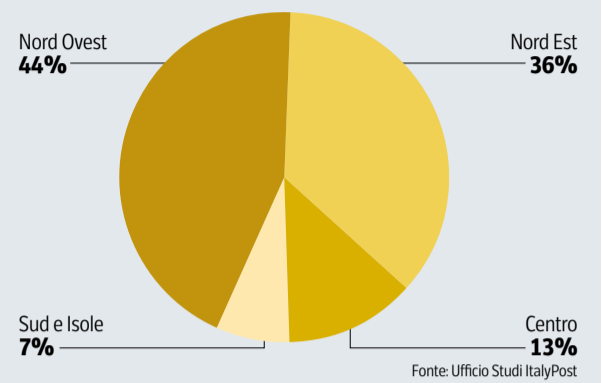
Il numero di imprese per classe di fatturato



Il numero di imprese in base al rating



La suddivisione percentuale delle imprese Champions in Italia



Fonte: Ufficio Studi ItalyPost

# GIORNO CHE CRESCE

## SAN GIORGIO/CASTEL SAN GIORGIO (SALERNO)

### I cornetti vegani e i robot negli impianti per la sfida dell'export



#### Alimentare/2

Marco Ciron è direttore commerciale di San Giorgio, che produce dolci per la prima colazione e specialità campane

Quarant'anni fa la San Giorgio di Castel San Giorgio, in provincia di Salerno, era una pasticceria. Bruno Sabato, il pasticciere e fondatore, negli anni ha allargato il laboratorio, poi l'ha trasformato in una piccola azienda. Nel 2006 il salto: la produzione si è spostata nel primo grande stabilimento produttivo.

Oggi l'azienda è specializzata in dolci per la prima colazione, il suo core business, e prodotti campani, come sfogliatelle e pastiera, oltre a snack salati come rustici e friggitoria. Il tutto surgelato. Il mercato nel tempo si è allargato: la San Giorgio ha iniziato a vendere i suoi prodotti al di fuori del territorio campano, fino ad arrivare in molti Paesi europei, e poi oltre, fino a Stati Uniti, Australia, Cina e Canada.

«Il mercato nazionale, che oggi viene coperto dalla nostra capillare rete di oltre 180 distributori, vale ancora oltre il 90 per cento del business — spiega il direttore commerciale Marco Ciron —. Stiamo crescendo del 15% anno dopo anno, con una redditività molto buona.

Entro il 2023 vogliamo raddoppiare il fatturato che nel 2018 ha raggiunto i 36 milioni di euro».

Negli ultimi anni l'azienda non solo è cresciuta nel fatturato ma anche nell'organizzazione, sviluppando le competenze presenti e inserendo nuove figure in molti settori aziendali.

La San Giorgio è riuscita a superare bene anche i periodi economici difficili per il Paese facendo leva sulla qualità dei prodotti. Un elemento importante l'ha giocato anche la continua innovazione di prodotto per soddisfare le mutevoli esigenze del mercato, come il lancio di prodotti vegani o l'eliminazione dell'olio di palma da molti prodotti. L'anno scorso la San Giorgio, che oggi conta 180 dipendenti, ha inaugurato il secondo plesso produttivo: «Abbiamo già in previsione un nuovo investimento per allargare la capacità produttiva nei prossimi anni: già oggi però la San Giorgio ha il più grande e importante sito produttivo italiano per il suo segmento di mercato e nei prossimi anni lo incrementerà ulteriormente. Siamo già uno tra i cinque maggiori player di settore». Per crescere l'azienda salernitana punta sull'innovazione: l'ultimo impianto produttivo, per il quale l'imprenditore ha investito oltre 30 milioni di euro, è stato progettato e realizzato con le più avanguardistiche macchine e tecnologie, tutte completamente informatizzate, con una componente elettronica importante, un'altrettanto forte presenza robotica, manutenzione predittiva e altissima efficienza produttiva.

**L'innovazione, come l'eliminazione dell'olio di palma da molti prodotti, è fondamentale per soddisfare il mercato**

Giulia Cimpanelli

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## EPM/NAPOLI

### Energia dalle biomasse: le nostre soluzioni pulite che scaldano il business



#### Servizi ambientali

Carmine Esposito è consigliere delegato di Epm, azienda attiva nei servizi ambientali, fondata dalla famiglia a Napoli nel 1984

Crede che il segreto sia cogliere in tempo i cambiamenti di un settore che evolve velocemente Carmine Esposito, consigliere delegato Epm, azienda attiva nei servizi ambientali, fondata dalla sua famiglia — la prima generazione è ancora operativa — a Napoli nel 1984. L'avventura imprenditoriale di Epm inizia in piccoli segmenti di mercato, tra i quali l'igiene ambientale e civile e la raccolta dei rifiuti, per avvicinarsi presto (erano i primi anni Novanta) alla gestione integrata dei servizi rivolti alla funzionalità degli immobili e intercettando in anticipo l'avvento e lo sviluppo delle energie alternative.

«Abbiamo intuito presto — racconta Esposito — il potenziale enorme delle fonti rinnovabili. Per questo, prima abbiamo cominciato con la produzione di energia verde e poi, visto il boom di richiesta, trainata anche dall'entrata in vigore dei vari protocolli ambientali e con la nascita di una nuova sensibilità sui temi della sostenibilità nel corso degli anni, a partire dal 2008 siamo entrati anche nel settore dell'efficienza energetica».

Un modello di business

perfettamente complementare con quello del facility management. «Con l'avvento della globalizzazione — spiega Esposito — è diventato sempre più comune esternalizzare i servizi non core per le aziende, ovvero di facility ed energy management: dalle manutenzioni alla gestione dei servizi energetici. In tal senso, la soluzione vincente è stata quindi la fornitura integrata di questo genere di servizi mediante un interlocutore unico. Tale scenario, infatti, ci ha consentito di applicare in maniera efficiente il nostro modello in moltissimi altri settori: ad esempio, quello industriale, quello portuale (complice anche il problema della decarbonizzazione) e della sanità privata».

Tutte fette di mercato che hanno permesso a Epm di essere una delle prime aziende ad entrare a far parte del programma Elite di Borsa Italiana nel 2012, così come di chiudere il bilancio del 2018 con un fatturato pari a 35 milioni di euro (+ 35% sul 2017) e con la prospettiva di confermare la crescita anche nel 2019. Il tutto, anche grazie agli investimenti consistenti in ricerca e sviluppo, quantificabili tra il 5 e il 10% del fatturato, avviati negli ultimi anni. «Investiamo molto — conclude Esposito — nelle tecnologie d'avanguardia. Per esempio, nella produzione di energia dagli scarti e dalle biomasse. Si tratta, del resto, di macchinari strategici per le industrie agroalimentari e per le piccole aziende agricole, visto che, con la produzione sul posto, abbattano contemporaneamente sia i costi di trasporto dell'energia, sia quelli dello smaltimento dei rifiuti».

«Il nostro modello si applica in vari campi: dall'industria ai porti, fino alla sanità privata. E dal 2012 siamo entrati nel programma Elite»

Carlotta Clerici

© RIPRODUZIONE RISERVATA

#### I numeri

36

Milioni di euro il fatturato 2018 dell'azienda campana: l'idea è di raddoppiarlo in cinque anni

13,15%

Il tasso di crescita composto annuo (Cagr) dal 2011 al 2017 dell'azienda di prodotti da forno

#### I numeri

35

Milioni di euro il fatturato 2018 dell'azienda, in crescita del 35% sul 2017

7,1%

Il tasso di crescita composto annuo (Cagr) 2011-2017 dell'azienda che ha sede a Napoli

di **Paolo Gubitta**  
e **Federico Visentin\***

L'impatto del capitale umano sulle performance aziendali è un tema che assilla da sempre chi guida le imprese. Da una parte, si sa che la scarsità di capitale umano adeguato depotenzia gli effetti degli investimenti in innovazione, tecnologia, impianti e ridisegno dei processi, perché li priva di persone sia competenti sia disponibili a metterci impegno e coinvolgimento nel seguire le traiettorie di sviluppo dell'impresa. Dall'altra parte, si sa che la creazione del capitale umano adeguato è un processo lento, costoso, in parte *tailor made* e non è detto che l'impresa che finanzia la sua formazione sia anche quella che si appropria del valore economico generato.

### Risorse

I Champions forniscono una prima chiave di lettura per uscire dall'impasse. Dalle elaborazioni InfoCamere su dati Registro Imprese/Inps si ricava la radiografia del loro capitale umano rispetto alle imprese di pari fatturato che non hanno ottenuto gli stessi risultati, lungo tre assi: distribuzione per tipo di contratto, composizione per tempo di lavoro, struttura per livelli di inquadramento.

Quasi il 90% delle maestranze dei Champions (88,7%) ha un contratto a tempo indeterminato, mentre nelle

Le aziende della classifica de L'Economia e ItalyPost aiutano a capire come dipendenti e manager contribuiscono alle performance aziendali. Per esempio, ben il 90% ha un contratto stabile. E si fa più formazione...

## CAMPIONI DEL CAPITALE UMANO

altre si ferma all'84,1%. La stabilità della relazione alimenta il contratto psicologico tra datore di lavoro e collaboratore ed è una delle condizioni che incide positivamente sulla propensione a mettere risorse e impegno nello sviluppo di competenze, a volte uniche, utilizzabili solo nella specifica azienda. È una combinazione reciprocamente conveniente: per le imprese

è razionale investire perché, al netto delle scelte di mobilità volontaria, c'è l'aspettativa di creare fattori di unicità difficilmente replicabili dai concorrenti e di coglierne i risultati tangibili; per chi lavora è razionale farlo con determinazione, perché c'è l'aspettativa di poter valorizzare le competenze in termini di autorealizzazione e di status (e non solo in termini retributivi).

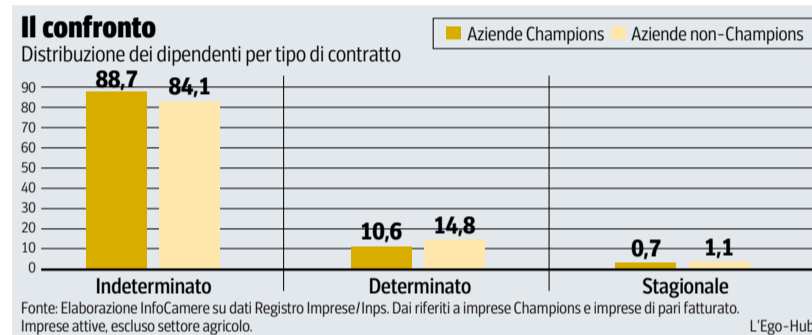
Il 91,9% di chi lavora nei Champions ha un contratto a tempo pieno e solo l'8,1% a tempo parziale, mentre nelle altre imprese della stessa dimensione il part time sale fino al 19,4%. Dal lato dei lavoratori, opta per questo contratto chi deve conciliare esigenze tra loro diverse (di famiglia, di lavoro, di altra natura), a volte per scelta e altre volte per necessità (o carenze del sistema di welfare): in ogni caso, si tratta di persone che devono anche fare altro e, conseguentemente, pur impegnandosi in modo adeguato, hanno minori stimoli e incentivi a sviluppare nuove competenze, perché anche per loro il ritorno dell'investimento sarebbe limitato. Lo stesso vale per le imprese che tenderanno a gestire con questi contratti le attività più standardizzate e meno rilevanti per la competitività.

### Meno dirigenti

I Champions hanno performance più elevate con una minore incidenza di dirigenti e quadri (4,1% rispetto a 4,8%) e di impiegati (38,0% contro 40,3%), ma con una pattuglia ben più consistente di giovani assunti con contratto di apprendistato (3,9% a fronte del 2,1%). È sul «combinato di queste due informazioni che si specchia la diversità dei Champions. Non ci sono tante alternative per ottenere brillanti risultati con linee manageriali intermedie più ridotte. È necessario che l'impresa sia nelle mani di figure imprenditoriali capaci di immaginare la strategia e di indicare le modalità per la sua implementazione, che l'impresa sia ben organizzata in termini di strutture e processi decisionali e che, probabilmente anche per queste ragioni, sappia attirare e trattenere i manager più preparati sul mercato. È noto che chi si sente capace è nelle condizioni di scegliersi il datore di lavoro, tenderà a spostarsi verso le realtà in cui le proprie competenze hanno la maggiore possibilità di essere valorizzate, e ciò vale tanto per le persone con esperienza quanto per le nuove generazioni. Si dice che tre indizi fanno una prova. Per quelli sul capitale umano dei Champions la prova è visibile nei loro bilanci. Altro che «invisible assets».

\*Direttore scientifico e presidente  
Cuoia Business School

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## FonARCom: missione formazione



Scegli la formazione finanziata con FonARCom, il Fondo Interprofessionale che finanzia la formazione continua delle imprese italiane.

Strumenti di finanziamento e supporto completo per aziende, consulenti ed enti di formazione.

Scopri di più sul nostro sito!

**FonARCom**  
FONDO INTERPROFESSIONALE  
Dai voce alla formazione



www.fonarcom.it

### A Napoli

## Un acceleratore del futuro: la scommessa di Tim nel Sud

di **Diana Cavalcoli**

Industria 4.0, cyber security, smart city e cloud. A Napoli è da poco aperto il nuovo Tim Wcap, un coworking pensato per «rilanciare la cultura dell'innovazione del Sud Italia». Il polo, che si estende su 200 metri quadrati, si aggiunge alla rete di centri ideati da Tim e presenti a Milano, Bologna, Roma e Catania per venire incontro alle esigenze di centinaia di lavoratori.

La struttura napoletana si propone come Innovation Hub, realizzato in partnership con Cisco Italia e l'Università Federico II. E punta ad attrarre talenti in ambito tecnologico, forte del fatto che la Campania ha dimostrato una grande vocazione all'impresa digitale: le startup innovative sono l'8% del totale e per numero il territorio regionale è al quinto posto in Italia. Il polo, inaugurato ad aprile, sta già diventando «una casa» per startupper, ricercatori, liberi professionisti e imprenditori.

L'obiettivo è sviluppare un ecosistema in grado di creare valore sia per i partner sia per le neo imprese che avranno a disposizione strumenti tecnologici, piattaforme e soluzioni digitali. Tra questi, la rete 5G indoor disponibile per la prima volta a Napoli.

All'interno di TimWCap vengono selezionate e sviluppate nuove idee e progetti che potenzieranno la rete imprenditoriale dedicata all'innova-

zione del Paese, avvalendosi anche della collaborazione di un incubatore locale come Campania NewSteel. Il centro comprende poi spazi pensati per il networking con gli attori dell'innovazione, nonché aule per l'organizzazione di workshop ed eventi.

Tim scommette con forza sull'*open innovation* e sull'*open collaboration*. Concetti che si declineranno



nei prossimi mesi in numerose attività tra cui le Call for Startup, i contest dedicati alle imprese in erba, o le Call for Solutions, pensate per startup già sviluppate e in grado di risolvere problematiche specifiche.

Sono poi in programma le maratone Hackathon, le competizioni per la generazione rapida di nuove idee, e i Bootcamp, laboratori di confronto intensivo su temi quali la sostenibilità, l'efficienza tecnologica in città, la digitalizzazione delle imprese e, ovviamente, l'industria 4.0.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

