



ERMANNINO SCERVINO
Artgianalità, legame con il territorio e sviluppo del web la forza del marchio fiorentino che corre in Russia e in Cina

Chiara Beghelli — a pag. 11

GIDIEMME
BREVETTI & MARCHI D'IMPRESA

SERVIZI

- Marchi
- Brevetti Modelli Design
- Diritti d'Autore
- Nomi a dominio
- Assistenza Legale
- Valorizzazione e Valutazione
- Contrattualistica
- Contraffazioni
- Corsi di Formazione
- Naming

Gidieffe S.r.l. - Modena
Tel. 059 353332
www.gidieffe.com

Export nautica in Toscana (I trim.2021) **+55,3 milioni**

Iscritti istituti tecnici del Lazio ('20-'21) **63.157**

Imprese registrate nelle Marche (II trim. 2021) **+0,5%**

NAUTICA

Lamborghini e Tisg, nasce lo yacht in fibra di carbonio

Tecnologie che si contaminano, design che si fondono. Dall'alleanza tra il marchio di auto sportive tra i più prestigiosi e riconoscibili al mondo e un grande cantiere navale di maxiyacht come The Italian Sea Group (Tisg) di Marina di Carrara è nato Tecnomar for Lamborghini 63 motoscafo lungo poco più di 19 metri in fibra di carbonio tipica delle vetture di Sant'Agata Bolognese, leggero e veloce: rientra nel range delle imbarcazioni ultraleggeri con peso massimo di 24 tonnellate che ne fanno la barca più performante della flotta Tecnomar.

Silvia Pieraccini — a pag. 5



PANORAMA

ARREDO MADE IN ITALY

Scavolini: «Innovazione e export per crescere»

È una delle più importanti realtà industriali italiane del settore arredo (700 addetti e 201 milioni di fatturato 2020) e tra le prime esportatrici di cucine componibili nel mondo, ma anche una comunità dove i valori dell'imprenditore contano più del progetto imprenditoriale. L'affermazione della Scavolini di Pesaro «è avvenuta grazie alla capacità di ascolto per anticipare i cambiamenti del mercato e quindi gli investimenti in ricerca e sviluppo». A parlarne è Valter Scavolini fondatore dell'azienda marchigiana che ora punta a potenziare mercati esteri e retail.

Michele Romano — a pag. 5



Cinema, l'industria riparte da Venezia Lazio regina delle produzioni

Post Covid. Imprese e operatori accendono le luci sulla nuova stagione. Corre l'audiovisivo. Offerta sempre più integrata tra sale, tv e piattaforme. A Roma e provincia il 27% delle aziende e il 40% degli addetti. Del Brocco (Rai Cinema): «In autunno ci aspettiamo la svolta»

Certo c'è da leccarsi tante ferite. Non tanto per il côté della produzione, che ha beneficiato della maggiore richiesta evasa anche attraverso le piattaforme. L'esercizio è stato invece investito appieno dallo tsunami dell'emergenza Covid con tanto di chiusure complete da marzo a giugno 2020 e da novembre 2020 ad aprile 2021.

Il mondo del cinema guarda però al periodo in partenza, con la 78esima Mostra di Venezia ad accendere le luci sulla nuova stagione, come a quello in cui si potrà girare l'interruttore. Poi ci sono le incognite legate all'avanzata della variante Delta del coronavirus. Ma se il quadro non dovesse precipitare, per gli operatori una risalita della china, anche nell'esercizio, è considerata più che possibile.

Certo, quello cui si sta assistendo nel mondo del cinema è un riposizionamento in cui sala, piattaforme, integrazione delle filiere, nuovi soggetti come i creatori di video brevi entrati in Anica - l'associazione che rappresenta il settore cinema in Italia - hanno creato un ambiente nuovo. «La filiera italiana ha straordinaria forza creativa, e lo si vedrà a Venezia. Ha preso coscienza della necessità di integrare offerta in sala, nelle tv e piattaforme. La criticità sta nella dimensione delle imprese, che impone regole e incentivi efficaci in un'arena produttiva ormai globale», afferma il presidente Anica, Francesco Rutelli.

È questo il contesto si troverà a doversi misurare un settore che ha nel Lazio un protagonista: prima regione per imprese attive nel settore Cinema, radio e TV (circa 4.500, pari al 27% del totale Italia) con 11.300 addetti del settore privato nel cinema e audiovisivo (40% del totale nazionale) e finanziamenti alle produzioni cinematografiche per il 77% sul totale (secondo



Ad Rai Cinema. Paolo Del Brocco

da posizione in Europa per investimenti a favore di cinema e audiovisivo) secondo i dati di un report di Intesa Sanpaolo.

«Quest'autunno potrebbe rappresentare il momento della svolta. Se non dovessero esserci sorprese la mostra di Venezia rappresenta un primo momento spartiacque» dice Paolo Del Brocco amministratore delegato di Rai Cinema.

— Andrea Biondi

1,5

MILIARDI

Il settore dell'audiovisivo (serie, film, intrattenimento, documentari, animazione) ha un valore della produzione stimato in crescita nel 2021 a 1,5 miliardi

FITCTION E SERIE TV

Cresce il settore dell'audiovisivo. più risorse per il tax credit

— Servizio a pagina 3

GIDIEMME
BREVETTI & MARCHI D'IMPRESA

"Tutelare i marchi e i brevetti, nell'era della globalizzazione, rappresenta un passo obbligato per tutte le imprese che decidono di immettere sul mercato un proprio prodotto innovativo o di imporsi sui loro concorrenti con un brand forte"

- Marchi
- Brevetti Modelli Design
- Diritti d'Autore
- Nomi a dominio
- Assistenza Legale
- Valorizzazione e Valutazione
- Contrattualistica
- Contraffazioni
- Corsi di formazione
- Naming

GIDIEMME S.R.L. • Sede Legale
Via Giardini 474/M • Direzionale 70 • 41124 Modena
Tel 059 353332 • Fax 059 354546
www.gidieffe.com • info@gidieffe.com

Nuovi eventi e concorsi, Fiera di Roma riparte

Il nuovo vertice

«Tra fine 2021 e inizio 2022 abbiamo in cantiere già manifestazioni importanti. Continueremo a crescere sul fronte dell'organizzazione dei congressi, dei concorsi e dell'internazionalizzazione degli eventi, guardando in particolare all'Africa». Fa-

bio Casasoli è il nuovo amministratore unico di Fiera Roma srl. Dopo la crisi del Covid, «penso che serviranno 2-3 anni per raggiungere l'equilibrio economico-finanziario», spiega Casasoli. E un aiuto al consolidamento è arrivato con la decisione dei soci di rinunciare a parte dei crediti vantati nei confronti di Fiera di Roma srl (una cifra leggermente sopra i 3 milioni), consentendo di mantenerne intatto il capitale sociale.

Andrea Marini — a pag. 2

8

ISTITUTI TECNICI SUPERIORI

Nel Lazio ci sono 8 istituti tecnici superiori: due a Roma, uno a Pomezia, uno a Gaeta, uno a Latina, due a Viterbo e uno a Frosinone. L'80% trova subito lavoro

— a pag. 2

LAZIO

Unindustria: serve un legame più stretto scuola-lavoro

A FERMO

Distretto del cappello in cerca di addetti

Da un lato ci sono un solido rimbalzo della produzione e la consapevolezza che il futuro significa ancorarsi al mercato del lusso, dall'altro c'è una cronica mancanza di manodopera specializzata e giovani che guardano controvoglia a un lavoro che richiede una forte manualità. Il distretto fermiano-maceratese del cappello, che assorbe il 70% della produzione italiana ed è il primo a livello europeo, fa i conti con un ricambio generazionale praticamente inesistente: serve un robusto innesto di forze nuove.

— Servizio a pagina 9

Centro



10-50 milioni

LE PMI

Il portale distrettobiomedicale.it, scelto dall'Ue come networker del progetto, sta selezionando aziende tra i 10 e i 50 milioni di euro per la piattaforma



GABRIELE BASILICO

Dalle cucine alla casa. L'azienda di Pesaro conta 700 addetti e 201 milioni di fatturato nel 2020

L'intervista. Valter Scavolini. Parla il fondatore del gruppo marchigiano leader nell'arredo che compie 60 anni: «No alla Borsa, restiamo indipendenti. Anche la terza generazione in azienda. Potenzieremo mercati esteri e retail»

«Puntiamo sulla casa Innovazione ed export per crescere ancora»

Michele Romano

Idea di mettersi in proprio la coltivava già quando lavorava in una ditta di Pesaro che produceva mobili laccati per cucine: era il 1961 e Valter Scavolini allora ventenne, si occupava della laccatura mentre suo fratello Elvino era addetto alla preparazione dei pannelli. «Pensavo che lo stesso lavoro che facevamo come dipendenti potevamo farlo per un'azienda nostra e mi trovai un socio, come voleva mio padre. All'inizio Elvino continuava a lavorare presso la vecchia ditta, aiutandoci la sera e nei fine settimana, poi l'anno successivo, anche lui entrò in società». Quella che ha messo in piedi, in 60 anni di lavoro, non è semplicemente una delle più importanti realtà industriali italiane del settore arredo (700 addetti e 201 milioni di fatturato nel 2020) e tra le prime aziende esportatrici di cucine componibili nel mondo, ma una grande comunità dentro la quale i valori dell'imprenditoria contano più del progetto imprenditoriale. «Ho sempre pensato all'azienda come a una grande famiglia e a una proiezione dei miei valori e del mio modo di essere anche grazie alle mie origini - sottolinea - credo da sempre nel rispetto dell'agire etico e responsabile tanto nella vita personale che nella vita imprenditoriale».

Come si diventa "La cucina più amata dagli italiani"?
Innanzitutto con grande impegno e infinita passione per il lavoro che svolgiamo. La nostra affermazione è avvenuta grazie a un processo di sviluppo costante fondato sul valore del prodotto e della qualità made in Italy. E poi la capacità di ascolto per anticipare i cambiamenti del mercato e quindi gli investimenti in ricerca e sviluppo.

Dopo le cucine sono arrivati gli arredi per il bagno e il living: un cambio di strategia?
Una naturale evoluzione dettata dalla volontà di rispondere alla domanda del mercato e di metterci in gioco con un progetto globale. Fino al 2012 abbiamo prodotto quasi esclusivamente cucine poi - anche a seguito delle esigenze del mercato del contract che richiedeva l'abbinamento di mobili per cucina e bagno - abbiamo deciso di ampliare l'offerta. Con il passaggio al living nel 2015

abbiamo risposto all'esigenza di trovare uno stile coordinato tra gli ambienti all'insegna dell'home total look. Una tendenza oggi ampiamente consolidata che, dopo la pandemia, vede non solo la cucina ma tutta la casa assolvere a nuove funzioni, trasformandosi, ad esempio, in luoghi di lavoro o studio.

A proposito di cambiamenti: l'Italia è sempre stata il primo mercato di sbocco. È di diversi anni fa la svolta: una massiccia presenza all'estero.
La crescita sui mercati esteri rappresenta per noi un asset fondamentale, per questo portiamo avanti con decisione il piano di sviluppo e potenziamento del canale retail. Siamo tra i principali brand esportatori di cucine componibili e ad oggi siamo presenti con oltre 300 punti vendita all'estero e la prospettiva di aprirne altri. Inoltre, per rispondere all'esigenza di



VALTER SCAVOLINI
Imprenditore e fondatore del gruppo leader nell'arredo

presidiare direttamente alcuni mercati, abbiamo quattro filiali dirette all'estero: nel 2007 è nata Scavolini USA, dal 2014 siamo presenti in Cina con un ufficio di rappresentanza a Shanghai, nel 2015 abbiamo fondato la branch UK e nel 2018 è stata costituita Scavolini France.

Da tempo ha concluso con successo il percorso per garantire continuità aziendale: quando si è accorto che era arrivato il momento di avviare il ricambio generazionale?
All'inizio degli anni 2000 quando in azienda era entrata da diversi anni la seconda generazione. Oggi che è presente la terza mi piace parlare di convivenza generazionale, fondamentale per dare continuità a un'impresa familiare. Il lavorare sulla governance aziendale è un processo continuo, che è meglio fare nei momenti di stabilità. Spero che anche in futuro ci sia la presenza della famiglia alla guida dell'azienda.

Perché non ha mai pensato alla quotazione in Borsa?
Ho sempre creduto nell'indipendenza dell'azienda anche perché

non abbiamo mai avuto necessità di reperire capitali dai mercati: Scavolini è un'azienda solida e fortemente capitalizzata, quindi capace di far fronte agli investimenti necessari.

Nessun pentimento in questi primi 60 anni di storia aziendale? I risultati sono andati ben oltre le mie aspettative. Sin dagli inizi, insieme a mio fratello, ero desideroso di migliorare continuamente e ho seguito le mie intuizioni per cui ad oggi posso dire di non avere pentimenti rispetto al mio percorso.

È consapevole del fatto che il basket italiano ancora la rimpiange, come dirigente sportivo (38 anni) prim'ancora che come sponsor? L'esperienza che ho vissuto sia in prima persona sia come azienda, è stata bellissima - a tratti esaltante - e ne conservo i migliori ricordi. Vincere i due scudetti è stata una grande soddisfazione personale e aziendale, ma soprattutto un successo per Pesaro, la vittoria della comunità in cui tutti dividevano gli stessi valori e si sentivano parte dello stesso grande sogno.

Nel 1993, il presidente Scalfaro la nomina Cavaliere del Lavoro. Mi ha fatto molto felice perché rappresenta il riconoscimento di una vita lavorativa svolta con dedizione, etica e passione.

Luca Masia ha scritto per Mondadori Electa la sua biografia: "La vita come grande impresa": ad oggi qual è stata la sua impresa più grande?

Sicuramente la mia famiglia: è numerosa e molto unita. Sono orgoglioso che all'interno dell'azienda siano presenti oggi tre generazioni e sono altrettanto orgoglioso di chi ha scelto un percorso al di fuori dell'azienda, perseguendo le proprie aspirazioni e vocazioni.

Tra 40 anni, la Scavolini festeggia un secolo di vita: come se la immagina?

Sono molto legato a Pesaro e all'Italia, una nazione che mi auguro possa rinascere come potenza manifatturiera. Immagino una Scavolini con le radici in Italia come produzione e centralità del mercato, con ramificazioni sempre più importanti nei mercati internazionali e con il cuore sempre incentrato sulla cucina ma che sempre più diventi casa.

IN CAMPO OTTO PAESI EUROPEI

Il progetto Impure

Presentato a luglio in occasione del salone Innovabiomed svoltosi a VeronaFiere, il progetto Impure (Injection moulding repurposing for medical supplies enabled by additive manufacturing) coinvolge complessivamente 19 partner di otto diversi Paesi europei, coordinati dall'Università Tecnica di Atene

I capofila

Il progetto è guidato dal distrettobiomedicale.it (il portale mirandolese nato dopo il tragico sisma del 2012 per valorizzare il più importante polo produttivo di dispositivi monouso in Europa) assieme ad altre tre realtà emiliane - la Sidam di Mirandola, la lungo di Modena e Warrant Hub di Correggio - oltre a Producta di Macerata e Stil Gomma di Bergamo

Distretto biomedicale di Mirandola capofila per progetto Ue da 5,8 milioni

Innovazione

Iliaria Vesentini

Tra le ricadute collaterali positive dell'emergenza Covid va annoverato anche il progetto di ricerca comunitario Impure, su cui l'Ue ha scommesso 5,8 milioni di euro attraverso una call straordinaria innestata su Horizon 2020 e che vede l'Italia - capitanata dal distretto biomedicale di Mirandola - impegnata in prima fila per cercare di portare da tre settimane a 48 ore i tempi di produzione dei componenti medicali critici, agendo su manifattura additiva e soluzioni digitali. L'obiettivo è non trovarsi mai più sprovvisti di dispositivi salvavita in caso di emergenze o pandemie - dalle mascheri-

ne per la protezione individuale agli strumenti per la cura dei pazienti come spike e respiratori - come è successo un anno e mezzo fa con l'esplosione del Covid 19. Presentato a luglio in occasione del salone Innovabiomed svoltosi a VeronaFiere, il progetto Impure (Injection moulding repurposing for medical supplies enabled by additive manufacturing) coinvolge complessivamente 19 partner di 8 diversi Paesi europei, coordinati dall'Università Tecnica di Atene. In Italia il progetto è guidato dal distrettobiomedicale.it (il portale mirandolese nato dopo il tragico sisma del 2012 per valorizzare il più importante polo produttivo di dispositivi monouso in Europa) assieme ad altre tre realtà emiliane - la Sidam di Mirandola, la lungo di Modena e Warrant Hub di Correggio - oltre a Producta di Macerata e Stil Gomma di Bergamo. «Impure mira a mettere a

punto una supply chain flessibile su scala europea di imprese multicompetenze con processi agili per riconvertire velocemente le classiche linee di stampaggio a iniezione (attraverso la realizzazione rapida di stampi modulari con inserti intercambiabili) e rispondere in poche ore alle richieste di forniture straordinarie, necessarie per contrastare fin dagli esordi il dilagare di una pandemia, sfruttando additive manufacturing, sensoristica di nuova generazione e intelligenza artificiale», spiega Alberto Nicolini, fondatore ed editore del portale distrettobiomedicale.it, scelto dall'Ue come networker del progetto, che sta selezionando ora le Pmi, aziende tra i 10 e i 50 milioni di euro, con forte propensione all'innovazione, da inserire nella piattaforma.

Impure è ora a circa metà del percorso, che si chiuderà a maggio 2022. «È un'esperienza sfidante, perché lavoriamo insieme ad aziende europee con cui non abbiamo mai collaborato prima; perché ci sta insegnando a operare con tempi strettissimi e perché ci permette di sperimentare tecnologie digitali che avranno ricadute positive su tutti i processi aziendali», spiega Piero Camurati, chief marketing officer di Sidam. Azienda nata 30 anni fa nel distretto modenese specializzata in disposable per radiologia, terapia intensiva, endoscopia, dal 2020 sotto il controllo del gruppo Mandarin Capital Partner (dopo che Carlo Bonomi ha ceduto il suo 68%). «Un progetto come Impure è congeniale per Pmi come noi - aggiunge il Cmo di Sidam, 140 addetti e 18 milioni di fatturato, per il 10% destinato ogni anno a R&S - perché valorizza la forza di un approccio multidisciplinare». La ricetta europea dietro a Impure è infatti la stessa con cui il "padre" del distretto mirandolese, Mario Veronesi, ha plasmato il successo del territorio: fare squadra fra tanti soggetti con competenze diverse per risolvere in fretta e in modo disruptive problemi medici che i grandi player non riescono (o non hanno interesse) ad affrontare.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Per chi cerca ispirazione sul design.

In contemporanea con il SuperSalone di Milano, ecco **Superior Interiors**, il numero Speciale Design di How to Spend It, per scoprire le più interessanti novità nel settore dell'arredo. Ne parleremo con i protagonisti, attraverso le interviste a Renzo Piano, Allegra Hicks e Roberto Mottola di Amato, Damien Hirst. Capiremo come ricerca, riuso ed ecologia si stanno facendo spazio nel mondo del design. E in questa occasione, inoltre, uscirà **Pillole di design**, il primo podcast di How to Spend It dedicato alle icone del design, gli oggetti che hanno cambiato i nostri gesti e le nostre abitudini. Per vivere il mondo del design davvero a 360 gradi.

ilssole24ore.com/howtospendit • instagram 24htsi_howtospendit • #howtonow



IL NUOVO HTSI È IN EDICOLA VENERDÌ 3 SETTEMBRE CON IL SOLE 24 ORE
On newstand_on_website_on_instagram

© RIPRODUZIONE RISERVATA