

Finanza alternativa

FACTORING, PROSPETTIVE
PER LA SVOLTA

Credito al consumo

YOUNITED CREDIT:
DAL COVID-19 UNA SPINTA
AI PRESTITI DIGITALI

Real estate

BORGOSIESIA: PRENDIAMO
CREDITI, COSTRUIAMO CASE

Il webinar

(DI)SUGUAGLIANZA DI GENERE:
URAGANO COVID-19

L'intervista

RIPARTIRE DALLE DONNE,
CONVERSAZIONE CON
MAURIZIA IACHINO

Legal tech

SINERGIE DIGITALI,
FARE IMPRESA
DOPO IL LOCKDOWN

Food business

IL CAPITALISMO BUONO
DELLE B CORP

Speciale

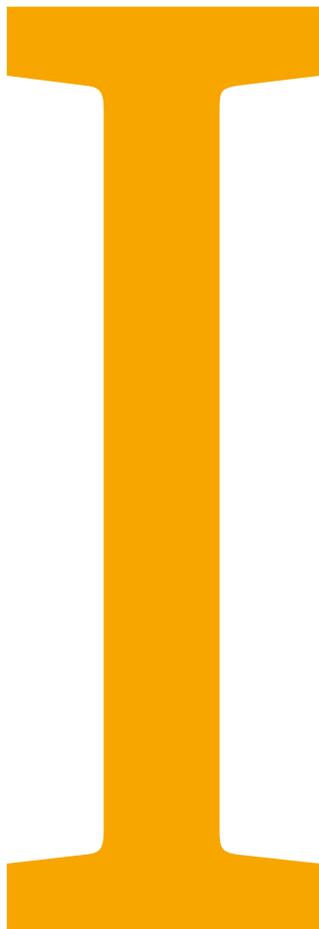
LEGALCOMMUNITY
TAX AWARDS 2020
I VINCITORI

Parla Giovanni
Revoltella, partner
del private equity
svizzero. Obiettivo
aprire un ufficio in
città entro l'anno

CAPVIS, ROTTA SU MILANO

QUALCHE CONSIDERAZIONE SULLA FINANZA ALTERNATIVA DA POLITICA E COVID

di laura morelli



Il decreto Liquidità ha esteso le garanzie pubbliche targate Sace anche alla cessione dei crediti commerciali, cioè quella possibilità per le imprese di cedere a un soggetto terzo - una banca, un factor o a una piattaforma fintech - delle fatture o altri crediti ottenendo liquidità.

Si tratta di un (timido) passo in avanti in favore di questo strumento di finanza alternativa molto utile per le piccole e medie imprese, come raccontiamo su questo numero di MAG, specialmente quelle impegnate nel b2b e nelle filiere, perché permette loro di “liberare” la liquidità imprigionata per una media di 90 giorni in Italia - contro i 20 della Germania, per dire - in fatture non pagate o altri contratti di fornitura. Liquidità che oggi alle imprese serve come il pane.

È un passo avanti “timido”, quello fatto dalla politica, perché la garanzia riguarda solo i crediti commerciali pro solvendo, cioè quelli per i quali la responsabilità del debito nei confronti del factor resta in ogni caso in capo alla pmi cedente e non al fornitore debitore, spesso una grande azienda, come accade invece nelle cessioni pro soluto.

Perché hanno deciso di applicare le garanzie solo a questa porzione di crediti commerciali ceduti che per Assifact, l'associazione degli operatori del factoring, rappresenta meno del 25% del totale? Non si sa. Ma poiché oggi le polemiche stanno a zero, non è su questo che dovremmo concentrare il dibattito. Piuttosto dovremmo partire da

SEGUI I NOSTRI PODCAST

PUBLISHING GROUP
LC



I COMMENTI
SULLE PRINCIPALI TEMATICHE
LEGATE ALLA GESTIONE
DEGLI STUDI LEGALI



UNA RACCOLTA
DI TUTTE LE INTERVISTE
E I COMMENTI DEI PROFESSIONISTI
DELLA FINANZA



STORIE
DEI PROTAGONISTI
DELLA COMMUNITY
DEL FOOD & BEVERAGE



LA RASSEGNA AUDIO
DELLE MAGGIORI NOTIZIE
PUBBLICATE
SUI SITI DEL GRUPPO



LE INTERVISTE
SULL'ATTUALITÀ
DEL MERCATO
DEI SERVIZI LEGALI



I TREND DELLE OPERAZIONI
STRAORDINARIE,
CON BANKERS
E AVVOCATI D'AFFARI



I DIALOGHI
CON I PROTAGONISTI
DELLA BUSINESS COMMUNITY,
TRA MERCATO E PASSIONI



questo piccolo, timido, passo, esaminare la situazione complessiva della finanza alternativa e fare qualche considerazione.

La prima considerazione è che la politica, alle prese con una crisi tanto inedita quanto profonda, sembra essere più ricettiva del solito alle segnalazioni del mercato e inizia a cercare soluzioni alternative. Non sempre il dialogo mercato-politica è tale, a volte sembra più una conversazione tra sordi, ma se ci sono spiragli per qualche piccolo cambiamento è il dovere di chi lavora nella finanza di coglierlo portando le proprie segnalazioni ed esperienze. Soprattutto se la finanza è quella alternativa, spesso dimenticata dalle istituzioni. Per farsi ascoltare dai decisori e veicolare loro le esigenze del mercato, serve che chi lo rappresenta abbia una voce unica, oggi più che mai.

Una seconda considerazione sulla situazione che stiamo vivendo è sulla presa di coscienza dell'importanza della filiera. La pandemia e la crisi hanno portato a galla quello che già in molti sapevano cioè che la catena del valore aziendale è il cuore pulsante della nostra attività. Per restare in tema, il credito di filiera è utile per tutte le aziende che ne fanno parte: sono tasselli dello stesso puzzle fra loro, è evidente che se uno è in difficoltà, il quadro ne subirà delle conseguenze. La crisi ha reso ancora più evidente questo dato di fatto. È da qui allora che gli addetti ai lavori della finanza alternativa dovrebbero partire. Come fare? Promuovendo iniziative, stipulando accordi, divulgando ed estendendo la conoscenza dei vari strumenti.

La terza è che il fintech ha dato una spinta pazzesca al comparto, soprattutto per ciò che riguarda i servizi alle imprese, ma da sola non basta. La tecnologia è fondamentale per la crescita e lo sviluppo, per avviare nuovi prodotti, per ridurre tempi e costi e per dare più flessibilità, ma va comunicata e veicolata alle imprese che il più delle volte non hanno familiarità con questi strumenti, attraverso canali tradizionali, come i consulenti, le associazioni o altre realtà locali.

Margini di crescita ce ne sono ma serve uno sforzo condiviso di tutti gli attori del mercato della finanza alternativa, dal private debt al direct lending fino ai minibond, per far arrivare alle istituzioni e alle imprese il messaggio: "Ci siamo e possiamo dare un contributo". Aspettare che siano la politica o le aziende rallenterebbe solo lo sviluppo di un segmento di finanza che invece merita. ■

**MARGINI DI
CRESCITA CE NE
SONO MA SERVE
UNO SFORZO
CONDIVISO DI
TUTTI GLI ATTORI
DEL MERCATO
DELLA FINANZA
ALTERNATIVA, DAL
PRIVATE DEBT AL
DIRECT LENDING
FINO AI MINIBOND,
PER FAR ARRIVARE
ALLE ISTITUZIONI
E ALLE IMPRESE
IL MESSAGGIO:
"CI SIAMO E
POSSIAMO DARE UN
CONTRIBUTO"**

N.143 | 08.06.2020

Registrazione Tribunale di Milano n. 323 del 22 novembre 2017

Direttore Responsabile

nicola.dimolfetta@lcpublishinggroup.it

Capiservizio

laura.morelli@lcpublishinggroup.it

ilaria.iaquinta@lcpublishinggroup.it

con la collaborazione di

massimo.gaia@lcpublishinggroup.it

francesca.corradi@lcpublishinggroup.it

giuseppe.salemmi (redazione@lcpublishinggroup.it)

Video Production

francesco.inchingolo@lcpublishinggroup.it

Centro ricerche

alessandra.benozzo@lcpublishinggroup.it

vito.varesano@lcpublishinggroup.it

vanessa.costa@lcpublishinggroup.it

Art direction

hicham@lcpublishinggroup.it - kreita.com

Design Team

roberta.mazzoleni@lcpublishinggroup.it

Managing director

aldo.scaringella@lcpublishinggroup.it

Coo

emanuele.borganti@lcpublishinggroup.it

General Manager

stefania.bonfanti@lcpublishinggroup.it

Communication & BD Manager

helene.thiery@lcpublishinggroup.it

Communication & BD Manager assistant

veronica.volpe@lcpublishinggroup.it

Digital marketing Manager

fulvia.rulli@lcpublishinggroup.it

Events Manager

francesca.daleo@lcpublishinggroup.it

Events coordinator

giulia.vella@lcpublishinggroup.it

Group sales director

diana.rio@lcpublishinggroup.it

Sales manager

alice.passarello@lcpublishinggroup.it

Sales account

carlos.montagnini@lcpublishinggroup.it

Amministrazione

lucia.gnesi@lcpublishinggroup.it

Accounting department

marco.sciacchitano@lcpublishinggroup.it

Per informazioni

info@lcpublishinggroup.it

Hanno collaborato

barabino & partners legal, uomo senza loden

Editore

LC S.r.l. Via Morimondo, 26 - 20143 Milano

Tel. 02.84.24.38.70

www.lcpublishinggroup.it



22 STRATEGIE CAPVIS, ROTTA SU MILANO

08 **Agorà**
Mediobanca, arriva Astolfi come vice chairman CIB

14 **Il barometro del mercato**
Btp Italia, emissione record da 22,3 miliardi

18 **Credito al consumo**
Younited Credit: dal Covid-19 una spinta ai prestiti digitali

30 **Finanza alternativa**
Factoring, prospettive per la svolta

38 **Real estate**
Borgosesia: prendiamo crediti, costruiamo case

42 **Follow the money**
Softbank, troppo grande per fallire ma non per... soffrire

44 **Finanza e diritto... a parole**
Tra "il dire e il fare" c'è di mezzo la ripresa

46 **Speciale Tax Awards**
Legalcommunity Tax Awards 2020. I vincitori

62 **Il webinar**
(Di)suguaglianza di genere: uragano Covid-19

66 **L'intervista**
Ripartire dalle donne, conversazione con Maurizia Iachino

72 **Legal tech**
Sinergie digitali, fare impresa dopo il lockdown

76 **Webinar**
La filiera agroalimentare cambia pelle

80 **Food business**
Il capitalismo buono delle B Corp

86 **Calici e pandette**
Abbasso la banalità e lode a principessa Bianca!

88 **Le Tavole della Legge (take away)**
Sine e la gastro-fucina napoletana





WEBINAR

MODA E DESIGN, PROSPETTIVE OLTRE LA CRISI

GIOVEDÌ 18 GIUGNO
ORE 17:00

REGISTRATI

INTERVENGONO*:

Roberta Benaglia
Amministratore delegato
Style Capital



Piero Iacomoni
Presidente e Fondatore
Monnalisa



Massimo Manelli
Amministratore Delegato
Snaidero



Lorenzo Stanca
Managing Partner
Mandarin Capital Partners



Monica Zafferani
Partner
Poggi & Associati



Laura Morelli
Capo servizio
Financecommunity e MAG



MODERA:

PARTNER

P&A
POGGI & ASSOCIATI



CAMBI DI POLTRONA

Mediobanca, arriva Astolfi come vice chairman CIB

A Piazzetta Cuccia approda un banker di altissimo profilo. In uscita da Alantra dopo undici anni, **Lorenzo Astolfi** (foto, a destra) assumerà la carica di vice chairman CIB e co-head mid corporate e sponsor solutions. Insieme a **Davide Bertone** contribuirà a sviluppare i rapporti della banca d'affari con la clientela mid corporate e financial sponsors, riportando a **Francesco Canzonieri**, global co-head of CIB e Italy's country head.

L'ingresso di Astolfi in Mediobanca, recita la nota che ne annuncia la nomina, "è coerente con l'obiettivo strategico di rafforzare ulteriormente il presidio nel settore delle medie imprese italiane e promuovere le attività dell'investment banking division dedicate alla rete di clienti di Mediobanca Private Banking".

Prima di Alantra, Astolfi aveva ricoperto ruoli senior nell'investment banking. È stato manager in Kpmg Corporate Finance (1989-1995), director nell'investment banking division di Banca Leonardo (1995-1999), head of investment banking Italy di WestLB Panmure (1999-2003), head of investment banking & equity di Abaxbank (2003-2008) e ha aperto la filiale italiana investment banking di Sal Oppenheim, guidandola nel ruolo di ceo of Italy (2008-2009).



POLTRONE

Guber Banca, Lorenzo Maternini entra nel cda

Lorenzo Maternini (foto), vicepresidente di Talent Garden, entra nel consiglio di amministrazione di Guber Banca.

L'ingresso nel board "servirà a rafforzare le competenze del consiglio in ambito digitale, mettendo al tempo stesso a disposizione dei vertici della banca una significativa dimestichezza con il mondo delle start-up orientate a percorsi di crescita caratterizzati da innovazione tecnologica".

Laureato in Technology-Enhanced Communication for Cultural Heritage, Maternini inizia la carriera al Guggenheim di New York come consulente new media per lo sviluppo di programmi digitali per l'educazione. Nel 2011, dopo l'avvio di un'agenzia di comunicazione digitale, diventa co-fondatore di Talent Garden, poi divenuta una delle maggiori piattaforme di coworking e formazione digitale attive nel panorama tech europeo.

Fondata nel 1991 da **Francesco Guarneri** e **Gianluigi Bertini**, Guber opera nel credit management, con circa 9 miliardi di euro di crediti in gestione. Nell'aprile del 2018, ai soci fondatori si è affiancato il fondo di private equity Vårde Partners, con una quota pari al 33,3%.



LC Publishing Group

lcpublishinggroup.com



INFORMAZIONE



EVENTI



CENTRO RICERCHE



PUBBLICAZIONI

LC Publishing Group fornisce informazione 100% digitale sul mondo legal, finance e food, il tutto in chiave "business". È il più grande editore legal in Sud Europa e America Latina con l'acquisizione della quota di maggioranza in Iberian Legal Group.

LC Publishing Group ha uffici a Milano, Madrid e New York.



NOMINE

Alantra, Bellavita, Moccagatta e Rizzo nuovi managing partner

Cambio della guardia al vertice di Alantra in Italia. L'uscita di **Lorenzo Astolfi** ha indotto la società a scegliere un triumvirato formato da **Stefano Bellavita**, **Francesco Moccagatta** e **Marcello Rizzo** in qualità di managing partner delle attività di investment banking.

I tre managing partner guideranno le attività di Alantra in Italia che includono m&a, equity capital markets, corporate broking e debt advisory. **Renato Limuti** continuerà a condurre il business di credit portfolio advisory. Alantra sottolinea che "intende continuare l'espansione in Italia, sia consolidando ulteriormente la presenza nel segmento mid-cap, sia cercando attivamente opportunità o partnership strategiche nelle attività di investment banking e asset management".

Negli ultimi due anni, la società ha agito da advisor in 27 transazioni, per un volume complessivo di circa 3 miliardi, tra cui: la cessione di Vivaticket a Investcorp, quella di Sistemica da parte di Kkr a Mcs-Dso Group, quella di L&S a Clessidra, la cessione di iGuzzini Illuminazione ad AB Fagerhult e di Taplast a TriMas Corporation.

Il team italiano di equity capital markets è stato advisor nell'ipo di Sanlorenzo Yacht, ed è stato global coordinator nelle quotazioni di Sirio e di Farmaè sul mercato Aim italiano.



ASSEMBLEE

Mps, Grieco presidente, Bastianini amministratore delegato

Guido Bastianini amministratore delegato, **Maria Patrizia Grieco** (foto) presidente. L'assemblea degli azionisti di Banca Monte dei Paschi di Siena ha eletto il nuovo consiglio di amministrazione. Bastianini è stato nominato dal consiglio di amministrazione che si è tenuto il 19 maggio.

Il nuovo cda è composto da quindici membri. Dalla lista presentata dal ministero dell'Economia, a cui fa capo il 68,247% del capitale, e che ha ottenuto oltre il 94% dei voti, sono stati eletti, oltre a Grieco e Bastianini, **Francesca Bettio** (vice presidente), **Rita Laura D'Ecclesia** (vice presidente), **Nicola Maione**, **Raffaele Di Raimo**, **Marco Bassilichi**, **Rosella Castellano**, **Luca Bader**, **Francesco Bochicchio**, **Olga Cuccurullo** e **Roberto Rao**. Dalla lista numero due, presentata da fondi titolari del 2,4% circa del capitale, sono stati eletti **Marco Giorgino**, **Alessandra Giuseppina Barzaghi** e **Paola De Martini**.

Rinnovato anche il collegio sindacale, composto da **Enrico Ciai** (presidente), **Alessia Bastiani** e **Luigi Soprano**. I sindaci supplenti nominati sono **Lorenzo Chieppa** e **Piera Vitali**.

L'assemblea ha approvato il bilancio al 31 dicembre 2019, archiviato con una perdita di circa 1,17 miliardi.

I soci hanno respinto le due azioni di responsabilità contro alcuni amministratori ed ex-amministratori della banca, promosse dal socio Bluebell Partners, con una percentuale del 99,999%.

LEGAL COMMUNITY WEEK

LC PUBLISHING GROUP



PATROCINIO
Comune di
Milano

THE GLOBAL EVENT FOR THE LEGAL BUSINESS COMMUNITY

SAVE THE DATE
12 - 16 October 2020 • Milan, Italy

Platinum Partners

BonelliErede CARNELUTTI LAW FIRM CHIOMENTI

Deloitte. Legal DLA PIPER

Gold Partners

Accuracy in excellent company CASTALDI PARTNERS 大成 DENTONS Freshfields

Gatti Pavesi Bianchi GIANNI-ORIGONI GRIPPO-CAPPELLI PARTNERS GI GreenbergTraurig Santa Maria Hogan Lovells

Legance AVVOCATI ASSOCIATI Nctm Toffoletto De Luca Tamajo TP Trifirò & Partners avvocati

Supporters



ACC Association of Corporate Counsel EUROPE



ANDAF Associazione Nazionale Dottori Amministrativi e Finanziari



elsa The European Law Students' Association ITALIA



ISPRAMED

LC PUBLISHING GROUP SUPPORTS



www.legalcommunityweek.com

Legalcommunity Week 2020 – Program (in progress)

CWP: Conferences and working program

 Open with registration

SEP: Social events program

 Invitation only

MONDAY 12 OCTOBER			Partners	Address
9:00 - 13:00	 CWP	Opening conference: "Innovation and artificial intelligence" (Lunch to follow)		Fondazione Stelline Corso Magenta, 61 Milan
14:00 - 16:00	 CWP	Roundtable: "New media"		Fondazione Stelline Corso Magenta, 61 Milan
16:00 - 18:00	 CWP	Roundtable		Fondazione Stelline Corso Magenta, 61 Milan
From 18:30	 SEP	Corporate Counsel Cocktail		Gatti Pavesi Bianchi Piazza Borromeo, 8 Milan
TUESDAY 13 OCTOBER				
9:00 - 13:00	 CWP	Conference: "Africa and the Middle East" (Lunch to follow)		Fondazione Stelline Corso Magenta, 61 Milan
14:00 - 16:00	 CWP	Roundtable: "Cross border litigation"		Fondazione Stelline Corso Magenta, 61 Milan
16:00 - 18:00	 CWP	Roundtable: "CSR & Sustainability: Business Ethics in Crisis Situations"		Fondazione Stelline Corso Magenta, 61 Milan
18:00 - 20:00	 SEP	Networking Roundtable		To be disclosed shortly
From 19:00	 SEP	Best PE Deal Makers Cocktail		Freshfields Bruckhaus Deringer Via dei Giardini, 7 Milan
WEDNESDAY 14 OCTOBER				
6:15 - 8:30	 SEP	Corporate Run		Milan
9:00 - 13:00	 CWP	Conference: "LATAM" (Lunch to follow)		Fondazione Stelline Corso Magenta, 61 Milan
11:00 - 13:00	 CWP	Roundtable		Fondazione Stelline Corso Magenta, 61 Milan

Legalcommunity Week 2020 – Program (in progress)

CWP: Conferences and working program

SEP: Social events program

 Open with registration

 Invitation only

14:00 - 16:00	 CWP	Roundtable on Arbitration		Fondazione Stelline Corso Magenta, 61 Milan
18:00 - 20:00	 SEP	Discussion and Cocktail		Legance Via Broletto, 20 Milan
18:30 - 20:30	 SEP	Talks & Cocktail		Toffoletto De Luca Tamajo Via San Tomaso, 6 Milan
19:30 - 23:30	 SEP	Corporate music contest		To disclosed shortly
THURSDAY 15 OCTOBER				
9:00 - 13:00	 CWP	Conference on Finance (Lunch to follow)	CHIOMENTI	Fondazione Stelline Corso Magenta, 61 Milan
19.15 - 23:30		Inhousecommunity Awards		Milan
FRIDAY 16 OCTOBER				
18.00	 SEP	International guest greetings		Milan

SEE YOU FROM
12 TO 16 OCTOBER 2020

for information please send an email to : helene.thiery@lcpublishinggroup.it • +39 02 84243870



Btp Italia, emissione record da 22,3 miliardi

Sul mercato va anche Intesa, che lancia un bond da 1,25 miliardi mentre Tim ricorre alle banche con un credito revolving da 1,7 miliardi

L

Le ultime settimane sono state caratterizzate dal grande movimento sul mercato. La ricerca di liquidità ha spinto in molti, dalle aziende alle istituzioni, a rivolgersi alla cara vecchia Borsa. Lo ha fatto con grande successo il nostro Paese, che ha collocato il nuovo Btp Italia alla cifra record di 22,3 miliardi di

euro. Si tratta del primo bond dedicato interamente a finanziare misure straordinarie per il contrasto degli effetti della pandemia da Covid-19. Sul mercato è andata anche Intesa Sanpaolo, che ha emesso un bond da 1,25 miliardi, la prima emissione senior preferred da una banca italiana dallo scoppio della pandemia, mentre invece alle banche ha fatto ricorso Tim che ha ottenuto un credito revolving da Credit Agricole Cib e un pool di banche per un valore di 1,7 miliardi di euro.

SIMMONS & SIMMONS E DENTONS NEL BTP ITALIA RECORD DA 22,3 MILIARDI

Simmons & Simmons e Dentons hanno assistito i dealers Banca Imi, Bnp Paribas, Mps Capital Services e Unicredit e i co-dealers, Banca Akros, Banca Sella e Iccrea Banca in relazione all'emissione record da 22,3 miliardi di euro del nuovo Btp Italia a cinque anni indicizzato all'inflazione italiana i cui proventi saranno destinati interamente all'adozione di misure straordinarie per il contrasto degli effetti della pandemia da Covid-19. Si tratta della più grande emissione di sempre che segna un record storico di volume per singolo emittente e che batte il precedente massimo storico del 2013, anch'esso attribuibile alla Repubblica Italiana nel contesto del Btp Italia. Il nuovo titolo è stato collocato sul mercato attraverso la piattaforma elettronica MOT di Borsa Italiana in due fasi: la prima fase riservata ai risparmiatori retail; la seconda, successiva, riservata agli investitori istituzionali.

Per Simmons & Simmons, che ha seguito la strutturazione dell'operazione e la predisposizione della documentazione, ha agito un team guidato dalla partner **Paola Leocani**, con la collaborazione delle associate **Ilaria Barone** e **Martina Zito**.



Paola Leocani



Piergiorgio Leofreddi

Dentons ha prestato assistenza alle banche in relazione alla conformità del decreto di emissione al documento di offerta con un team guidato da **Piergiorgio Leofreddi**, coadiuvato da **Matteo Mosca**, e con **Roberta Moscaroli** che, insieme a **Leonardo Grassi**, ha curato gli aspetti fiscali dell'operazione.

La practice

Debt capital market

Il deal

Emissione Btp Italia

Gli studi legali

Simmons & Simmons (Paola Leocani)

Dentons (Piergiorgio Leofreddi)

Le banche

Banca Imi, Bnp Paribas, Mps Capital Services e Unicredit e i co-dealers, Banca Akros, Banca Sella, Iccrea Banca

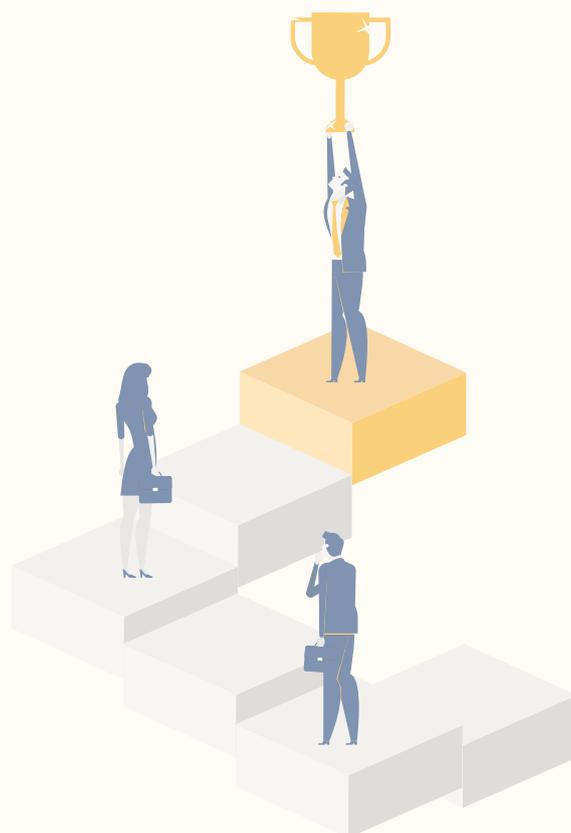
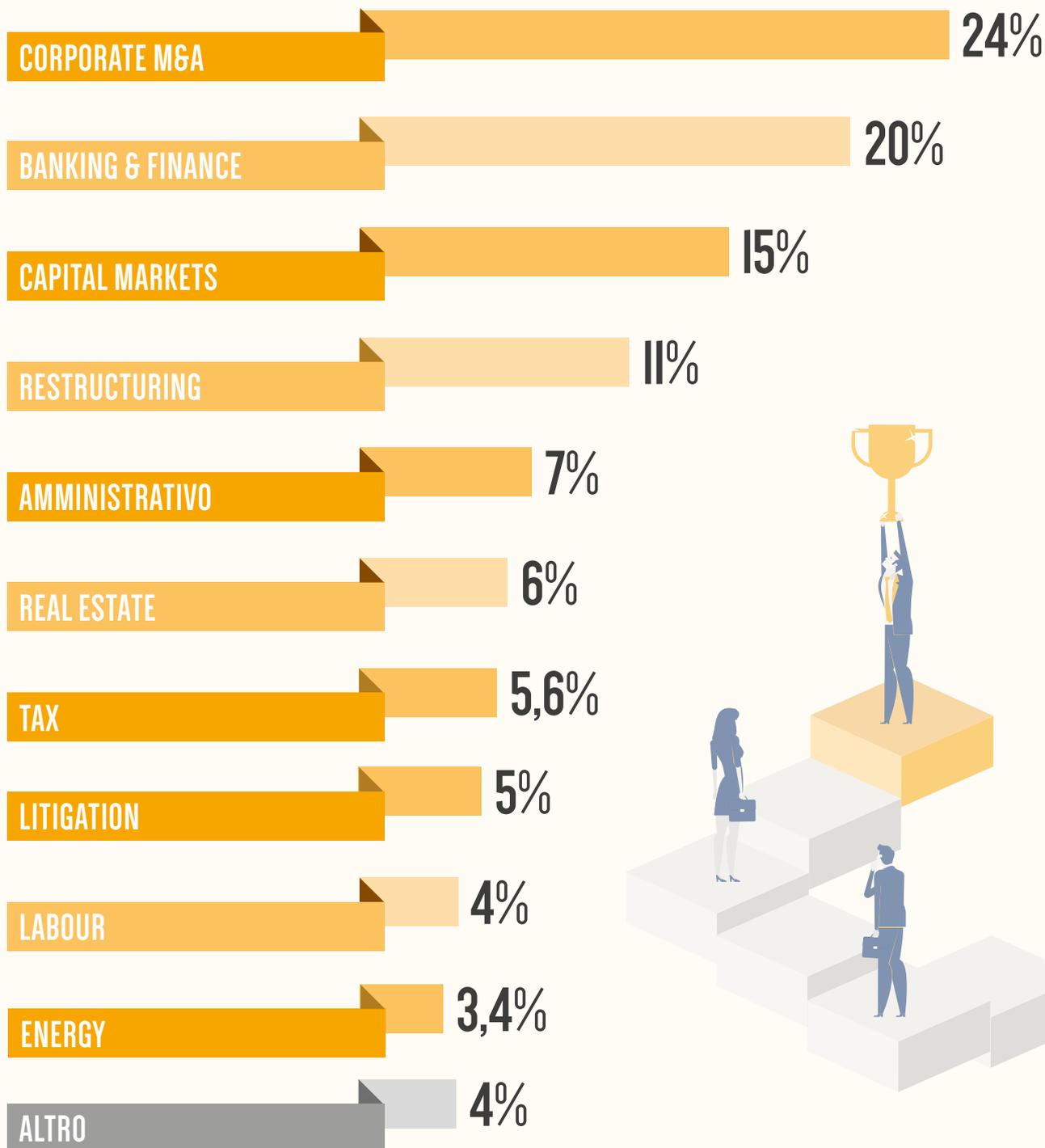
Il valore

22,3 miliardi di euro

CLIFFORD CHANCE NEL NUOVO BOND DA 1,25 MILIARDI DI INTESA SANPAOLO

Clifford Chance ha assistito il sindacato di collocamento nell'emissione di un bond senior preferred unsecured a 5 anni per un valore nominale complessivo pari a 1,25 miliardi di euro da parte di Intesa Sanpaolo. Il sindacato era composto da Banca Imi, BofA, Citigroup, Crédit Agricole, Deutsche Bank, Natixis e Ubs, che hanno curato il collocamento dell'emissione in qualità di joint lead managers. L'operazione, regolata dal diritto italiano, si inserisce all'interno del programma Euro Medium Term Note di Intesa ed è di Covid-19, registrando una forte domanda con

I SETTORI che tirano



Periodo: 19 maggio 2020 - 08 giugno 2020 • Fonte: legalcommunity.it

ordini per oltre 2 miliardi di euro. I titoli, con scadenza 26 maggio 2025, pagano un premio di 245 punti base, riconoscono una cedola annuale fissa pari al 2,125% e saranno quotati sul mercato regolamentato della Borsa del Lussemburgo.

Il team di Clifford Chance che ha assistito gli istituti finanziari sugli aspetti di diritto italiano e inglese è stato guidato dai partner **Filippo Emanuele** e **Gioacchino Foti**, coadiuvati dal senior associate **Jonathan Astbury**, dall'associate **Francesco Napoli** e da **Benedetta Tola**. Per i profili fiscali hanno agito il partner **Carlo Galli** con l'associate **Roberto Ingrassia**.

La practice

Debt capital market

Il deal

Bond da 1,25 miliardi di Intesa Sanpaolo

Gli studi legali

Clifford Chance (Filippo Emanuele, Gioacchino Foti, Carlo Galli)

Le banche

Banca Imi, BofA, Citigroup, Crédit Agricole, Deutsche Bank, Natixis, Ubs

Il valore

1,25 miliardi di euro

ALLEN & OVERY E ORRICK PER LA LINEA DI CREDITO REVOLVING DA 1,7 MILIARDI DI TIM

Allen & Overy ha assistito Crédit Agricole Cib in qualità di global coordinator e un pool di banche finanziatrici in relazione ad una linea di credito revolving a favore di Tim per un ammontare di 1,7 miliardi di euro. Tim è stata assistita da Orrick. Il finanziamento è



Filippo Emanuele



Gioacchino Foti



Simone Davini



Agostino Nuzzolo

strutturato come una linea di credito "bridge to bond" a 12 mesi, con opzione in favore di Tim di estenderne la durata per ulteriori due periodi, ciascuno di 6 mesi.

Il team di Allen & Overy che ha assistito il pool di banche che ha curato il finanziamento è stato guidato dal partner **Pietro Scarfone**, coadiuvato dall'associate **Fabio Gregoris** e dal trainee **Arnaldo Mitola**. Il counsel **Frederic Demeulenaere**, con l'associate **Evangeline Schumacher** e la trainee **Abigail Thompson** hanno curato i profili di diritto inglese, mentre gli aspetti fiscali sono stati seguiti dal senior associate **Elia Ferdinando Clarizia** e dal trainee **Lino Ziliotti**. Orrick ha assistito Tim con un team guidato dal partner **Patrizio Messina**, coadiuvato dall'of counsel **Daniela Pietrini** e dagli associates **Simone Fioretti** e **Beatrice Maffei**.

Per Crédit Agricole Cib ha lavorato un team composto da **Simone Gastaldo**, head of debt optimization and distribution, e da **Mara Mutti**, director. Gli aspetti legali dell'operazione sono stati seguiti dal general counsel **Simone Davini** e da **Angela Dominici**. Sempre sul fronte in house, per Tim hanno agito il general counsel **Agostino Nuzzolo** e la head of legal finance and m&a department **Carla Forcina**.

La practice

Banking & Finance

Il deal

Credito revolving a Tim

Gli studi legali

Allen & Overy (Pietro Scarfone)
Orrick (Patrizio Messina)

I team in house

Credit Agricole Cib (Simone Davini, Angela Dominici)
Tim (Agostino Nuzzolo, Carla Forcina)

Le banche

Credit Agricole Cib (Simone Gastaldo, Simona Mutti)

Il valore

1,7 miliardi di euro

YOUNITED CREDIT: dal Covid-19 una spinta ai prestiti digitali



TOMMASO GAMALERI

La fintech prevede di conquistare sempre più spazio anche grazie al cambiamento di mentalità nei servizi finanziari. Il ceo per l'Italia, Tommaso Gamaleri, racconta i piani di sviluppo

Le conseguenze sociali e culturali del coronavirus Covid-19 stanno cambiando (hanno cambiato) in maniera irreversibile la mentalità degli italiani in materia di servizi finanziari. Abbiamo affrontato il tema, negli ultimi mesi, da varie angolazioni, parlando di banche completamente digitali, pagamenti *cashless*, app per gestire ogni operazione finanziaria interamente dallo smartphone, prestiti alle imprese e factoring e, ovviamente, e-commerce. Siamo diventati (finalmente) un Paese digitalizzato. E il credito al consumo non fa eccezione: si può chiedere un prestito personale senza muoversi da casa.

Younited Credit è una fintech attiva nell'ambito del credito al consumo dal 2011 e presente nei principali mercati dell'Europa continentale: Francia (dove è nata), Italia (secondo mercato, dove è sbarcata nel 2016), Spagna, Portogallo e Germania. Alla fine del marzo scorso il gruppo impiegava 350 dipendenti, 90 dei quali in ricerca e sviluppo tecnologico e *data analysis*. Oltre ai fondatori e al top management, l'azionariato vede il gruppo bancario e assicurativo Crédit Mutuel ARKEA, l'operatore di private equity Eurazeo e il fondo sovrano francese Bpifrance. Sinora il gruppo ha raccolto oltre 150 milioni. E, secondo indiscrezioni, prima della chiusura dell'anno in corso potrebbe tornare sul mercato per un mini-round di finanziamento.

Tommaso Gamaleri è il ceo in Italia di Younited Credit. E in questa intervista spiega quali sono i piani di sviluppo del gruppo e quale impatto sta avendo il periodo di autoisolamento e distanziamento sociale dovuto all'emergenza sanitaria.

Qual è il business model di Younited Credit?

Coniughiamo l'esigenza dei privati di finanziare i consumi con l'interesse degli investitori a individuare fonti di rendimento nuove e diversificate. I prestiti ai privati, infatti, confluiscono all'interno di fondi alternativi accessibili a investitori istituzionali e professionali, come assicurazioni, fondi pensione, banche, enti non-profit, fondi di investimento, family office e *high net worth individuals*.

Cosa vi differenzia dalle altre piattaforme che erogano credito?

Abbiamo una licenza bancaria, quindi abbiamo a disposizione l'intero spettro di azione che hanno le banche di credito al consumo tradizionali. Al centro del modello di business c'è la piattaforma digitale di credito: individui e famiglie possono richiedere un prestito personale in modalità 100% online e *paperless*.

Quali sono i numeri dei prestiti erogati?

Al marzo scorso avevamo concesso oltre trecentomila prestiti, per un valore complessivo di circa 1,6 miliardi. Concediamo prestiti che oscillano tra mille e cinquantamila euro, con una durata da un minimo di sei mesi a un massimo di sette anni.

E in Italia?

Sinora abbiamo erogato prestiti compresi fra tremila e cinquantamila euro, ma stiamo ragionando anche su tagli più piccoli, di qualche centinaio di euro, un servizio che già esiste in Francia.

Quali sono le dimensioni dei prestiti personali in Italia?

Il mercato complessivamente ammonta a 25-27 miliardi l'anno, di cui il 4-5% sinora riguardava

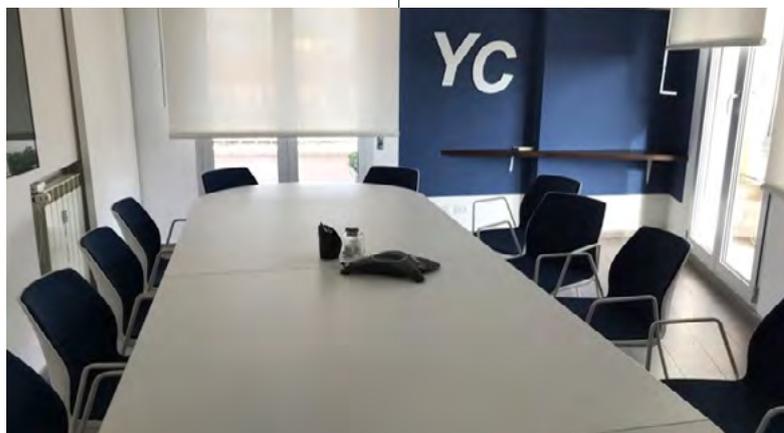
piattaforme online, ovvero circa 1 miliardo. Younited Credit ha una quota di mercato del 10-12%: in quattro anni abbiamo erogato oltre 300 milioni di euro.

Quante domande ricevete?

Riceviamo fino a 6mila richieste in un mese standard, con picchi di 2-300 giornalieri, persino 500 quando lanciamo iniziative promozionali, come i tassi allo 0,07% e allo 0,01%. Dal 2016 abbiamo erogato circa un milione di euro in crediti a tasso zero.

Utilizzate algoritmi e intelligenza artificiale per selezionare i debitori affidabili?

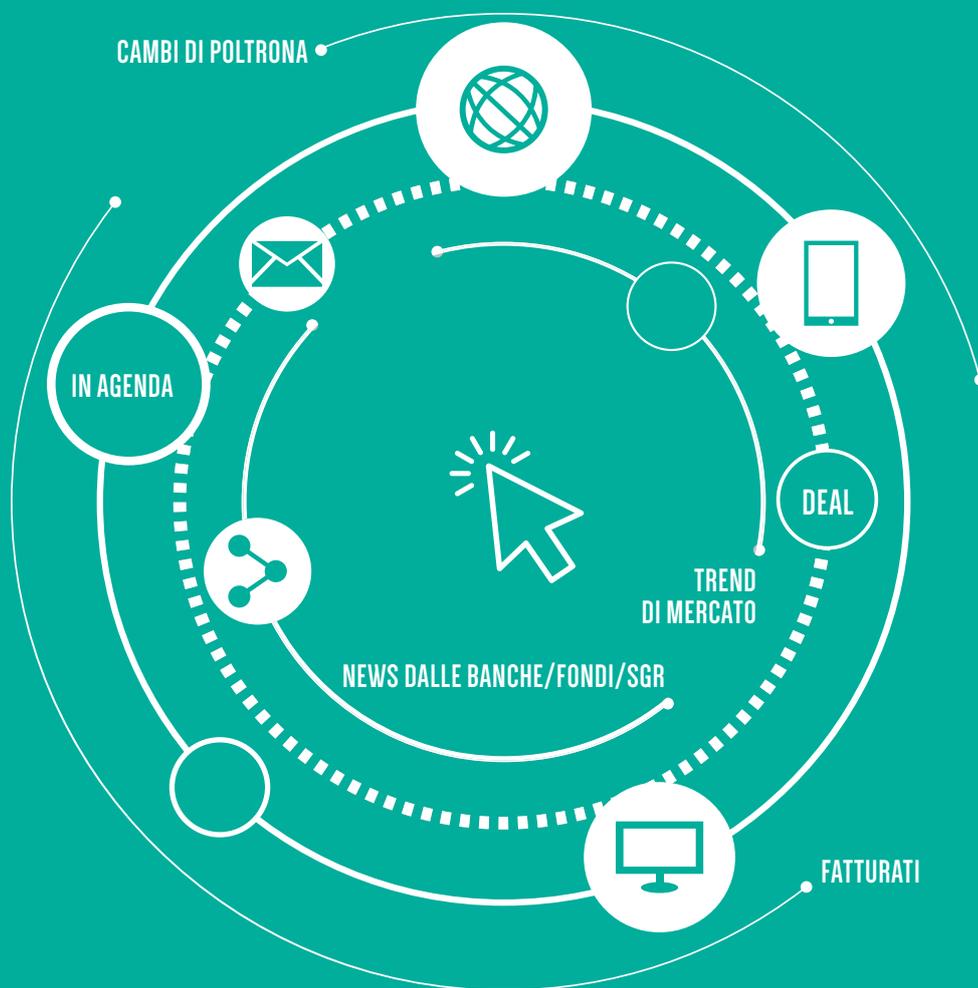
L'Italia ha un'enormità di informazioni creditizie: Bankitalia, Crif, Experian, il Consorzio tutela credito. Noi abbiamo un algoritmo proprietario che ci aiuta a fare "scouting" in quella mole di dati nel momento in cui dobbiamo associare il profilo del richiedente al prezzo, muovendoci attorno al tasso di mercato: se attualmente il Taeg medio è pari al 9%, noi ci attestiamo attorno al 7%, ma possiamo scendere al di sotto del 5% o salire al 12-13%





FINANCECOMMUNITY

Il primo strumento di informazione completamente digitale
sui protagonisti del mercato Finanziario in Italia



Seguici anche
sui nostri canali social



Iscriviti alla newsletter
e resta in contatto



www.financecommunity.it



IL TEAM DI YOUNITED CREDIT

in base al profilo. E diamo ai richiedenti un esito immediato direttamente sul nostro sito.

Quali obiettivi vi ponete per quest'anno?

Vogliamo mantenere l'erogato in tripla cifra. È difficile fare previsioni puntuali, ma il mercato, secondo me, perderà il 30% circa, scenderà a 20 miliardi; tra marzo e aprile ha registrato una contrazione di oltre il 50%. È vero, le famiglie hanno bisogno di credito, ma, in questa fase di incertezza, hanno posticipato i progetti di spesa. Il mercato online, intendo quello interamente digitale, secondo noi aumenterà del 20-40%. I nostri volumi hanno registrato un calo secco nei primi dieci giorni di lockdown, ma già ora siamo tornati ai livelli di gennaio.

Cosa frena gli italiani nel chiedere un prestito interamente online?

Secondo il nostro osservatorio, un italiano su quattro vorrebbe chiedere credito tramite un processo totalmente digitalizzato. Il mercato è pronto e lo spazio per crescere è enorme. È prevalentemente un tema di abitudine della domanda, che sinora è stata canalizzata verso le banche tradizionali e le finanziarie, che hanno una rete fisica.

E il Covid-19 come sta incidendo sulla mentalità degli italiani?

Giorno per giorno vediamo abbiamo visto crescere le richieste. I nostri clienti in media hanno 40-45 anni, sono prevalentemente in smart working e hanno familiarità con gli strumenti digitali. Inoltre, dai siti di comparazione ci

arrivano domande di prestiti in numero sempre crescente. Banche e assicurazioni ci chiedono di avere il nostro prodotto sulle loro piattaforme.

E agli istituzionali cosa offrite?

Attraverso i fondi alternativi di debito possono investire in un'asset class che consente di diversificare i portafogli. I fondi di investimento gestiti da Younited sono focalizzati per Paese: il fondo FCT Younited France è stato lanciato a ottobre 2013; quello sui prestiti erogati in Italia, FCT Younited Italy, nel febbraio 2018. Attraverso un sistema di cartolarizzazione, i fondi investono nei prestiti selezionati ed emessi dalla piattaforma. Al marzo scorso il portafoglio del fondo Italy era composto da oltre 11mila prestiti, quello France da 67mila. (m.g.)

Parla Giovanni Revoltella, partner del private equity svizzero. Obiettivo aprire un ufficio in città entro l'anno

di laura morelli

CAPVIS, ROTTA SU MILANO

Se da questa parte delle Alpi il Covid-19 e il conseguente lockdown hanno congelato gran parte dell'attività dei private equity, delle aziende e dei vari player del mercato, al di là delle Lepontine, in Svizzera, la vita non si è fermata. Non che la regione sia stata immune al coronavirus: nel Paese si sono registrati 30mila contagiati e 1.900 morti e fin da fine febbraio il governo ha deciso delle misure di contenimento, come la chiusura delle attività non essenziali e dei confini, e il telelavoro per i soggetti più a rischio, ma non ha chiuso in casa i cittadini, confidando sul buonsenso delle persone e su «un sistema sanitario efficiente e pronto a gestire la situazione», racconta a MAG **Giovanni Revoltella**, partner di Capvis, private equity nato in Svizzera nel 1990 con all'attivo investimenti per 3,5 miliardi di euro in tutta Europa, Italia compresa.

«Non ci siamo mai fermati - continua Revoltella, in collegamento dal suo ufficio di Baar, a 34 chilometri circa da Zurigo, dove ha sede il fondo - l'ufficio è sempre rimasto aperto e se all'inizio chi voleva poteva lavorare da casa, da fine aprile siamo rientrati praticamente tutti, con la flessibilità di due giorni di smart working da casa alla settimana». Parliamo di circa 30 persone operative dalla Svizzera, su un totale di 50, di cui nove partner.

PRESENZA INTERNAZIONALE



A oggi, in Italia, il fondo ha investito in aziende come Arena, acquisita nel 2014 e tuttora in portafoglio, Gotha Cosmetic, società del b2b che realizza prodotti in conto terzi per brand della cosmetica e make-up negli Stati Uniti e in Europa e Easter, società che fa componentistica di precisione per trattori ceduta nel 2018 per 430 milioni alla statunitense Helios Technologies (allora Sun Hydraulics Corporation). E l'obiettivo è rafforzarsi ancora di più in Italia, e in particolare Milano, dove Capvis punta ad aprire un ufficio entro la fine dell'anno.

La decisione era stata presa da tempo, vale ancora oggi con un'epidemia in corso?

Ovviamente stiamo monitorando la situazione. Covid-19 permettendo, per noi il progetto è ancora valido e ci stiamo lavorando. L'Italia è stata scelta a tavolino, alcuni anni fa, come

naturale estensione della nostra strategia perpetuata dagli anni '90 dapprima in Svizzera e poi in paesi di lingua tedesca. Abbiamo scelto di mantenere l'investment team in Svizzera anche se io e i miei colleghi visitiamo regolarmente società italiane.

Perché aprire un ufficio a Milano?

Un ufficio è importante perché ci consente di avere un luogo per incontrare imprese e advisor e consolidare le relazioni, cosa più difficile a distanza e che Zoom, per quanto pratico, non riesce ancora a fare. Per noi crescere in Italia significa essere presenti e vicini alle imprese, alle banche, alle boutique di consulenti e ai manager o membri dei consigli di amministrazione che vogliono investire con noi. Vogliamo creare un network di persone che ci sono vicine e che possono aiutarci a sviluppare le società in portafoglio a tutti i livelli.



FINANCECOMMUNITYWEEK

LC PUBLISHING GROUP

SAVE THE DATE

16-20

NOVEMBER 2020

MILAN

2nd EDITION

Platinum Partner

CHIOMENTI

Gold Partner



Nctm

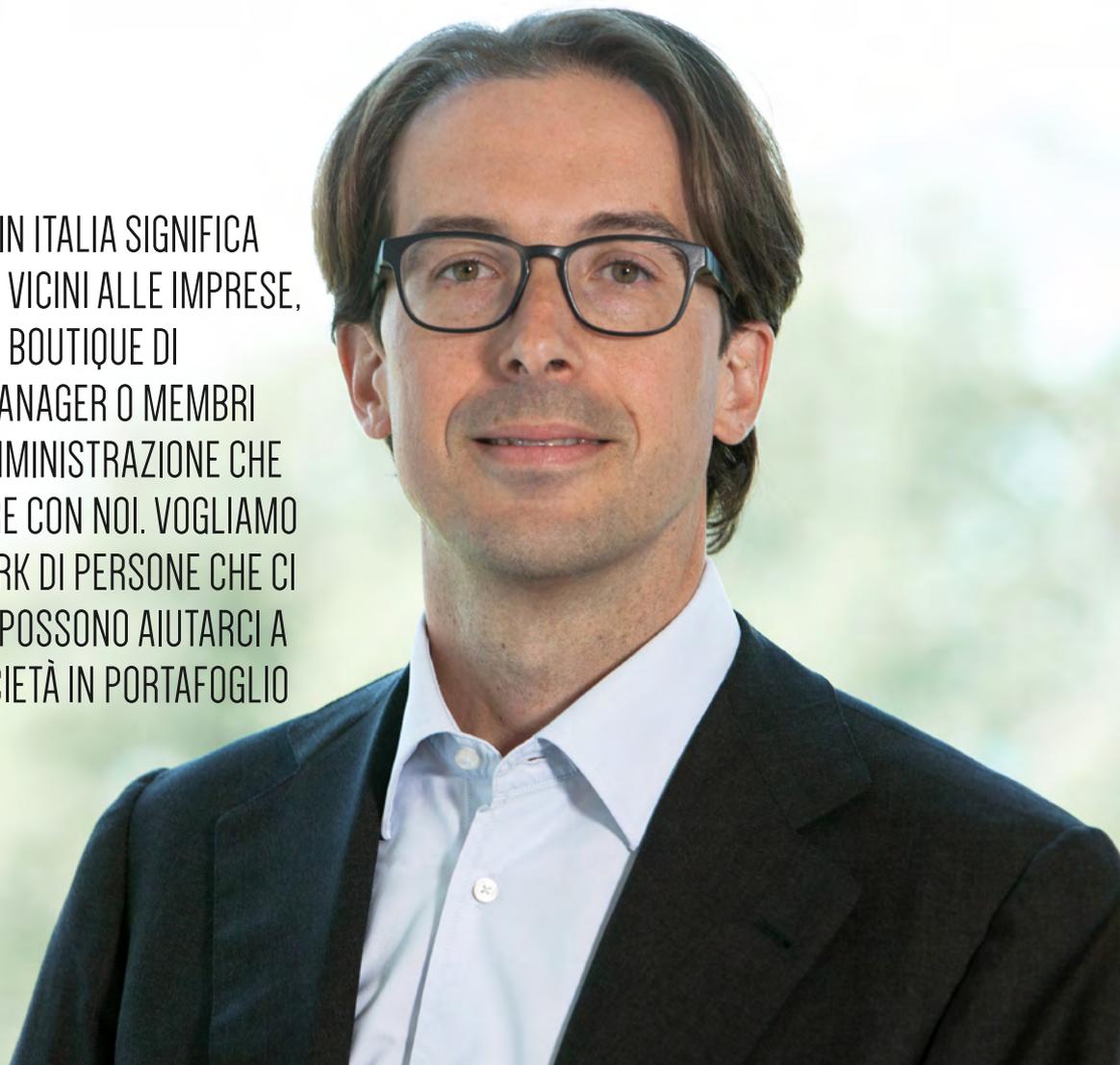
#financecommunityweek



For information: helene.thiery@lcpublishinggroup.it • +39 02 84243870

PER NOI CRESCERE IN ITALIA SIGNIFICA ESSERE PRESENTI E VICINI ALLE IMPRESE, ALLE BANCHE, ALLE BOUTIQUE DI CONSULENTI E AI MANAGER O MEMBRI DEL CONSIGLI DI AMMINISTRAZIONE CHE VOGLIONO INVESTIRE CON NOI. VOGLIAMO CREARE UN NETWORK DI PERSONE CHE CI SONO VICINE E CHE POSSONO AIUTARCI A SVILUPPARE LE SOCIETÀ IN PORTAFOGLIO A TUTTI I LIVELLI

GIOVANNI REVOLTELLA



Perché puntare sull'Italia, che potenzialità ha il mercato per voi?

Le aziende italiane di eccellenza, si accorsero i miei partner di Capvis già prima del mio arrivo, sono spesso le concorrenti più agguerrite nelle nicchie di mercato dove operano società svizzere e tedesche, ad esempio nella componentistica di precisione. Pertanto la proposta, sei anni fa, di investire in società b2b industriali italiane trovò subito terreno fertile. Le società imprenditoriali italiane hanno saputo creare nel tempo dei modelli di business vincenti, a cui noi vogliamo dare – come Capvis - le ali per diventare leader a livello globale, andando magari a comprare il concorrente europeo piuttosto che americano nel loro settore. Il mercato italiano per Capvis è pertanto una fonte importante della nostra pipeline di opportunità, ogni anno delle circa 120 società italiane che analizziamo, in sei o sette opportunità saremmo molto interessati di investire, con l'obiettivo di realizzarne una ogni 12-18 mesi.

Vista dalla Svizzera, l'Italia che impressione fa?

Esiste un grandissimo rispetto tra i miei colleghi o esperti industriali, se non talvolta incredulità, per quello che le imprese italiane sono riuscite a raggiungere, molto spesso con minori risorse delle "cugine" nord-europee. Il mercato del private equity italiano segue logiche talvolta diverse rispetto ad altri Paesi in cui operiamo, per l'avversione espressa da parte di alcune famiglie, ma anche fondi di private equity, per le aste competitive. Le istituzioni italiane hanno talvolta saputo facilitare il nostro lavoro, un esempio su tutti: chiarendo i paletti per il trattamento fiscale dei co-investimenti dei manager nelle nostre operazioni, che resta materia ancora molto poco chiara in altri paesi. Altre volte lo hanno reso più enigmatico. Ricordo un fine settimana - di poche settimane fa - passato a decifrare un provvedimento governativo per capire se potevamo aprire o meno lo stabilimento di una società italiana ... il lunedì.

»»»



FINANCECOMMUNITY AWARDS

6[^] Edizione

SAVE THE DATE
19.11.2020

ORE 19.15 • MILANO

Partners

 **CARNELUTTI**
LAW FIRM

CHIOMENTI

CLEARY GOTTLIEB



Gatti Pavesi Bianchi

 **GIANNI-ORIGONI
GRIPPO-CAPPELLI
PARTNERS**

 **GreenbergTraurig
Santa Maria**



LATHAM & WATKINS

Legance
AVVOCATI ASSOCIATI


orrick

**+simmons
simmons**

Sponsor

 **Accuracy**
in excellent company

**INTRA
LINKS**

#FinancecommunityAwards

Per informazioni: francesca.daleo@lcpublishinggroup.it • +39 02 84243870



GIOVANNI REVOLTELLA

OGGI MOLTO PIÙ DI PRIMA I PRIVATE EQUITY DEVONO ESSERE IN GRADO DI ANDARE DALL'IMPREDITORE CON UN BACKGROUND DI ESPERIENZE E COMPETENZE CHE RIGUARDANO IL SUO SPECIFICO BUSINESS E CHE CONSENTONO DI CONOSCERLO BENE. IN QUESTO MODO SI RIUSCIRÀ A CONQUISTARE LA SUA FIDUCIA E DAVVERO AD AIUTARLO A CRESCERE NEGLI ANNI A VENIRE

Come è cambiata negli anni?

Quello che è cambiato nel corso degli anni è un'attenzione particolare alla competenza tecnologica delle società in cui investiamo, nelle quali – pur in ambiente b2b industriale – cerchiamo di capire la predisposizione a uno sviluppo di componenti software, oltre che della competenza hardware/componentistica. In generale, e questo invece è rimasto immutato nel tempo, la strategia che applichiamo consiste nell'investire in aziende che hanno l'ambizione di diventare market leaders in settori di nicchia e a livello globale (li chiamiamo appunto "Global niche market leaders"), nel loro ambito di riferimento. Vogliamo affiancare le imprese fornendo loro un supporto duraturo, aiutandole nella ricerca dei talenti e nell'implementazione delle loro competenze tecnologiche anche in nuovi ambiti.

Avete intenzione di lanciare altri fondi in altre asset class come stanno facendo ora molti vostri colleghi?

Al contrario di altre realtà, abbiamo sempre avuto un fondo di buyout attivo che è il nostro main fund, non abbiamo strategie parallele o altre attività e per il momento continuiamo così.

Capvis è operativo dal 1990, avete una grande storia dietro, quale è la vostra strategia di investimento?

Capvis ha una storia interessante, nasce all'inizio degli anni '90 come private equity all'interno del perimetro di Ubs con l'idea di aiutare finanziariamente le imprese svizzere a svilupparsi nel mondo e in particolare verso l'Asia, considerata la dimensione ridotta del mercato domestico, e quindi crescere. Successivamente, nel 1999, i soci hanno acquisito le quote rendendo il fondo indipendente. Da allora, con il primo fondo di 310 milioni di franchi, oggi siamo operativi con il Fondo V che a fine 2018 ha chiuso la raccolta a 1,2 miliardi di euro e finora è investito per circa la metà in cinque aziende.

Quali sono le vostre operazioni?

Solitamente facciamo deal con equity investment a partire dai 50 milioni fino ai 150 milioni, ai quali si aggiunge la possibilità per gli investitori di co-investire per una quota di minoranza, il che ci consente di alzare l'asticella e gestire l'investimento a seconda della grandezza dell'azienda. In Italia ci sono aziende anche più piccole, noi guardiamo generalmente a quelle che vanno dai 50-70 ai 300 milioni di fatturato.

In che settori?

Noi siamo nati generalisti e ciò che ci ha guidato è stata soprattutto la geografia. Partendo dalla Svizzera, abbiamo ampliato il raggio d'azione a Germania, Austria e Italia fino al Benelux per completare quello che noi chiamiamo il "corridoio industriale d'Europa". Con il tempo infatti abbiamo iniziato a investire in filoni, e tre in particolare sono quelli dove abbiamo capito di avere le maggiori competenze, e cioè l'automazione industriale, campo in cui opera ad esempio Faster, l'healthcare, e in particolare su realtà con una spiccata competenza tecnologica, ad esempio Amann Girrbach, azienda austriaca fornitrice e innovatrice nella protesica dentale digitale, e l'advanced services e software, tutti nel b2b. In generale credo che quello dei filoni sia il futuro del private equity.

Perché?

Oggi molto più di prima i private equity devono essere in grado di andare dall'imprenditore con un background di esperienze e competenze che riguardano il suo specifico business e che consentono di conoscerlo bene. In questo modo si riuscirà a conquistare la sua fiducia e davvero ad aiutarlo a crescere negli anni a venire. In aggiunta, noi che abbiamo

**CAPVIS
IN CIFRE**

14

**LE SOCIETÀ IN
PORTAFOGLIO**

3

**LE AZIENDE
ITALIANE**

50

**IL TEAM
DI CAPVIS**

9

I PARTNER

3,5

**MILIARDI DI EURO
GLI INVESTIMENTI
REALIZZATI**

1,2

**MILIARDI DI EURO
LA RACCOLTA DEL
FONDO V CHIUSA A
FINE 2018**

una storia di fondo geografico pensiamo di sapere gestire bene il tema della governance, che rimane essenziale per qualunque fondo in qualunque tipo di operazione.

**Maggioranze o anche
minoranze?**

In generale, gli investimenti che facciamo sono tutti in maggioranza. Vogliamo lavorare con imprenditori che hanno realmente la volontà di cambiare le loro società, per questo prediligiamo delle partnership con loro, i quali restano in azienda e contribuiscono al cambiamento, per quanto non sia facile a causa della ben nota "sindrome del controllo". A tal proposito una modalità che utilizziamo spesso è quella di far restare l'imprenditore in minoranza il quale, dopo l'eventuale quotazione dell'azienda e la nostra uscita, resta azionista di riferimento per il mercato dei capitali. È una formula che funziona molto bene.

**Come vi comportate una volta in
azienda?**

Portiamo innanzitutto talento e contatti, che possano ampliare il respiro aziendale. Partendo dalle risorse più adatte avviamo lo sviluppo internazionale: le risorse giuste e la loro corretta alchimia sono l'elemento principale per il successo in una nostra operazione. Trovare le persone giuste è una delle parti più importanti del mio mestiere, per questo per noi è fondamentale è avere un network che aiuti nella ricerca delle giuste competenze. In generale la gestione delle aziende e del fondo avvengono con un tipico approccio svizzero: ci muoviamo con cautela e una volta presa una decisione e avviato l'investimento, lo portiamo avanti nel tempo e con decisione. ■



FACTORING, PROSPETTIVE PER LA SVOLTA

La cessione dei crediti commerciali è un sistema per le pmi per recuperare liquidità senza debito. Oggi solo un terzo del totale viene servito. Ma il fintech e la congiuntura potrebbero dare la giusta spinta al settore

Soldi, e subito. Non solo le imprese italiane, a causa del prolungato periodo di lockdown, hanno bisogno di tanta liquidità per andare avanti e fronteggiare la crisi - Confindustria stima fino a 80 miliardi per questi tre mesi - ma ne hanno bisogno in tempi brevi. Stando a una recente ricerca di Cribis, società di servizi per la gestione del credito, e Workinvoice, piattaforma di invoice trading cioè di anticipo delle fatture, il 70% degli imprenditori intervistati ha dichiarato che la propria azienda esaurirà la liquidità entro 90 giorni. In particolare, di queste, l'11% delle imprese l'ha già esaurita, il 32,4% la esaurirà in un mese e il 29,8% entro tre mesi. È evidente che per risolvere la questione ed evitare il fallimento delle pmi italiane servono strumenti che consentano di erogare liquidità il più rapidamente possibile, come ad esempio la cessione del credito commerciale.

Continuiamo dunque con il factoring, il viaggio iniziato nel numero precedente di MAG con i minibond e le cambiali finanziarie tra gli strumenti di finanza alternativa a quella bancaria che potrebbero correre in soccorso delle imprese in questa nuova, terribile, crisi economica.

La cessione del credito commerciale consiste nella possibilità per un'azienda creditrice, spesso una piccola e media impresa, di cedere un credito vantato nei confronti di un'altra azienda o della pubblica amministrazione a fronte della fornitura di beni o servizi. L'acquirente è un factor, intermediario che anticipa liquidità al cedente a fronte della cessione del credito, garantendo così liquidità nel giro di pochi giorni e senza che l'azienda debba ricorrere al debito. Negli ultimi anni il ricorso a questo tipo di finanziamento è aumentato in maniera importante grazie a una serie di fattori, primo fra tutti il fintech, rivelandosi una risorsa strategica per le aziende di filiera che hanno difficoltà a ottenere il sudato pagamento delle fatture. In Italia, infatti, le pmi in modo particolare sono le più colpite dal credit crunch e sperimentano tempi di pagamento che non hanno paragoni in Europa: il tempo medio Italia per le transazioni b2b è di 90 giorni, contro i 50 in Europa e i 20 della Germania.

Il settore è ancora piccolo rispetto alla mole di crediti presenti nel sistema, ma questo potrebbe essere il momento giusto e una leggera spinta potrebbe arrivare con il Decreto Liquidità che ha esteso le garanzie pubbliche targate Sace anche ai crediti commerciali ceduti alle società di factoring. Un passo in avanti anche se solo a metà, anzi per un quarto: lo scudo statale vale infatti solo per le operazioni realizzate pro solvendo, ossia con garanzia di solvenza in capo all'impresa cedente, che stando ai dati Assifact corrispondono a circa il 23% del giro d'affari totale del comparto, cioè 255 miliardi nel 2019. «È positivo il fatto che stiamo aprendo gli occhi anche sul credito commerciale, che è la linfa per le aziende», commenta a **MAG Matteo Tarroni**, ceo e fondatore assieme a **Fabio Bolognini** di Worikinvoice. «Non è chiaro però perché le garanzie debbano escludere le operazioni con cessione integrale del rischio di credito, che sono le più utilizzate dalle pmi. Mi sembra sempre che queste misure siano squilibrate nei confronti delle aziende più piccole». Così come un elemento di squilibrio è il divieto di cessione dei crediti commerciali incluso in certi tipi di contratti di fornitura, soprattutto se riguardano grandi multinazionali.

PIÙ SOLUZIONI

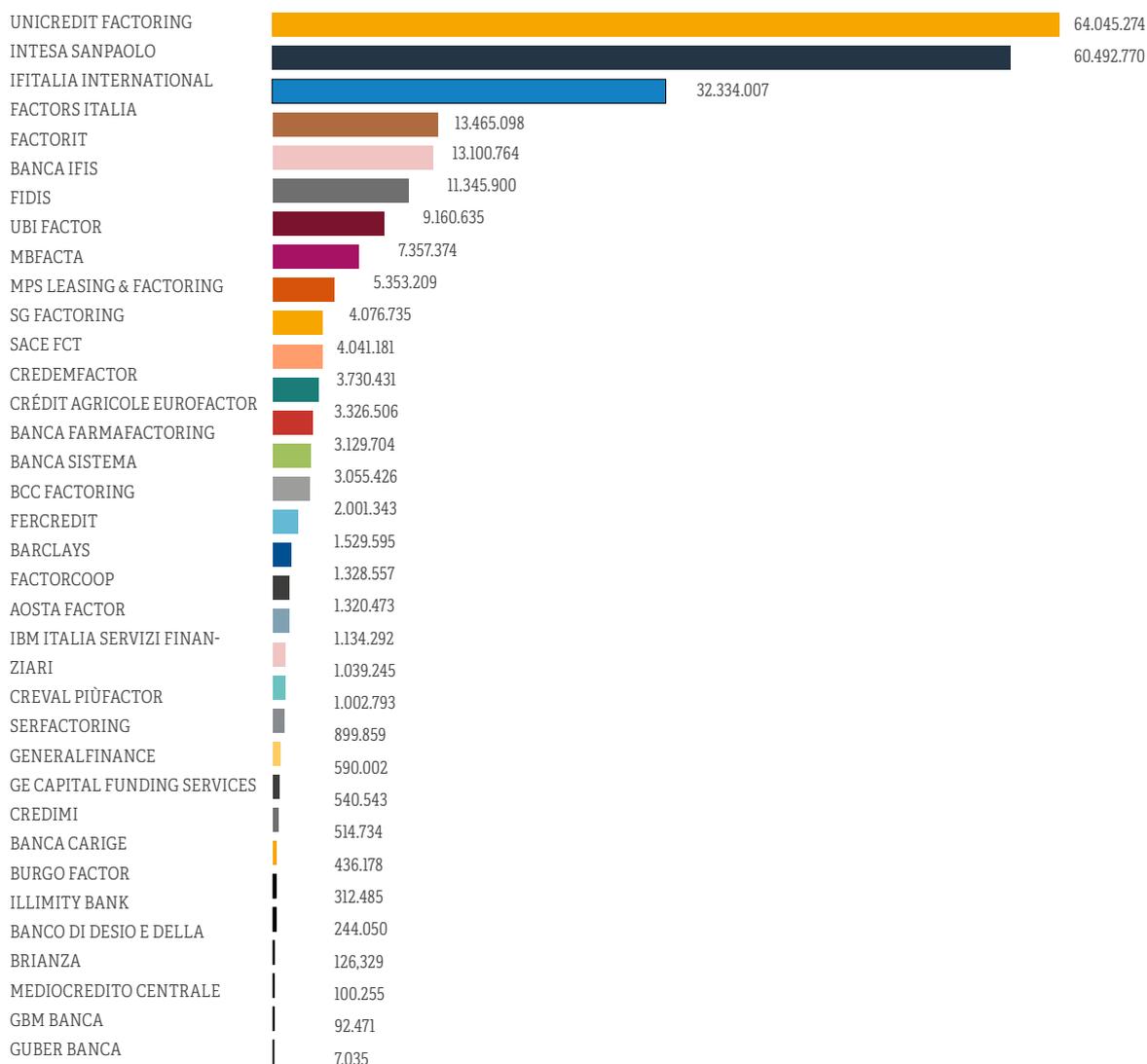
A oggi il mercato dei crediti commerciali vale 150 miliardi di euro, circa un terzo degli oltre 480 crediti commerciali totali, stando ai dati del Politecnico



MATTEO TARRONI

di Milano ([si veda il box](#)). Le potenzialità dunque sono molte e secondo Tarroni, questa crisi potrebbe accelerare la crescita del comparto: «Nelle ultime otto settimane - spiega - l'e-commerce è cresciuto quanto gli ultimi dieci anni, anche il factoring sta crescendo e questo potrebbe essere il momento giusto». Anche perché oggi il mercato è diventato sempre più sofisticato e l'offerta di prodotti si è ampliata, andando incontro alle varie esigenze delle imprese. «La cessione del credito commerciale è di per sé un mercato molto ampio - osserva Tarroni - che si è evoluto grazie alle innovazioni introdotte dal fintech. In particolare si sono sviluppati dei prodotti che abbiamo visto essere più adatti alle pmi». Fra questi, spiega, c'è ad esempio «lo spot factoring: a differenza del factoring tradizionale che vincola i cedenti con contratti molto lunghi, questo tipo di factoring consente all'impresa di scegliere quali e

Turnover cumulativo: grafico delle quote di mercato (in milioni di euro)



Fonte: Assifact

quanti crediti cedere, per quali importi e quali tipi di clienti, dando quindi più flessibilità». Poi c'è il cosiddetto dynamic discounting, che consente alle aziende capofiliera di intervenire nella supply chain acquisendo a sconto le fatture prima della scadenza. «È un comparto che richiede un massiccio uso della tecnologia perché i prezzi possono cambiare anche giorno per giorno», dice Tarroni. Infine, il reverse factoring: se nel "normale" factoring è il creditore a rivolgersi a un intermediario chiedendo l'anticipo sui

crediti, nel reverse factoring è l'azienda debitrice che propone l'operazione di factoring, assumendosi il rischio. Oggi, inoltre, «sta prendendo piede anche la dilazione del pagamento, attraverso il quale, tramite un intermediario, il cliente chiede ai fornitori delle dilazioni temporanee». La cessione del credito per Tarroni «è ormai uno strumento noto e testato, negli anni sono aumentate le soluzioni ma anche la consapevolezza da parte delle imprese in parte per la presenza di più operatori sul mercato e per una maggiore attività di divulgazione», sottolinea il

»»»



M&A AI TEMPI DEL COVID-19: IMPATTI E STRATEGIE

LUNEDÌ 22 GIUGNO 2020
ORE 17:00

REGISTRATI

INTERVENGONO*:



Luca Bucelli
Managing Director
e Country Head Italy
Tikehau Capital



Michele Marocchino
Managing Director
Lazard



Francesco Magri
Head of M&A e Corporate
Finance Italy
J.P. Morgan



Mauro Roversi
Partner e Chief Investment Officer,
Ambienta

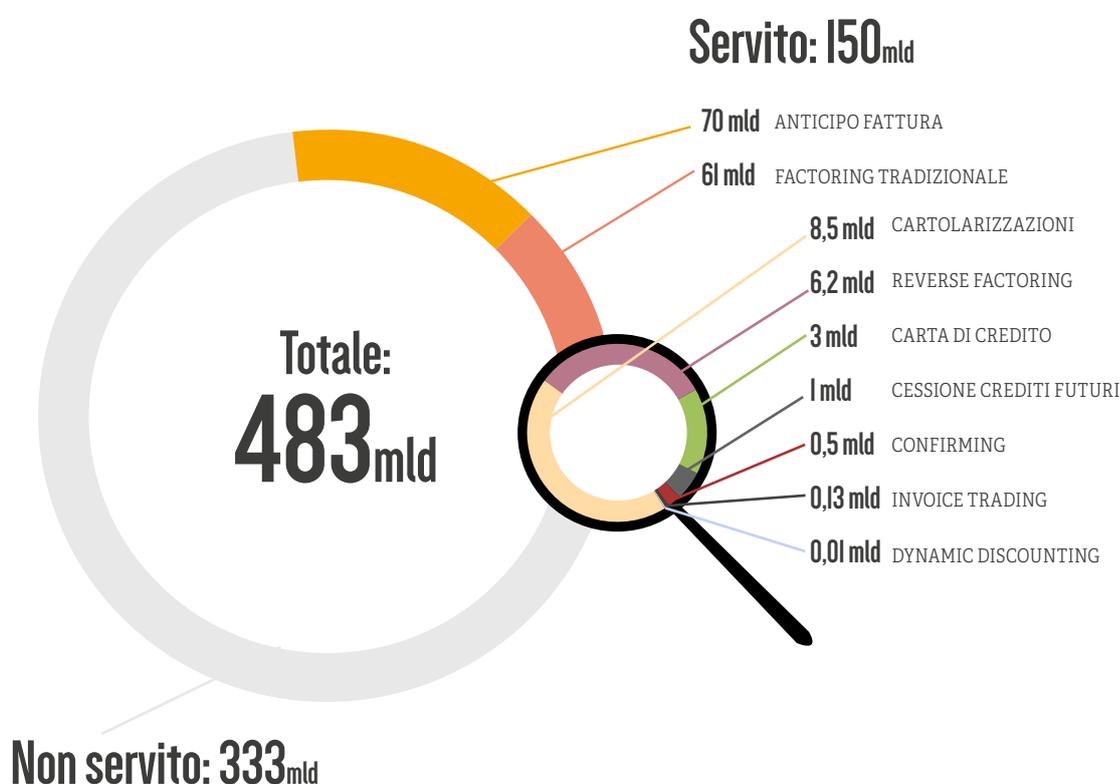
MODERA



Laura Morelli
Capo servizio
Financecommunity e MAG



Il mercato dei crediti commerciali



Dati: Politecnico di Milano

ceo di Workinvoice, che si dice ottimista sul futuro del settore: «Dal canto nostro, nel primo trimestre l'attività è cresciuta dell'80%, per poi arenarsi ad aprile a causa delle incertezze che hanno frenato gli investitori. Ora l'attività è ripartita. L'esigenza c'è, la vediamo, le richieste da parte delle imprese anche e pure gli strumenti», dice. L'unico grande limite è però ancora «il divieto di cessione presente in molti contratti».

IL NODO DIVIETO

A oggi infatti molte grandi aziende «vietano alle piccole la cessione dei crediti con clausole ad hoc nei contratti». Una pratica utilizzata ad esempio per ovviare a rischi occulti nelle fatture - «che oggi con la fatturazione elettronica non ci sono più», osserva Tarroni - e che alle volte sembrano uno stratagemma per non erodere la capacità del

credito dell'azienda cliente. Spesso infatti sono le multinazionali che vietano ai fornitori la cessione del credito, la quale, se pro soluto, implicherebbe un passaggio in comitato rischi dell'azienda e quindi una potenziale ricaduta su tutta l'attività. Senza contare il fatto che ad alcune delle grandi corporate fanno capo società di factoring proprietarie. A oggi non esistono dati sull'entità di queste clausole ma, spiega Tarroni, «sappiamo che queste sono introdotte nei contratti di fornitura di gran parte della gdo alimentare, nelle multinazionali dell'energia e dell'automotive». E che il Regno Unito, che nel 2015 ha emanato una legge per rendere inefficaci queste clausole, ha calcolato un risparmio per le aziende di un miliardo di sterline in interessi e commissioni ai finanziatori. Per Tarroni, dunque, «eliminare queste clausole, anche andando in deroga fino a fine 2021, aumenterebbe la possibilità per tutte le pmi di cedere le fatture agli intermediari».

FATTURA ELETTRONICA E CONTESTO UE

Considerando queste premesse, quale potrà essere lo sviluppo del business? Per Tarroni ci sono alcuni trend chiari, il primo è «lo sviluppo tecnologico» grazie alla fatturazione elettronica. In particolare, evidenzia, «una possibile evoluzione del mercato deriverebbe dall'integrazione tra le piattaforme che consentono il factoring con quelle che gestiscono le fatture elettroniche, in modo che queste ultime posano confluire direttamente nelle prime riducendo notevolmente tempi e costi». Sempre sul fronte tecnologico, «uno scenario futuro è la collaborazione tra piattaforme europee di factoring».

Ora esiste un'asimmetria regolamentare tra paesi che impedisce la crescita di gruppi paneuropei, «la tendenza è quindi di offrire ai clienti un network di piattaforme dove ognuna mantiene la sua specificità ma si crea un canale privilegiato utile per quelle imprese che hanno clienti in tutta Europa». In questo senso, anticipa Tarroni, siamo a lavoro per una collaborazione con una realtà in Spagna e non escludiamo di ampliarne altre in futuro». Un terzo elemento riguarda le banche locali che per Tarroni «potrebbero essere il vero game changer». Queste hanno infatti clienti, quindi capacità di origination ma non hanno il prodotto: «Stanno iniziando a capire che i clienti vogliono i prodotti digitali e che solo tramite acquisizioni o collaborazioni con il fintech possono fornirglielo». (l.m.)

LA PROSPETTIVA

UN POTENZIALE DI 483 MILIARDI

Il mercato potenziale del Supply Chain Finance in Italia, stando all'ultimo report del Politecnico di Milano pubblicato ad aprile, è pari a 483 miliardi di euro, in crescita dell'1,1%. Tuttavia, solo il 31% di questi crediti commerciali è già servito da soluzioni che consentono alle imprese di finanziare il capitale circolante facendo leva sul ruolo e le relazioni della filiera, per un valore di 150 miliardi di euro. L'Italia, terza in Europa, rappresenta il 3% del mercato potenziale mondiale che, a fine 2018, ammontava a 16.500 miliardi di euro. Se consideriamo tutto l'indotto, compresa quindi l'attività delle società di factoring, il mercato è consistente: valeva 255 miliardi di euro nel 2019 (in crescita del 6,44% rispetto al 2018), stando ad Assifact, l'associazione di settore, cioè il 14% del pil. A oggi sono 35 operatori di mercato fra i più attivi, associati ad Assifact, fra cui Unicredit Factoring, Intesa Sanpaolo, Iftalia e Banca Ifis

per citarne qualcuno, ai quali si aggiungono le piattaforme indipendenti e digitali. In questo gruppo rientrano Credimi, la più attiva con 500 milioni di crediti erogati nel 2019 (leggi l'intervista al fondatore Ignazio Rocco su MAG n. 135), Fifty, partnership tra Groupama Asset management e Tesisquare (IT), operano con un fondo FIA che lavora principalmente su operazioni di supply chain/reverse factoring, Workinvoice, intermediario tra pmi e fondi e asset manager esteri, fino ai nuovi entrati Cerved -Money&Go, Guber Banca e TeamSystem. Nel dettaglio, l'anticipo fattura, il finanziamento bancario delle fatture non rimosse, vale 70 miliardi (-2,7%) mentre il factoring, la cessione dei crediti commerciali vantati da un'azienda verso i debitori, aumenta del +6,1% e vale 61 miliardi quello tradizionale, del 25% fino a 1 miliardo di euro la cessione dei crediti futuri,



del +36,8% fino a 6,1 miliardi di euro il Reverse Factoring, che permette ai fornitori di sfruttare il merito creditizio di un cliente per ottenere prezzi più bassi. Si conferma rilevante, attorno agli 8,5 miliardi di euro, la Cartolarizzazione dei crediti commerciali ceduti a terzi attraverso titoli obbligazionari. Crescono poi le soluzioni innovative: fra queste l'Invoice Trading cresce del 225% a 0,13 miliardi mentre raggiunge quota 0,01 miliardi il Dynamic Discounting.



LEGALCOMMUNITY
AWARDS

ITALY Forty40 UNDER

25.06.2020 · ORE 19,30 · CASTELLO VISCONTEO
Piazza Giuseppe Perrucchetti, 3 · Cassano d'Adda (MI)

Lettera agli under 40

Durante gli ultimi quattro mesi il distanziamento fisico ha preso il sopravvento su ogni altra nostra necessità. Siamo però sempre "Animali Sociali".

In queste settimane ci siamo sentiti **LEGALCOMMUNITY** attraverso i webinar che abbiamo organizzato e stiamo organizzando, e attraverso le eccellenze che abbiamo premiato nelle nostre web edition di Awards interattive. **Primi web Awards** in Italia e nel mondo. Grazie alla vostra partecipazione ci siamo tutti dati un'opportunità, studi, clienti e noi, di essere **LEGALCOMMUNITY**.

Oggi ripartiamo per ricostruire. Ripartiamo dalla generazione di oggi e di domani: Da voi **UNDER 40**. E ripartiamo con un'imperdibile, suggestiva e storica **SERATA DI GALA**.

Per questo abbiamo scelto una location d'eccezione: **IL CASTELLO VISCONTEO** di Cassano d'Adda. Quel Castello che durante gli anni è stato il centro di lotte di potere per il dominio di Milano. Che ha visto soggiornare al suo interno il **GENIO DI LEONARDO DA VINCI**. **Che riconoscerà le eccellenze UNDER 40 durante i primi Forty under 40 italiani.**

Per la prima volta.
Solo con **LEGALCOMMUNITY**.

Aldo Scaringella, Fondatore LC Publishing Group

#LcFortyUnder40

SCOPRI I FINALISTI

GIURIA



Elisabetta Bellomo

Senior Business Legal Counsel – Italy – Deutsche Post, DHL



Luna Bianchi

IP Counsel, Ermenegildo Zegna



Andrea Bonante

Corporate Affairs & Global Compliance Director, Moncler



Massimiliano Canelli

Responsabile Ufficio Investimenti Partecipativi, Intesa Sanpaolo



Alberto Carpani

Group General Counsel, Polynt-Reichhold Group



Letizia Gori

CFO, Missoni



Laura Lazzarini

Head of Corporate Leveraged & Structured Finance – Business Clients, Deutsche Bank



Giovanni Lombardi

General Counsel, illimity Bank



Tiziana Lombardo

Head of Legal and Corporate Affairs, Quest Partners Italia



Elena Mauri

Group Legal Affairs & IP Director, Ermenegildo Zegna



Dario Morelli

Head of Business & Legal Affairs, FremantleMedia Italia The Apartment



Jacques Moscianese

Responsabile Direzione Centrale Istituzionali Affairs Intesa Sanpaolo



Pietro Pacchione

Head of Project Development and Asset Management, Tages Capital SGR



Gianfranco Pignatone

Direttore Strategia – Pianificazione e Sostenibilità, Rete Ferroviaria Italiana – Gruppo Ferrovie dello Stato Italiane



Helena Ravasini

Italy Head of Legal & DEPUTY Compliance Manager, Huawei Technologies Italia

Tutta la serata sarà placée

19.30

Aperitivo

20.15

Premiazione

21.00

Cena

BORGOSIESIA: PRENDIAMO CREDITI, COSTRUIAMO CASE

Mauro Girardi, presidente e azionista, spiega come il gruppo acquisisce utp e npl per completare cantieri e sviluppare progetti, arrivando sino al frazionamento e alla vendita. I piani futuri? Investimenti per 24 milioni, un fondo chiuso e una multispac

di massimo gaia



MAURO GIRARDI



BORGOSIESIA - PGT ALTOLAGO



ELLEBUILDING - VIA LATTANZIO - MILANO

TIl settore immobiliare a Milano e in Lombardia non verrà messo in ginocchio dal Covid-19. Ma la carenza di liquidità, unita a difficoltà specifiche dei vari attori che operano lungo la filiera, fanno sì che nei prossimi mesi non mancheranno cantieri lasciati a metà. Ed è qui che entra in gioco **Borgosesia**, una sorta di ibrido fra un acquirente di crediti non performing e uno sviluppatore immobiliare.

«Investiamo esclusivamente in asset di turnaround e special situation», spiega il presidente e azionista **Mauro Girardi**.

«Prendiamo cantieri lasciati a metà, li frazioniamo e rivendiamo».

Borgosesia risale la filiera immobiliare, arriva a monte e compra il credito ipotecario, il cosiddetto *single name*, con l'obiettivo di mettere le mani sull'asset sottostante. «Partiamo dall'acquisto del credito - dice Girardi -, poi ci occupiamo del ripossessamento del bene e dell'acquisizione del cespite, per arrivare allo sviluppo del progetto, all'attività di *agency*, vendita e frazionamento. È un ciclo lungo, mediamente dura attorno ai trenta mesi». I tempi si possono abbreviare con un accordo con il debitore, «prassi se il credito è in fase di utp (unlikely to pay)». Se il credito è classificato come npl (non performing loan), Borgosesia passa attraverso le aste, dunque il processo si allunga.

Il gruppo è focalizzato sulle grandi aree urbane e sulle zone turistiche. Il mese scorso ha acquisito Lake Holding, società con in pancia due sviluppi immobiliari sul Lago Maggiore. Un progetto che, riferisce Girardi, sta attirando l'attenzione soprattutto di cittadini svizzeri, interessati a fare i transfrontalieri all'inverso, dato che, a un

prezzo medio di 350mila euro, possono comprare una casa con giardino e piscina a breve distanza da Lugano (e i prezzi elveticici sono nettamente più elevati).

Sempre ad aprile Borgosesia ha completato l'acquisto di un immobile nel centro di Milano, in via Rossini, per 1,7 milioni, dove prevede la realizzazione di cinque bilocali di alto livello qualitativo. E a inizio marzo ha investito 4 milioni per l'acquisto di un immobile a Roma, nel quartiere Eur; qui il progetto è una completa riqualificazione.

IL COVID-19 NON STRAVOLGERÀ IL MERCATO

L'attuale portafoglio di Borgosesia è composto da «una decina di crediti estratti o *single name* dove è in corso il processo di ripossessamento. Stiamo continuando a comprare, riteniamo che ci siano ottime occasioni».

La pandemia, secondo Girardi, «non cambia il mercato, se non parzialmente in termini di qualità del prodotto: si guarda magari a qualche area nelle vicinanze di Milano, si pone maggiore attenzione ai giardini e ai balconi». Ma «la sensazione è che non ci siano grandi impatti». Infatti, Borgosesia non ha rivisto al momento il piano industriale attuale, che arriva fino al 2022. In termini di prezzo degli immobili, prosegue il presidente, «può darsi che ci sia un aggiustamento verso il basso, soprattutto quest'anno»; nulla di eclatante, ma «potrebbe consentirci di essere più competitivi e quindi velocizzare gli interventi».



ELLEBUILDING - VIA LATTANZIO - MILANO



BORGOSESIA - PGT ALTOLAGO

LC PUBLISHING GROUP



MAG



IL QUINDICINALE DIGITALE GRATUITO

DEDICATO ALLA BUSINESS COMMUNITY

In ogni numero:

- Interviste ad avvocati, in house, fiscalisti, bankers, chefs, imprenditori
- Studi di settore
- Report post awards/eventi
- Video interviste

Seguici su



Per abbonarsi alla versione cartacea
scrivere a
info@lcpublishinggroup.it

Cerca MAG su



Borgosesia non intende modificare il focus: solo residenziale, «a parte una componente di commerciale al servizio delle abitazioni»; nessun acquisto di progetti *greenfield* («Non vogliamo subire la burocrazia, fatta eccezione per terreni inseriti in progetti più complessi»); solo *single name* e non acquisto di pacchetti; centri urbani e zone turistiche, «ma cominceremo a guardare anche le periferie»; preferibilmente utp, per evitare le aste (che, tra l'altro, ora sono bloccate dalle limitazioni dell'operatività dei tribunali). La materia prima non manca: «Ci candidiamo a fare pulizia di quello che rimane nei vari portafogli», spiega Girardi. I servicer hanno in pancia asset comprati dalle banche attraverso operazioni con gacs e sul secondario ci sono diverse occasioni. «Sulla tipologia di credito che ci interessa il nostro prezzo medio di acquisto è pari al 33% del gross book value», valutazioni che certo possono interessare quei grandi investitori internazionali che hanno fatto incetta di portafogli bancari e si sono ritrovati con asset immobiliari e che non hanno proprie strutture per svilupparli.

Borgosesia, poi, sta sviluppando l'attività di investimento per conto terzi, ponendosi a disposizione di operatori puramente finanziari che sono a caccia di investimenti redditizi oppure che hanno bisogno di consulenza su pacchetti di asset che hanno acquisito dalle banche, ma che «costituiscono una materia difficile da digerire per chi non ha anche un'anima da immobiliare». Un'attività, quella per conto terzi, che «potrebbe crescere nei prossimi mesi».

Con equity per 28 milioni e un indebitamento finanziario netto di 4 milioni (dati dicembre 19), il gruppo per quest'anno prevede «investimenti per 8 milioni per corrispettivi di *single name* con sottostante valore da estrarre», mettendo in cantiere «investimenti per 16 milioni sugli asset acquisiti». Budget totale per il 2020: 24 milioni. Il cantiere di Borgosesia, inoltre, annovera altri due progetti: «Il lancio di un fondo chiuso riservato attraverso la sgr, che replichi la politica di investimento del gruppo, rivolto a investitori istituzionali e qualificati che conoscono bene la tipologia di prodotto». Il periodo di sottoscrizione, spiega Girardi, «è stato dilatato sino a settembre». Infine, il varo di una una multispac finalizzata a investimenti di questa tipologia, «che abbiamo intenzione di chiudere a cavallo dell'estate». Un progetto che si rivolge soprattutto ai cosiddetti *high net worth individuals*, «uno zoccolo duro



di investitori che compra quote di una certa categoria del veicolo di investimento e poi decide volta per volta se aderire o meno al singolo deal». Nella testa di Girardi, che punta a raccogliere 10 milioni, c'è «un club di una decina di investitori, che si spera aderiscano a ogni progetto». Da ultimo, un accenno a possibili evoluzioni future di Borgosesia, che, data la specializzazione, potrebbe divenire un target appetibile per soggetti più grandi che vogliono sviluppare il business dei crediti non performing con sottostante real estate. L'attuale azionariato del gruppo, secondo quanto riferisce il presidente, vede la famiglia Girardi, attraverso Dama srl, al 25% circa dei diritti di voto (il sito Consob attribuisce il 20,814%), Andrea Zanelli al 13% (Consob è ferma al 10,781%), le azioni proprie ammontano al 17,052% del capitale e il resto è flottante. «Non abbiamo un vero e proprio controllo - ammette Girardi -. Potremmo essere di interesse per operatori con le spalle più larghe, alla ricerca di un provider specializzato che copre l'intero ciclo del credito ipotecario. A oggi siamo fieri della nostra indipendenza, ma nulla è per sempre...».

Softbank, TROPPO GRANDE PER FALLIRE ma non per... soffrire

di laura morelli



È una delle holding d'investimento più grande e longevi del mondo, è stata fondata nel 1981 e conta asset per oltre 37mila miliardi di dollari. Ma Softbank, per quanto "troppo grande per fallire", non lo è per "soffrire" di investimenti nella tecnologia, peggiorati dalla crisi provocata dall'epidemia di Covid-19.

Già messa a dura prova da investimenti come quello in WeWork - su cui la società guidata dal 62enne **Masayoshi Son** e controllate hanno investito finora 14,25 miliardi di dollari perdendone almeno 6,5 -, Softbank non ha potuto far altro che prendere atto della situazione annunciando perdite per 17,7 miliardi di dollari nell'ultimo anno fiscale per il

fondo chiamato Vision Fund da 100 miliardi e dedicato alla tecnologia.

Si tratta di fatto della peggiore perdita di sempre nei 39 anni di storia dell'azienda giapponese, che conta quindi di un rendimento negativo per il Vision Fund del 6% rispetto al 62% di un solo anno fa. Oltre a WeWork, a pesare sui conti è stata la performance di Uber che, a causa del coronavirus, ha annunciato il taglio del 14% della forza lavoro, cioè 3.700 persone.

Oltre alla possibilità di non distribuire dividendi, per far fronte alle perdite Son ha annunciato di voler monetizzare asset fino a 41 miliardi di dollari. Tra le attività candidate a parziale dismissione ci sono la società di investimenti Fortress e probabilmente Alibaba, la sua partecipazione più preziosa, la quota del 66,5% nella società di telefonia mobile Softbank Corp., il costruttore di robot Boston Dynamics e un terzo degli asset del Vision Fund da 100 miliardi.

I proventi, stando all'annuncio fatto da Son a fine maggio, dovrebbero essere usati per il riacquisto - fino a marzo dell'anno prossimo - di azioni proprie fino a 18 miliardi di dollari e per ridurre il debito.

In conferenza con investitori e giornalisti, Son ha detto di non volersi tirare indietro dal continuare a fare investimenti in start up (anche se solo con i suoi soldi), forte della convinzione che lo shock economico del coronavirus potrebbe finire per aiutare le aziende tecnologiche in settori fra i quali la mobilità elettrica e l'intelligenza artificiale. 📱



Is the **largest specialist legal publisher** across **Southern Europe** and **Latin America** with the acquisition of the majority share in



TRA “IL DIRE E IL FARE” c'è di mezzo la ripresa

a cura di Barabino & Partners Legal

M M

“Mamma, l'altro giorno abbiamo giocato a questo nuovo videogioco online con Carlo e gli altri, ma la versione demo ha funzioni limitate...non è che mi regaleresti un mese di accesso premium?”. Placida, la mamma risponde: “Certamente caro, dovrebbe esserci la mia carta di credito in cucina, vai a cercarla”. Paolo tutto contento salta giù dal suo sgabello e corre in cucina, pregustando già la prossima partita con gli amici. Trova la carta e inizia la fase d'acquisto sul sito del suo videogioco. “Mamma! Ma la tua carta è scaduta!” esclama deluso.

Il povero Paolo non avrà il suo videogioco, dunque. O meglio, lo avrà ma non si sa esattamente quando, dovendo aspettare la procedura di rinnovo della carta di credito della sua mamma. Ecco, succede spesso, forti di una autorizzazione o di una presa di posizione altrui, di sentirsi già in possesso del risultato finale. Ci dimentichiamo, forse presi dall'entusiasmo come il nostro Paolo, che, come direbbe una saggia nonna, “tra il dire e il fare c'è di mezzo il mare”. Ma in senso oggettivo, neutro. Mi spiego. Fra il benessere della mamma e il momento in cui Paolo disporrà

della versione premium del suo videogioco stanno una serie di processi che portano al risultato, molti dei quali indipendenti dalla volontà dei diretti interessati. La carta di credito scaduta ne è un esempio. Oppure, poteva esserci un improvviso problema alla piattaforma del videogame tale per cui registrare nuovi utenti sarebbe stato impossibile.

Uno schema simile si può per certi aspetti leggere nelle attuali misure di rilancio per l'economia del nostro paese. Se è vero che tutti sono d'accordo sul risultato, cioè garantire liquidità, denaro, a persone e aziende, si tende a sottostimare quell'insieme di processi che portano dall'assunto di principio al momento in cui un bonifico arriva effettivamente in cassa. E a volte, succede qualcosa di ancor più curioso: invece di sottostimarli, questi processi, si dà loro considerazione e si affrontano, ma con il paradossale esito di allontanare ancor di più quel risultato che in teoria s'era detto di voler ottenere. Pensare questo sia un comportamento deliberato non renderebbe giustizia né all'animo né all'intelletto umano. Che non si creda che la mamma di Paolo sapesse che la sua carta di credito fosse scaduta e abbia così agito solo per non affrontare apertamente la voglia di videogame di Paolo, assolutamente. Ci sarà senz'altro un motivo che a noi, comuni cittadini, sfugge. D'altra parte, non c'è anche questo da considerare, fra le conseguenze del contratto sociale?

Per esempio. Nonostante i numerosi interventi in favore della liquidità alle imprese, uno dei veri problemi sta nella capacità della Pubblica

Amministrazione di pagare tempestivamente i debiti. Non è un gran debitore la PA, paga con tempi molto lunghi e dopo complesse procedure di rendicontazione e verifica. Come tutti i debitori (ora sembra scontato, ma è stata una conquista nella storia del diritto amministrativo), anche la PA può subire delle procedure di esecuzione forzata se non adempie al pagamento. Nel nostro sistema giuridico infatti, anche nei confronti dell'amministrazione il privato ha diritto ad ottenere tutela effettiva *tutto quello e proprio quello di cui ha diritto*, diceva Chiovenda, in questo caso i soldi. La tanto invocata liquidità. Ora, nel decreto Rilancio viene previsto il divieto di inizio o avanzamento di procedure esecutive finalizzate al recupero del credito in ambito sanitario. In altri termini, i pignoramenti nei confronti di ASL e aziende sanitarie del servizio sanitario nazionale sono stati bloccati: d'un canto si vuole incentivare la liquidità, d'altro canto si blocca uno di quei processi che ne garantisce, appunto, l'ottenimento.

Una misura che non è del tutto nuova a noi osservatori. Qualcosa di simile era successo qualche anno fa e la Corte Costituzionale nel 2013 si pronunciava dichiarando l'illegittimità costituzionale dell'impignorabilità delle risorse di Asl e ospedali introdotta dalla Legge 220/2010, ossia la Manovra finanziaria per il 2011. I cinici direbbero che "il lupo perde il pelo ma non il vizio", ma noi, che la fiducia nelle istituzioni vogliamo mantenerla viva, ci limitiamo a segnalare due dei motivi di illegittimità sollevati,

sperando che possano essere uno spunto di riflessione utile.

Violazione del principio di parità delle parti ex articolo 111 Cost. La Corte afferma che il legislatore con la disposizione in questione ha creato una fattispecie atipica, che determina lo sbilanciamento fra le due posizioni in gioco poiché esenta quella pubblica dagli effetti pregiudizievole della condanna giudiziaria per il fatto che sia pubblica. Questo significherebbe un passo verso gli antichi motori dell'azione amministrativa, dalla discrezionalità incontestabile e dalla posizione quasi sempre superiore (o comunque diversa) rispetto al cittadino.

Violazione dell'art. 41 Cost, che tutela la libertà d'impresa. Il Tribunale che ha sollevato la questione di legittimità ha rilevato che la incertezza sulla effettività, sostanziale e temporale, della soddisfazione dei propri diritti, priva l'imprenditore creditore delle aziende sanitarie, della possibilità di pianificare la propria attività commerciale e di esercitare correttamente, in un sistema concorrenziale, la libera iniziativa economica.

Su questo motivo la Corte nel 2013 non si pronunciava. Oggi, sarebbe di certo interessante sapere se una disposizione varata nel quadro del generale risultato del garantire liquidità e incentivare l'attività d'impresa possa effettivamente violare quegli stessi valori costituzionali che si propone di difendere. Certo è che Paolo con gli amici non sta potendo giocare, almeno per il momento. Alla sua mamma la carta di credito nuova non è ancora arrivata. 📄

SPECIALE LEGALCOMMUNITY AWARDS 2020

**LEGALCOMMUNITY
TAX AWARDS**

2020

I VINCITORI



SFOGLIA
LA FOTOGALLERY



Per la prima volta in web edition, con 400 persone accreditate, si sono svolti i Legalcommunity Tax Awards 2020. Durante la cerimonia di premiazione sono stati conferiti riconoscimenti alle eccellenze dell'advisory fiscale e tributaria in Italia.

Ecco di seguito tutti i vincitori delle categorie:

I PROTAGONISTI
DEL SETTORE
SONO STATI CELEBRATI
IN UNA ESCLUSIVA
WEB EDITION



STUDIO DELL'ANNO

DLA PIPER

LUDOVICI PICCONE & PARTNERS

MAISTO E ASSOCIATI

PIROLA PENNUTO ZEI & ASSOCIATI

TREMONTI ROMAGNOLI PICCARDI
E ASSOCIATI

MAISTO E ASSOCIATI

PROFESSIONISTA DELL'ANNO

FABIO BRUNELLI
Di Tanno e Associati

FABIO CHIARENZA
Gianni Origoni Grippo Cappelli & Partners

PAOLO LUDOVICI
Ludovici Piccone & Partners

STEFANO SIMONTACCHI
BonelliErede

ANTONIO TOMASSINI
DLA Piper



Professionista dell'Anno

PATENT BOX

AURELIO MASSIMIANO
Maisto e Associati

GAETANO SALVIOLI
Bird & Bird

STEFANO SIMONTACCHI
BonelliErede

ANDREA TEMPESTINI
McDermott Will & Emery

ANTONIO VITALI
Tremonti Romagnoli Piccardi e Associati



Studio dell'Anno
PATENT BOX

BAKER MCKENZIE

EY

LCA

MCDERMOTT WILL & EMERY

PWC TLS

STS DELOITTE



Professionista dell'Anno
INTERNATIONAL TAXATION

GUGLIELMO MAISTO
Maisto e Associati

MARCO PALANCA
Simmons & Simmons

STEFANO SIMONTACCHI
BonelliErede

ANDREA TEMPESTINI
McDermott Will & Emery

PIERGIORGIO VALENTE
Valente Associati GEB Partners / Crowe Valente



Studio dell'Anno
INTERNATIONAL TAXATION

ANDERSEN TAX & LEGAL

BONELLIEREDE

CLEARY GOTTLIEB

EY

STS DELOITTE

BonelliErede
with **LOMBARDI**

Studio dell'Anno

COOPERATIVE TAX COMPLIANCE

BONELLIEREDE

FACCHINI ROSSI MICHELUTTI STUDIO
LEGALE TRIBUTARIO

PWC TLS

STUDIO BISCOZZI NOBILI PIAZZA

VALENTE ASSOCIATI GEB PARTNERS /
CROWE VALENTE

BonelliErede

with **LOMBARDI**

Professionista dell'Anno

COOPERATIVE TAX COMPLIANCE

MARCO LIO
PwC TLS

AURELIO MASSIMIANO
Maisto e Associati

STEFANO SIMONTACCHI
BonelliErede

PIERGIORGIO VALENTE
Valente Associati
GEB Partners / Crowe Valente

STEFANO ZAMBELLI
STS Deloitte



Studio dell'Anno

CONTENZIOSO

**LUDOVICI PICCONE &
PARTNERS**

MAISTO E ASSOCIATI

ALVINI E SOCI

STUDIO ZIZZO E ASSOCIATI

TREMONTI ROMAGNOLI PICCARDI
E ASSOCIATI

LUDOVICI PICCONE & PARTNERS

Professionista dell'Anno**CONTENZIOSO**

NICOLA BOELLA
Baker McKenzie

EUGENIO BRIGUGLIO
Studio Biscozzi Nobili Piazza

TOMMASO DI TANNO
Di Tanno e Associati

GUGLIELMO MAISTO
Maisto e Associati

LIVIA SALVINI
Salvini e Soci

**Studio dell'Anno****M&A e OPERAZIONI STRAORDINARIE**

BONELLIEREDE

DLA PIPER

**FACCHINI ROSSI
MICHELUTTI STUDIO
LEGALE TRIBUTARIO**

GIANNI ORIGONI GRIPPO CAPPELLI
& PARTNERS

LUDOVICI PICCONE & PARTNERS

F | R | M | FACCHINI
ROSSI
MICHELUTTI
STUDIO LEGALE TRIBUTARIO

Professionista dell'Anno**M&A e OPERAZIONI STRAORDINARIE**

FULVIA ASTOLFI
Hogan Lovells

FABIO BRUNELLI
Di Tanno e Associati

MASSIMO GIACONIA
Baker McKenzie

PAOLO LUDOVICI
Ludovici Piccone & Partners

LUCA ROSSI
Facchini Rossi Michelutti Studio Legale Tributario

ANDREA TEMPESTINI
McDermott Will & Emery



Studio dell'Anno
CONSULENZA

BAKER MCKENZIE

BONELLIEREDE

FRESHFIELDS

STS DELOITTE

TREMONTI ROMAGNOLI PICCARDI
E ASSOCIATI

Studio Tributario e Societario
Deloitte.

Professionista dell'Anno
CONSULENZA

FABIO CHIARENZA
Gianni Origoni Grippo Cappelli & Partners

GIULIANO FOGLIA
Foglia & Partners

MASSIMO GIACONIA
Baker McKenzie

RICCARDO MICHELUTTI
Facchini Rossi Michelutti Studio Legale Tributario

ANDREA SILVESTRI
BonelliErede

ANDREA TEMPESTINI
McDermott Will & Emery



Studio dell'Anno
TRANSFER PRICING

BAKER MCKENZIE

BONELLIEREDE

EY

PIROLA PENNUTO ZEI & ASSOCIATI

PWC TLS

STS DELOITTE



Professionista dell'Anno
TRANSFER PRICING

ALDO CASTOLDI
STS Deloitte

MARIO D'AVOSSA
Baker McKenzie

AURELIO MASSIMIANO
Maisto e Associati

FEDERICO PACELLI
DLA Piper

STEFANO SIMONTACCHI
BonelliErede

PAOLO TRIPOLI
PwC TLS



Studio dell'Anno
FISCALITA' FINANZIARIA

ALLEN & OVERY

CHIOMENTI

CLIFFORD CHANCE

F&C STUDIO LEGALE TRIBUTARIO

SIMMONS & SIMMONS

CHIOMENTI

Professionista dell'Anno
FISCALITA' FINANZIARIA

ROBERTO EGORI
Linklaters

ANDREA FIORELLI
Dentons

CARLO GALLI
Clifford Chance

CRISTIANO GARBARINI
Gattai, Minoli, Agostinelli & Partners

FRANCESCO MANTEGAZZA
Pirola Pennuto Zei & Associati

LUCA ROSSI
Facchini Rossi Michelutti Studio Legale Tributario



Studio dell'Anno

IVA

ALLEN & OVERY

CMS

LUDOVICI PICCONE & PARTNERS

PC&A P.CENTORE & ASSOCIATI

SANTACROCE & PARTNERS

ALLEN & OVERY

Professionista dell'Anno

IVA

LUCA LAVAZZA
PwC TLS

PIERPAOLO MASPES
Studio di Consulenza Giuridico - Tributaria

FABIO ONEGLIA
Pirola Pennuto Zei & Associati

DARIO ROMAGNOLI
Tremonti Romagnoli Piccardi e Associati

GAETANO SALVIOLI
Bird & Bird



Studio dell'Anno

**PRIVATE CLIENTS
& WEALTH MANAGEMENT**

BONELLIEREDE

CLA CONSULTING - CEPPELLINI LUGANO
& ASSOCIATI

LUDOVICI PICCONE & PARTNERS

**STUDIO BISCOZZI
NOBILI PIAZZA**

WITHERS

S B N P BISCOZZI
NOBILI
PIAZZA
Studio legale tributario

Professionista dell'Anno
PRIVATE CLIENTS
& WEALTH MANAGEMENT

ALESSANDRO BAVILA
Maisto e Associati

FRANCESCO CAPITTA
Macchi di Cellere Gangemi

GIULIA CIPOLLINI
Withers

GIULIANO FOGLIA
Foglia & Partners

PAOLO LUDOVICI
Ludovici Piccone & Partners



Studio dell'Anno
TAX REAL ESTATE

CHIOMENTI

LED TAXAND

LEGANCE

PIROLA PENNUTO ZEI & ASSOCIATI

SALVINI E SOCI



Professionista dell'Anno
TAX REAL ESTATE

ANDREA FIORELLI
Dentons

CLAUDIA GREGORI
Legance

FRANCESCO GUELFÌ
Allen & Overy

ANDREA MANZITTI
BonelliErede

PIETRO PICCONE FERRAROTTI
Ludovici Piccone & Partners



Studio dell'Anno

TAX PRIVATE EQUITY

FACCHINI ROSSI MICHELUTTI
STUDIO LEGALE TRIBUTARIO

GATTAI, MINOLI, AGOSTINELLI
& PARTNERS

LEGANCE

LUDOVICI PICCONE & PARTNERS

RUSSO DE ROSA ASSOCIATI

Legance
AVVOCATI ASSOCIATI

Professionista dell'Anno

TAX PRIVATE EQUITY

FABIO BRUNELLI
Di Tanno e Associati

LEO DE ROSA
Russo De Rosa Associati

ROBERTO EGORI
Linklaters

FRANCESCO GUELFI
Allen & Overy

MARCO VALDONIO
Maisto e Associati



Studio dell'Anno

EU TAXATION

CHIOMENTI

DLA PIPER

FACCHINI ROSSI MICHELUTTI STUDIO
LEGALE TRIBUTARIO

STS DELOITTE

WHITERS



Professionista dell'Anno

EU TAXATION

MARCO CERRATO
Maisto e Associati

GIULIA CIPOLLINI
Withers

MARCO JANNON
Pavia e Ansaldo

RICCARDO MICHELUTTI
Facchini Rossi Michelutti Studio Legale Tributario

RAUL-ANGELO PAPOTTI
Chiomenti



Studio dell'Anno

TAX RESTRUCTURING

ASHURST

BONELLIEREDE

DWF

FANTOZZI & ASSOCIATI

**GIANNI ORIGONI GRIPPO
CAPPELLI & PARTNERS**



Professionista dell'Anno

TAX RESTRUCTURING

STEFANO BRUNELLO
BonelliErede

**ALESSANDRO
CATAPANO MINOTTI**
Fantozzi & Associati

GIULIANO FOGLIA
Foglia & Partners

FRANCESCO GUELFÌ
Allen & Overy

PAOLO LUDOVICI
Ludovici Piccone & Partners



Studio dell'Anno

TAX PENALE

CAGNOLA & ASSOCIATI

FORNARI E ASSOCIATI

PERRONI E ASSOCIATI

STUDIO LEGALE ASSOCIATO
MUCCIARELLI

STUDIO LEGALE DIODÀ

FORNARI E ASSOCIATI

STUDIO LEGALE

Professionista dell'Anno

TAX PENALE

FABIO CAGNOLA

Cagnola & Associati

MARCO DI SIENA
Chiomenti

MASSIMO DINOIA
DFS Dinoia Federico Simbari

ROBERTA GUAINERI
Nctm

RENATO PATERNOLLO
Freshfields



Studio dell'Anno

RISING STAR

ASHURST

ashurst

Best Practice

INTERNATIONAL TAXATION

CLEARY GOTTLIB

CLEARY GOTTLIB

Best Practice

ADVISORY

BUREAU PLATTNER

bureau **Plattner**

Best Practice

M&A E OPERAZIONI STRAORDINARIE

**GATTAI, MINOLI, AGOSTINELLI
& PARTNERS**

**GATTAI, MINOLI, AGOSTINELLI,
PARTNERS**
STUDIO LEGALE

Best Practice
FISCALITA' FINANZIARIA
SIMMONS & SIMMONS

**+simmons
simmons**

Best Practice
PRIVATE EQUITY

LEO DE ROSA
Russo De Rosa Associati





LEGALCOMMUNITY
AWARDS

6[^] Edizione

corporate awards

SAVE THE **NEW** DATE
20.07.2020 • ORE 19.00

VOTA IL TUO
PREFERITO

Sponsor



LC Publishing Group supporta



#LcCorporateAwards

Per informazioni: francesca.daleo@lcpublishinggroup.it • +39 02 84243870

IL WEBINAR



(DI)SUGUAGLIANZA DI GENERE: URAGANO COVID-19



ILARIA IAQUINTA.

L'emergenza coronavirus non ha giovato alla causa del gender gap. Se ne è parlato in una tavola virtuale, organizzata da LC Publishing in collaborazione con EY, hanno partecipato Roberta Guaineri, Sandra Mori, Alessia Mosca, Stefania Radoccia, Marco Reggiani e Annachiara Svelto



ALESSIA MOSCA



STEFANIA RADOCCIA



ROBERTA GUAINERI



MARCO REGGIANI



ANNACHIARA SVELTO



SANDRA MORI

La pandemia da Covid-19 ha risollevato un problema culturale già endemico nel nostro paese: la disuguaglianza di genere. Anzi, nel giro di poco tempo, l'accelerazione delle dinamiche sociali imposte dal lockdown ha fatto regredire i progressi finora compiuti, confinando il ruolo della donna a un precario equilibrio fra gli impegni lavorativi e quelli domestici. Per questo, il momento della fase della ripartenza diviene fondamentale, una vera e propria chiave di volta verso il domani, come hanno concordato tutti i partecipanti al webinar di LC Publishing "Uguaglianza di genere – a rischio estinzione causa Covid-19", moderato dalla capo-servizio **Ilaria Iaquina**.

Alla tavola virtuale, organizzata in collaborazione con **EY**, hanno partecipato **Roberta Guaineri**, assessore a Turismo, Sport e Qualità della vita del Comune di Milano; **Sandra Mori**, DPO Europe di Coca-Cola; **Alessia Mosca**, promotrice legge Golfo-Mosca e vicepresidente dell'associazione "Fuori Quota"; **Stefania Radoccia**, managing partner, EY Studio Legale Tributario; **Marco Reggiani**, general counsel di Snam e **Annachiara Svelto**, amministratore indipendente Enel e Techedge. Una presenza prevalentemente femminile anche nel pubblico che, come precisato in apertura dal managing director di LC, **Aldo Scaringella**, ha visto «solo il 10% dei registrati di sesso maschile».

IL RUOLO DEGLI UOMINI

Il dato citato è un segnale evidente del fatto che i temi riguardanti la diversity vengono prevalentemente masticati dai diretti interessati e non da altri, in questo caso gli uomini. Una contraddizione in termini visto che la gender equality li riguarda direttamente se si considera che in Italia ci sono 1,6 milioni di donne in più degli uomini e che sono state proprio le donne a combattere in prima linea contro il virus, tra ospedali, farmacie, ricerca e laboratori. «Credo che dovremmo iniziare a obbligare soprattutto gli uomini all'interno delle aziende a una formazione alla parità», sostiene Alessia Mosca. «Non è una questione organizzativa – prosegue la vice-presidente di Fuori Quota – ma una questione di efficienza, di cambiamento, che le donne e gli uomini possono giocare all'interno della società. Per questo a volte le forzature sono necessarie e, quindi, bisogna coinvolgere la parte maschile delle organizzazioni e delle istituzioni».

«Come ci sono gli obblighi di fare i corsi sulla sicurezza – fa eco Annachiara Svelto – forse dovremmo pensare di fare dei corsi sulla gender parity. Così chi non ci

vuole pensare, ascoltando e riflettendo rivede la sua educazione, perché il tema resta culturale». Sulla stessa lunghezza d'onda anche l'unica quota azzurra del webinar, Marco Reggiani, che sostiene che la disuguaglianza di genere sia a tutti gli effetti un fatto di cultura: «Finché nella nostra società si pensa che la leadership deve essere gerarchica e carismatica, qualità cucite addosso all'uomo, non si faranno significativi passi in avanti. Queste cose devono cambiare e devono essere gli uomini a farlo». Per il general counsel di Snam, quindi, bisogna cambiare la mentalità dell'uomo e proprio da quest'ultimo deve partire il cambiamento.

Inoltre, quella delle donne è una penalizzazione che si accentua durante la pandemia vedendo le donne sfavorite in moltissimi settori. «Se si pensa che a Milano il turismo è crollato del 95% negli ultimi due mesi e che molte donne fanno parte di questo settore, come guide turistiche ad esempio, sicuramente si potrà dire che sono state fortemente penalizzate dalla crisi», ricorda Roberta Guaineri. Ma, forse, il vero passo indietro è stato quello che ha visto ai posti di comando, tra nomine di task force di emergenza e consigli di amministrazione di quotate pubbliche, un numero sempre maggiore di uomini e una diminuzione di donne. «Nelle ultime settimane mi ha fatto arrabbiare quello che è successo, perché sembrava che tutti i passi in avanti compiuti fossero stati dimenticati. Come se le questioni femminili fossero un orpello che si aggiunge quando tutto va bene, mentre quando c'è l'emergenza si ritorna al vecchio stampo», chiosa Alessia Mosca.

NO, NON È SMART WORKING

Una maggiore presenza delle donne nei processi decisionali dell'impresa può – e avrebbe potuto – garantire una migliore organizzazione della gestione del lavoro, anche da remoto. Tuttavia, «parlare di smart working è inopportuno – precisa Guaineri – Non significa monopolizzare una persona davanti al computer 10 ore al giorno con i bambini che devono seguire le lezioni online o dividersi il computer col marito per lavorare. Credo che in questo contesto, nella distribuzione del tempo di lavoro siano le donne in primis a dovere portare la loro testimonianza». In una multinazionale come Coca-Cola, invece, «lo smart working è sempre stato inteso come un lavoro di squadra che consente a persone che si trovano in paesi diversi di collaborare e non semplicemente come un lavoro da remoto», spiega Sandra Mori.

Iberian Lawyer



THE DIGITAL AND FREE MONTHLY MAGAZINE

DEDICATED TO THE IBERIAN BUSINESS COMMUNITY

Every issue includes:

- Interviews to lawyers, in-house counsel, tax experts
- Business sector studies
- Post-awards reports
- Video interviews

Follow us on



For information:
info@iberianlegalgroup.com

Search for Iberian Lawyer or IBL Library on



«Se finora abbiamo attuato una politica di maggiore libertà nell'allocazione del lavoro – prosegue la Dpo di Coca-Cola – ora nella fase 2 il rientro penalizzerà soprattutto le donne. In questo contesto, le situazioni di lavoro agile continueranno per tutte le persone che hanno dei carichi familiari, come i bambini. Anzi l'azienda metterà a disposizione delle ore di servizi di babysitting», spiega. Il punto del rientro è talmente delicato che non sono ammessi passi falsi: «Si dovrebbe iniziare a dire che oltre un tot di tempo la donna in smart working non ci deve stare se anche il marito può fare la stessa cosa: bisogna iniziare a fare forzature di questo tipo se non si vuole che il Covid non ci porti ancora più indietro», specifica Svelto.

In effetti, come ha rivelato uno studio della Fondazione Studi Consulenti del Lavoro, dei 4,4 milioni di coloro che sono rientrati a lavoro a partire dal 4 maggio, il 74,8% del totale è di sesso maschile. Questo poiché a riaprire, in un primissimo momento, sono stati essenzialmente quei settori a maggior concentrazione di uomini. Ma al contempo, ha significato per le donne sacrificare ulteriormente la loro vita lavorativa poiché subimate nel contesto domestico e di cura dei figli, a casa per le scuole chiuse. In questa cornice, «il diritto alla disconnessione consentirebbe la creazione di spazi a uomini e a donne», sostiene Reggiani, «un diritto che andrebbe riconosciuto», dichiara. E proprio dalla scuola, secondo i partecipanti, si potrebbe ripartire per una corretta educazione di genere. Per Sandra Mori i libri sono fondamentali: da lì parte l'istruzione e svecchiarli, eliminando i pregiudizi di genere, sarebbe un primo passo.

LA (LUNGA) STRADA VERSO LA PARITÀ

Oltre la scuola anche le aziende potrebbero alimentare un circolo virtuoso in assenza di una giurisprudenza: questo l'altro punto cruciale della discussione. Non va dimenticato, infatti, che proprio a inizio anno, prima della pandemia, è stata prorogata la legge Golfo-Mosca. «Le quote non sono un fine, ma un mezzo», specifica la stessa promotrice, che sostiene che il rinnovo è stato necessario poiché «non si è riusciti a modificare fino in fondo una cultura che avrebbe dovuto autosostenersi». Attualmente, puntualizza Annachiara Svelto, «nelle partecipate c'è un problema molto alto di genere. La motivazione è sicuramente che i profili che ci sono non vengono cercati e poi nell'ambito delle aziende, nei cda la percentuale c'è perché c'è la quota, ma non c'è invece un adeguato vivaio nel senior management».

Come Fuori Quota ci sono altri progetti in cantiere, spiega Mosca, sviluppati anche durante la pandemia, come una policy di genere per le aziende e una valutazione di impatto di genere ex ante per ogni politica che viene decisa. Per Stefania Radoccia, managing partner Tax & Law e MED Regional Accounts Leader di EY, «è altresì vero che di questi temi debbano occuparsi gli amministratori delegati. Ci sono molti studi che dicono che avere una presenza femminile nella leadership aumenta la profittabilità, l'innovazione e il ritorno degli investimenti. Anche impiegare più donne al lavoro aumenta il Pil delle nazioni», spiega. Quindi la questione va affrontata da un punto di vista di business, facendo capire che la perdita di donne nel percorso di carriera, «significa che si perdono gli investimenti che si sono fatti (in formazione, ad esempio) e quindi se le donne si tirano indietro o non vengono promosse si perdono soldi». L'esempio di EY – che coniuga programmi globali come *Women. Fast forward* a policy interne – vuole «stigmatizzare la diversità di genere che come tutte le diversità è da abbattere», chiosa Radoccia.

«Oltre le quote nei cda, credo che il prossimo soffitto di vetro da sfondare da uomini e donne è la quota di donne come amministratore delegato. – sostiene Reggiani – Credo che questo sia un grande cambiamento e, uscendo dall'azienda, guardo anche negli incarichi istituzionali». Il momento storico che stiamo affrontando è di crisi e «molti studi sottolineano che in questi momenti si predilige una leadership accogliente e condivisiva – non che le donne lo siano necessariamente – ma dalla mia esperienza ho riscontrato questo negli stili della loro leadership», fa notare Radoccia, parlando anche dell'attenzione di EY per i gap retributivi, altro tema cruciale nella disuguaglianza di genere.

Nella doppia direttrice sviluppo-diritti, la donna deve quindi sapersi ritagliare il proprio spazio: «avere delle donne in un contesto collegiale che sia un cda o un'istituzione è un vero e proprio valore aggiunto. Quando le donne riescono a fare squadra e a portare avanti le loro battaglie si arriva a un risultato che è più rilevante ed equo rispetto a quello che si otterrebbe se fossero solo gli uomini a prendere le decisioni», sostiene Guaineri. Quindi, «le donne devono trovare la forza di entrare nel sistema e cambiarlo e non adeguarsi a questo. Solo così tutta la società ne potrà beneficiare e ci saranno cambiamenti veri e propri», conclude Mosca. (a.f.)

RIPARTIRE DALLE DONNE, CONVERSAZIONE CON MAURIZIA IACHINO

MAURIZIA IACHINO



«C'è ancora molto lavoro da fare per raggiungere la vera parità, soprattutto adesso che l'emergenza ha messo a dura prova quello che abbiamo costruito»

di alessio foderi

G

Guardando al domani, non bisogna lasciare indietro nessuno e superare qualsiasi disparità di genere. **Maurizia Iachino** ha le idee chiarissime e una fortissima determinazione. Un impegno che dura una vita, che si è radicato fra le fila del movimento *Fuori Quota*, fondato da lei nel 2011 per sostenere il riconoscimento e lo sviluppo delle capacità femminili. Un impegno che ha seguito anche come Chair di Ong internazionali: Save the Children fino al 2008 e Oxfam Italia fino al 2018. Iachino – che è anche consigliere in AIDAF, Valore D, Fondazione ATM, Banca d'Italia

Milano – è stata nominata un mese fa nel Comitato di esperti diretto da Vittorio Colao. «Una sfida arrivata inaspettata», ha raccontato a MAG, spiegando i suoi obiettivi principali e le prove che riguardano tutti – uomini e donne – nel mondo post-Covid.

Quali sono stati i maggiori traguardi raggiunti dalla fondazione di Fuori Quota fino a prima della pandemia da Covid-19?

Tra i risultati più concreti e conosciuti raggiunti anche grazie all'impegno di Fuori Quota c'è sicuramente l'approvazione e, successivamente, il rinnovo della legge Golfo-Mosca per le quote di genere nei CdA delle società quotate. Nel 2011, lo strumento delle quote è stato concepito come progressivo e temporaneo nella convinzione che nell'arco di un decennio sarebbe riuscito e innescare un effetto a cascata e un cambiamento culturale duraturo.

Ma poi non è stato così...

In prossimità dello scadere della legge, sono stati evidenziati gli ottimi risultati numerici ottenuti, che hanno portato al superamento della soglia minima prevista, ma ci si è subito resi conto che la strada per rendere la parità un processo spontaneo era più in salita di quanto ci fossimo aspettati, tanto da convincere della necessità del rinnovo delle cosiddette "quote rosa" anche chi in passato si era opposto all'utilizzo di strumenti coercitivi per il riequilibrio di genere. Dall'adozione della legge, il nostro Paese è divenuto un caso studio di interesse a livello internazionale rispetto all'aumento della presenza

femminile all'interno dei board, ma c'è ancora molto lavoro da fare per raggiungere la vera parità, soprattutto adesso che l'emergenza ha messo a dura prova quello che abbiamo costruito.

Cosa pensa della resilienza femminile durante la fase 1 della pandemia? E quale sarà invece l'apporto delle donne nel rilancio economico e sociale del Paese?

Io credo che le donne durante il lockdown, così come in tante altre occasioni, abbiano

degli impegni domestici. Altre sono scese in prima linea, in condizioni lavorative ad alto stress e maggiormente esposte al contagio, per garantire ai cittadini servizi necessari. Tutto ciò non può lasciarci silenti non solo per una questione etica ma perché prassi sbagliate incidono concretamente sul PIL e sull'opportunità di uno sviluppo sostenibile del nostro Paese. Bisognerebbe dare all'Italia la possibilità di ripartire potendo contare sulle competenze, le energie e la visione delle donne per costruire il futuro.

«BISOGNEREBBE DARE ALL'ITALIA LA POSSIBILITÀ DI RIPARTIRE POTENDO CONTARE SULLE **COMPETENZE, LE ENERGIE E LA VISIONE DELLE DONNE PER COSTRUIRE IL FUTURO**»

dimostrato un forte senso di adattamento a questa ulteriore sfida. Tuttavia, ritengo ingiusto siano ancora una volta le donne a farsi carico delle responsabilità familiari e sociali, per poi essere lasciate ai margini del decision-making. Nei momenti più bui, la resilienza dovrebbe essere messa in atto dalla comunità intera. Molte donne hanno dovuto rinunciare al loro lavoro per occuparsi dei loro cari o gestire il sempre più pressante carico

Il coronavirus, secondo molti, ha rappresentato un salto indietro per l'empowerment femminile, mentre per altri si tratta di "un'occasione" per far radicare culturalmente un cambiamento. Dove si posiziona?

Direi che potremmo collocarci quasi a metà. E dico "quasi" perché effettivamente si è verificato un passo indietro in tema di rappresentanza, e quindi di empowerment,

SIAMO SU TELEGRAM



LEGALCOMMUNITY
@LEGALCOMMUNITY_IT



FINANCECOMMUNITY
@FINANCECOMMUNITY_IT



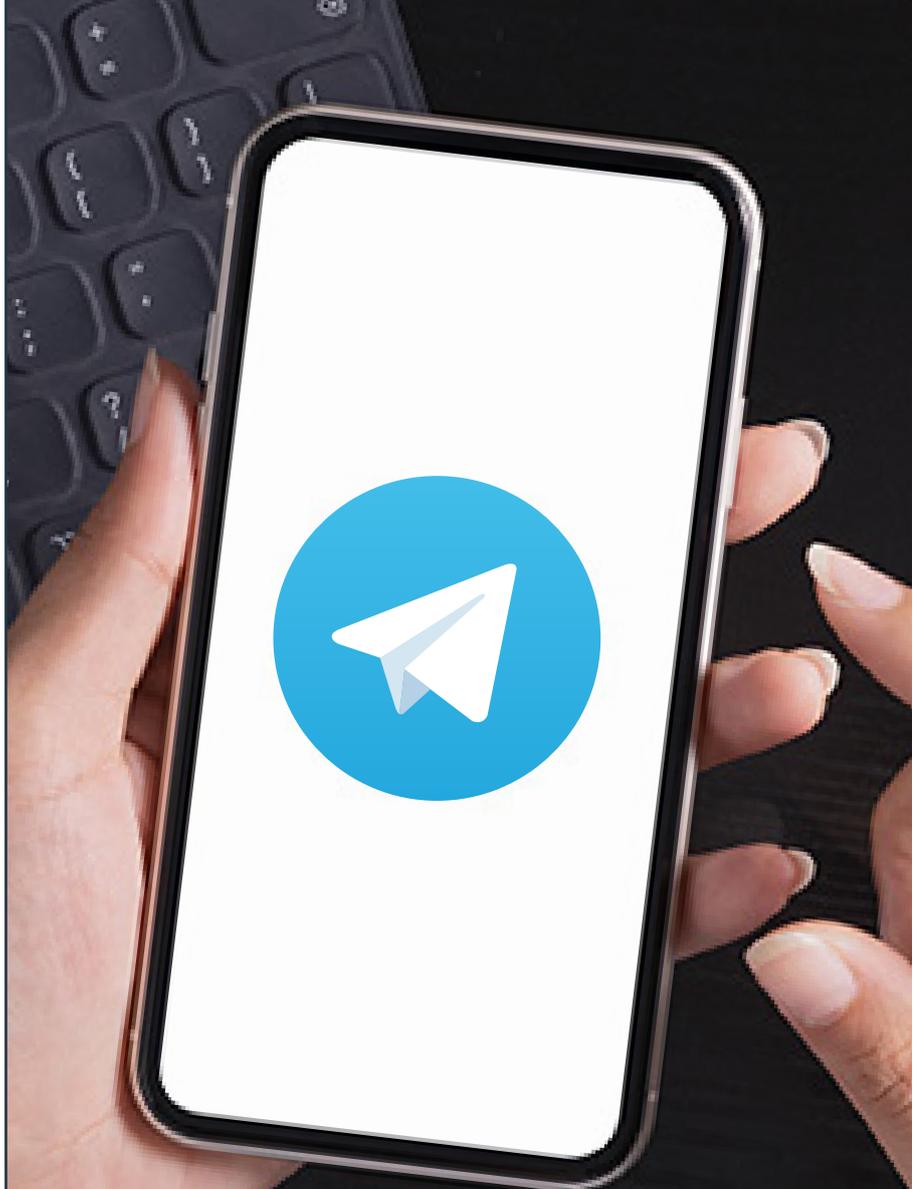
INHOUSECOMMUNITY
@INHOUSECOMMUNITY_IT



FOODCOMMUNITY
@FOODCOMMUNITY_IT



LEGALCOMMUNITYCH
@LEGALCOMMUNITYCH_CH



È DISPONIBILE
UN NUOVO CANALE
PER OGNI TESTATA

ISCRIVITI
PER RICEVERE LE NOTIZIE
E RIMANERE
SEMPRE
AGGIORNATO!

femminile. Ciononostante, il Covid ha scardinato il modello organizzativo precedente e reso il terreno fertile per dare il via a un nuovo modo di concepire la società e il ruolo del valore della diversità. Si tratta per l'appunto di un'opportunità da prendere al volo e ogni passo falso potrebbe danneggiare notevolmente l'instabile situazione di molte donne. L'emergenza sanitaria ha finalmente, e spero sia così, aperto gli occhi su quanto la forza lavoro del nostro Paese sia costituita da donne forti e ambiziose che hanno bisogno, tanto quanto gli uomini, di garanzie circa i loro posti di lavoro e di supporto nei compiti domestici e di cura.

Secondo lei perché, da un punto di vista istituzionale, in un primo momento ci si è quasi dimenticati delle donne?

Molto banalmente perché coloro che si dovevano occupare dell'emergenza in senso stretto erano uomini e, quindi, si rifanno principalmente al proprio contesto di riferimento (maschile) per fare scelte e sono spesso poco consapevoli delle qualità e delle competenze del genere femminile. È uno dei risvolti negativi della scarsa rappresentanza femminile nei ruoli apicali: quando devono essere compiute scelte importanti, viene presa in considerazione solo la visione maschile della realtà. Si considera di fatto che le donne abbiano esigenze pari a quelle degli uomini, non pensando che ci siano i bisogni diversificati, ma l'uguaglianza

sostanziale che si vuole a oggi è assente.

Come Fuori Quota quali proposte avete fatto in questo periodo?

Abbiamo portato avanti un'opera di sensibilizzazione sul tema dell'inclusione nel rilancio del Paese post-Covid. In particolare, abbiamo presentato e veicolato alle istituzioni un documento programmatico con le misure da adottare durante la fase 2 e la fase 3 per migliorare la condizione delle donne nel lavoro e in famiglia. Tale documento è stato formulato grazie al coinvolgimento di tutte le nostre associate, ovvero di donne in posizioni apicali di aziende e/o istituzioni che ci hanno risposto tenendo presenti obiettivi concreti e utili per la società. Inoltre, abbiamo lanciato un appello per dare maggiore rilevanza alla reale situazione di svantaggio sociale delle donne, che il Covid-19 ha reso ancora più schiacciate tra le responsabilità di cura e la carriera professionale.

Avete anche introdotto una valutazione d'impatto di genere. Può spiegarcela meglio?

La Valutazione d'impatto di genere vuole essere un nuovo modo di prendere decisioni che riguardano l'intera società, tenendo conto della diversità quale fattore di sostenibilità. In sostanza, si tratta di dare spazio alla dimensione di genere nell'elaborazione di politiche, programmi, legislazione, progetti e linee di indirizzo strategico. L'adozione della VIG, quindi, permette di integrare i fattori ESG nei processi decisionali della funzione pubblica, con l'obiettivo ultimo di contribuire a una migliore governance

attraverso l'elaborazione di politiche e attività legislative che rispondano meglio alle esigenze di tutti i cittadini.

Cosa ne pensa dell'istituzione di un osservatorio di valutazione di impatto di genere a livello parlamentare?

Proposta ottima da sostenere, ma è importante che ci sia perseveranza e ottimizzazione. Spesso si è sentito di progetti formulati, ma poi finiti nel dimenticatoio, nell'inattivismo. Mi auguro che questo osservatorio sia costruito su basi solide per continuare la sua funzione nel tempo. La questione di genere ci riguarda tutti e non deve essere legata ai partiti politici, ma dovrebbe essere un valore da tramandare di buon grado da governo a governo. Inoltre, è importante che venga data rilevanza ai dati e ai documenti che verranno formulati e si imponga di avere per ogni contesto l'evidenza di dati disaggregati per genere. Se i risultati o i dati rilevati dall'osservatorio rimanessero ignorati, di certo si tratterebbe di una vittoria solo per metà.

Il senato ha approvato la mozione sul sostegno al lavoro alle donne promossa dalle senatrici della maggioranza. Quali misure concrete vede all'orizzonte?

Vedo finalmente delle azioni più mirate. La mozione punta a migliorare quegli stessi aspetti di cui abbiamo parlato nel documento programmatico. Tra questi, ad esempio, l'adozione di misure che permettano di conciliare la vita lavorativa con quella familiare, permettendo congedi parentali più lunghi e rispettando una nuova normativa sullo smart-working.



UN'UNICA AZIENDA, INNUMEREBOLI SOLUZIONI PER TUTTI.

All'avanguardia nel Facility Management per aziende e privati.

PROGECT è una società che fornisce **servizi di Facility management e personale per aziende, studi, stabili, abitazioni private ed ogni tipologia di struttura in ambito nazionale e internazionale.**

PROGECT collabora con i più importanti Studi Legali nazionali ed internazionali **garantendo il funzionamento e la fruibilità continuativa ed ottimale delle strutture immobiliari.**

Eco-sostenibilità, qualità, affidabilità e flessibilità sono i principi ai quali si ispira l'attività di PROGECT che oltre all'utilizzo di procedure per la riduzione dell'impatto ambientale, opera nel rispetto delle più severe norme internazionali vigenti per fornire una piena soddisfazione al cliente.

Progect SA - Facility Management

Lugano

Via Pioda 12
6900 Lugano (TI) Svizzera
tel +41 91.224.69.01
fax +41 91.910.63.37

Milano

Via della Resistenza 121/b
20090 Buccinasco (MI) Italia
tel +39 02.45.71.91.45
fax +39 02.45.70.51.54

Roma

Casella Postale n 17
00040 Monte Porzio Catone (RM)Italia
tel +39 393.00.06.510
fax +39 02.45.70.51.54

info@progect.ch
www.progect.ch

Sono lieta che misure per promuovere l'occupazione femminile siano state messe nero su bianco. Credo che stiamo intraprendendo una nuova strada e con più motivazione, ma la teoria e la pratica devono procedere di pari passo, quindi mi auguro di poter presto osservare e riscontrare risvolti e impatti positivi.

Lei è stata scelta per entrare a far parte della task force di Vittorio Colao. Come ha reagito alla notizia?

Piacevolmente entusiasta, una sfida arrivata inaspettata. Credo che l'apporto femminile alla task force possa permettere di considerare fattori che si tralascerebbero in virtù di soluzioni di carattere tecnico. Spero di mettere ugualmente in risalto il ruolo dell'inclusione femminile ma non solo, non dimentichiamo il terzo settore con il suo ruolo insostituibile rispetto alle sacche più fragili del Paese e le problematiche sorte con il Covid. Spesso il tema che riguarda le donne è immediatamente declassificato. È vero: il coronavirus ha avuto impatti rilevanti su vari ambiti, dal servizio sanitario, al mondo del lavoro, fino all'istruzione. Ma le donne sono presenti in tutti questi settori e le loro esigenze devono essere tenute in considerazione nell'elaborazione di obiettivi e soluzioni di tutte le sfide attuali. In sostanza, il tema della parità non deve essere percepito come a sé stante, ma come trasversale.

Quali sono i suoi obiettivi principali?

Tra gli obiettivi principali c'è il miglioramento della condizione delle donne madri e lavoratrici. La famiglia è importante, ma non

è compito esclusivo della donna prendersene cura: dobbiamo sensibilizzare la società alla divisione dei compiti domestici e familiari.

Quale contributo personale pensa di portare?

Desidero promuovere un cambiamento culturale che in Italia aspettiamo da tempo sulla parità di genere. La mia esperienza dedicata al

e comprensivi di plurimi fattori. Quegli stessi fattori che in altri tempi si sarebbero ignorati perché non considerati importanti, ma che ora vengono segnalati come essenziali, e mi riferisco ovviamente alla parità di genere.

Nella sua carriera quale è stato il modello femminile da cui ha tratto più ispirazione?

Ho avuto riferimenti nella mia

«L'EMERGENZA SANITARIA HA FINALMENTE APERTO GLI OCCHI SU QUANTO LA FORZA LAVORO DEL NOSTRO PAESE SIA COSTITUITA DA DONNE FORTI E AMBIZIOSE CHE HANNO BISOGNO DI GARANZIE CIRCA I LORO POSTI DI LAVORO E DI SUPPORTO NEI COMPITI DOMESTICI E DI CURA».

sociale e il mio interesse per le storie delle persone mi hanno permesso di sviluppare una spiccata sensibilità sulle difficoltà che gli individui possono affrontare ed è questo che spero di infondere nelle soluzioni che verranno formulate. La situazione che stiamo vivendo ci rende più attenti ed è dunque da cogliere come un'opportunità per presentare approcci rinnovati

vita sia di uomini che di donne. Io sono poi affascinata dalla personalità degli individui, amo certi personaggi femminili di libri o di film, ho avuto un maestro importante in un professore di università, un uomo, con qualità di sensibilità pari a una donna. Prima i modelli femminili si trovavano spesso nelle famiglie, oggi si stanno moltiplicando nelle professioni e nella leadership. 🍷



GIOVANNI TOFFOLETTO



MARIANO SPALLETTI

SINERGIE DIGITALI, FARE IMPRESA DOPO IL LOCKDOWN

Lexdo.it e Qonto danno vita a una partnership. MAG incontra Giovanni Toffoletto e Mariano Spalletti che spiegano il progetto: rendere semplice e immediato il processo per la costituzione di un'azienda

Se il futuro è tech, questi mesi di lockdown sono probabilmente stati anche una prova generale di quello che ci aspetta. In particolare, MAG ha voluto ascoltare l'esperienza di **Giovanni Toffoletto**, co-founder e ceo di Lexdo.it, piattaforma di servizi legali online, e **Mariano Spalletti**, country manager della banca digitale Qonto, in occasione di una partnership importante: una vera e propria integrazione dei servizi offerti dalle due società, finalizzata a permettere in maniera semplice, immediata e completamente online l'apertura di una partita Iva o la costituzione di una società, consentendo contestualmente di dotare queste ultime, gratuitamente per i primi tre mesi, di un conto corrente aziendale Qonto. Una reale sinergia quindi, da molti identificata come la strada ideale

per evolvere ed espandere i business emergenti.

Dove è nata l'idea di integrare i vostri servizi?

Mariano Spalletti: Qonto è in una fase di espansione internazionale ed è presente in Italia da circa un anno. Eravamo quindi alla ricerca di partner internazionali di eccellenza che offrissero servizi complementari al nostro: i nostri clienti ci chiedevano un servizio che permettesse loro di costituirsi in società e avviare l'azienda a 360 gradi. Abbiamo quindi puntato alla massima semplificazione e velocizzazione delle pratiche, riuscendo a portare il tempo medio per assolvere a tutti gli adempimenti necessari da molte settimane a pochi giorni o addirittura poche ore, in alcuni casi addirittura completamente online.

Giovanni Toffoletto: Le nostre esigenze erano le stesse. Avviare una società è sempre stato uno degli aspetti di cui i nostri clienti lamentavano la difficoltà: in Italia siamo molto sopra la media europea in termini di tempi, costi e procedure per aprire una nuova azienda. Volevamo ribaltare queste statistiche, e rendere semplice e immediato anche il passo finale per la costituzione di un'azienda: l'apertura di un conto aziendale. Qonto, a questo fine, ci era sembrato un partner ideale. E risultati finora sono stati ottimi.

Anche durante il lockdown? Verrebbe da pensare che non fosse il periodo migliore per pensare di avviare un'impresa...

GT: Lottima risposta ci ha

effettivamente anche un po' sorpreso, ma è stato così: nell'ultimo mese il numero di imprese create è stato il quadruplo di quelle create nel mese del lancio dei nuovi servizi. E ogni mese le richieste sono aumentate del 20% rispetto a quello precedente, e complessivamente del 60% nel "bimestre Covid". Più che un calo di nuove attività aperte, quindi, forse c'è stato un cambio delle loro tipologie: dopotutto gli imprenditori continuano ad avere idee e a proporre progetti innovativi, e molti di questi possono essere legati all'emergenza (penso al delivery, ad esempio).

MS: Anche noi paradossalmente abbiamo riscontrato un trend positivo: nel bimestre marzo-aprile abbiamo acquisito il 55% dei clienti in più rispetto al bimestre precedente, per quanto possa stupire. Ci sono tante aziende, magari anche lontane dai nuovi mezzi tecnologici, che hanno dovuto digitalizzarsi per far fronte all'aumento della richiesta online; e gli imprenditori, anche quelli più restii a queste soluzioni, ne stanno scoprendo i vantaggi. E, una volta scoperti, risulta naturale applicare l'approccio digital a tutte le altre componenti della vita d'azienda.

Secondo voi si è raggiunto un punto di non ritorno? L'emergenza ha definitivamente spostato sul fronte digital il futuro dell'impresa?

GT: Credo che il punto di non ritorno fosse in realtà già stato raggiunto: i trend erano chiari già prima della crisi, che ha però accelerato in maniera sostanziale processi che avrebbero richiesto anni e ora richiederanno mesi o addirittura settimane. Potrebbe essere un aspetto positivo, di rinnovamento, di una crisi che sicuramente ha avuto ripercussioni drammatiche.

MS: L'accelerazione c'è stata, ma rimaniamo comunque indietro di tanti anni rispetto ad altri contesti. La statistica parla di un 75% degli italiani, tra quelli che hanno acquistato online durante il lockdown, per cui è stata la prima volta. O penso alla Cina, in cui l'e-learning è stato adottato dieci anni fa, e noi ci stiamo arrivando adesso. Quest'arretratezza potrebbe costare tanto, a molte imprese, per quanto il Decreto Rilancio potrebbe aiutare sotto alcuni aspetti.

In conclusione, come uscite (si spera) da questo periodo di emergenza sanitaria?

MS: Noi siamo cresciuti sia in termini di clienti che di fatturato. Siamo nativi digitali e quindi naturalmente più efficienti e con meno costi rispetto ad un'azienda tradizionale, e abbiamo continuato ad assumere in tutti questi mesi: certo, durante il lockdown l'impossibilità di vedersi fisicamente ha reso l'onboarding vero e proprio dei neoassunti più lento e problematico. Credo che, per quanto si possa lavorare da remoto, lo zoccolo duro dell'azienda debba poter lavorare insieme.

GT: Anche noi ne usciamo rafforzati, e siamo anche noi tra i pochi in Italia che possono dire di aver continuato ad assumere nuove risorse durante tutto il periodo di lockdown. Stiamo continuando tuttora ad assumere. Cerchiamo figure sia in ambito programmazione, che per il marketing, e soprattutto in ambito legale: laureati in legge che abbiano voglia di cambiare le cose e lavorare in maniera differente.

In ogni caso, per concludere, credo che questa crisi ci stia paradossalmente spingendo nella direzione giusta in molti ambiti: verso la scienza, verso la tecnologia, verso l'innovazione. E, se riusciremo ad uscirne, sarà perché abbiamo investito in questi settori. (g.s.) 



La rubrica Legal Recruitment by legalcommunity.it registra questa settimana **2** posizioni aperte, segnalate da: SC&A - Studio Commercialisti & Avvocati e Studio Legale Sutti.

I professionisti richiesti sono **3** tra dottori commercialisti e avvocati associate.

Le practice di competenza comprendono: tax, corporate finance, contenzioso commerciale e arbitrale.

Per future segnalazioni scrivere a:
francesca.daleo@lcpublishinggroup.it

SC&A - STUDIO COMMERCIALISTI&AVVOCATI

Sede. Padova

Posizione aperta. Dottore commercialista

Area di attività. Tax e corporate finance

Numero di professionisti richiesti. 1

Breve descrizione. Cerchiamo un giovane talento, appassionato di consulenza alle imprese, da inserire nel nostro team Tax e Corporate Finance a Padova: un brillante professionista con almeno 2 anni di esperienza nell'ambito della consulenza economica, fiscale e societaria

Riferimenti. segreteria@studiosca.net

STUDIO LEGALE SUTTI

Sede. Milano

Posizione aperta. Associate

Area di attività. Contenzioso commerciale e arbitrale

Numero di professionisti richiesti. 2

Breve descrizione. L'ufficio milanese dello Studio Legale Sutti seleziona neolaureati in giurisprudenza in Italia fortemente motivati ad intraprendere un percorso di crescita finalizzato ad un inserimento stabile nella practice contenziosa civile dello studio

Riferimenti. Per partecipare alla relativa selezione è necessario sottoporre preventivamente un curriculum vitae completo all'indirizzo recruitment@sutti.com, e, in caso un interesse di massima dello studio per il profilo dell'interessato venga confermato, partecipare a uno o due colloqui sempre presso gli uffici milanesi dello SLS



WEBINAR

LA FILIERA AGROALIMENTARE
CAMBIA PELLE

FOOD BUSINESS

IL CAPITALISMO BUONO DELLE B CORP

CALICI E PANDETTE

ABBASSO LA BANALITÀ E LODE A
PRINCIPESSA BIANCA!

LE TAVOLE DELLA LEGGE (DELIVERY)

SINE E LA GASTRO-FUCINA
NAPOLETANA



MICHELE ANDRIANI



MAURIZIO ZANELLA



VINCENZO ACQUAFREDDA



FRANCESCA CORRADI



GABRIELE CUONZO



RICCARDO FELICETTI

LA FILIERA AGROALIMENTARE CAMBIA PELLE

La crisi sanitaria ha ridisegnato gli equilibri del settore evidenziandone i punti deboli: dipendenza dalla materia prima estera e mancata valorizzazione del made in Italy

di francesca corradi



Dalla produzione primaria alla distribuzione, l'emergenza sanitaria ha cambiato radicalmente gli scenari dell'agroalimentare rafforzando la consapevolezza della centralità della filiera. Ogni crisi porta a un cambiamento che si basa su un processo d'innovazione. Ecco perché, per la ripartenza, serve investire in ricerca e sviluppo e tutelare il made in Italy, anche attraverso strumenti quali la proprietà intellettuale e la blockchain. Questo, in sintesi, è ciò che è emerso durante il webinar organizzato, lo scorso 21 maggio, da *foodcommunity* e *legalcommunity* e in collaborazione con lo studio legale Trevisan & Cuonzo. **Vincenzo Acquafredda**, Partner Trevisan & Cuonzo, **Michele Andriani**, Presidente Andriani S.p.A, **Gabriel Cuonzo**, Managing Partner Trevisan & Cuonzo, **Riccardo Felicetti**, ceo Pastificio Felicetti e **Maurizio Zanella**, Presidente Ca' del Bosco si sono ritrovati - nella tavola rotonda virtuale "From farm to fork. I nuovi scenari della filiera agroalimentare italiana" - a parlare del lockdown e quindi di strategie per rimettere in moto l'economia italiana.



NUOVI EQUILIBRI TRA AGRICOLTURA E GDO

«L'avvento del Covid-19 sembra aver dato una spinta al settore e, probabilmente, anche una nuova chance al Sud Italia», afferma convinto l'avvocato Acquafredda.

C'è però la necessità di ripensare la filiera. In queste settimane sono, infatti, cambiati i comportamenti d'acquisto e consumo - con un boom dell' e-commerce - così come i rapporti tra il settore produttivo e la gdo. Dalle sole politiche di prezzo la bilancia si è spostata, finalmente, anche verso la qualità.

Andriani, l'azienda specializzata in prodotti premium naturalmente gluten free e prevalentemente bio (vedi [MAG 142](#)), punta sulla ricerca - preferibilmente fatta in Italia - che permette all'imprenditore di avere anche più certezze nella pianificazione.

«Noi italiani dobbiamo proteggere la biodiversità e "fare italiano" con le nostre forze, menti e sul territorio. Siamo impegnati, come gran parte del nostro settore, a cercare di unire la necessità tra qualità e quantità per promettere così al consumatore un prodotto e delle condizioni migliori attraverso le filiere agroalimentari», afferma il presidente Andriani.

A proposito di questo l'azienda pugliese ha avviato la filiera di legumi più grande in Italia, oltre 5mila ettari. «L'obiettivo è soddisfare il fabbisogno di materia prima utilizzando esclusivamente prodotti di filiera, che significa unire le esigenze del consumatore con la capacità del mondo agricolo», spiega l'imprenditore.

LA QUALITÀ DELL'AGRICOLTURA ITALIANA VA MIGLIORATA

A proposito di filiera, quella del grano duro, a differenza di altri settori, sembra aver reagito bene. A confermarlo è lo stesso Riccardo Felicetti, nella duplice veste di ceo del pastificio omonimo e presidente dei Pastai italiani di Unione Italiana Food: «È stata molto responsabile a livello generale, a prescindere che la materia prima era già stata raccolta e stoccata e questo non ha fatto altro che favorire il business».

La pasta, tra i prodotti più ricercati in questi mesi sugli scaffali di tutto il mondo, durante il lockdown ha registrato una crescita a doppia cifra e, dopo anni di flessione in Italia, già prima del Covid-19 aveva manifestato dei segnali di ripresa.

La curva di richieste dopo il boom delle prime settimane sembra essersi stabilizzata intorno a metà aprile, con un +10%.

L'azienda trentina, in questi primi mesi del 2020, ha consolidato la presenza anche oltreoceano: «In Canada avevamo una giacenza di magazzino prima di sei mesi e ora di uno solo. Negli Stati Uniti, invece, ad aprile abbiamo dovuto inviare una quantità di merce pari a ciò che di solito smaltiamo, in quel Paese, in un semestre».

Non è tutto oro ciò che luccica perché questa pandemia ha portato anche l'ombra della speculazione: «Un aumento imprevisto e irrazionale della domanda di grano, fino al 50%»,

The Food Industry Monitor

Il cibo è salute.
Scenari competitivi
nell'industria alimentare

26 Giugno 2020 ore 10.00

COSA CAMBIA NELL'INDUSTRIA ALIMENTARE POST-CORONAVIRUS LE PERFORMANCE DELLE IMPRESE E I NUOVI TRENDS DI CONSUMO

10.00 Presentazione dei dati dell'Osservatorio

Gabriele Corte, Direttore Generale, Ceresio Investors
Michele Fino, Professore Associato, UNISG
Carmine Garzia, Responsabile Scientifico Osservatorio



Università di Scienze
Gastronomiche di Pollenzo
University of Gastronomic Sciences of Pollenzo

10.40 Gli scenari competitivi nell'industria alimentare post-COVID

Partecipano:

Leandro Cariolo, Responsabile Marketing & Trade
Marketing, Italiana Zuccheri
Massimo Crippa, Direttore Generale, Colussi Group
Ambrogio Invernizzi, Presidente, Inalpi
Alessandro Santini, Head of Corporate Advisory,
Ceresio Investors
Giulio Stefanini, Professore Associato, Università
Humanitas
Eliana Zamprognà, Chief Technology Officer, Migros



Con il patrocinio di:



Media partner:

In collaborazione con:



11.20 Conclusioni:

Carlo Petrini, Presidente UNISG e
Slow Food International

**Evento in live streaming in collaborazione con
Class CNBC**

Modera: Andrea Cabrini, direttore Class CNBC

Si prega di confermare la partecipazione entro il 19
giugno 2019 al seguente indirizzo mail:
info.sim@ceresioinvestors.com

T: +39 02 30 377 244

F: +39 02 30 377 248

www.ceresioinvestors.com

ha provocato una crescita dei prezzi - afferma Felicetti - un comportamento che ha destato anche qualche preoccupazione al Ministero dell'Agricoltura».

Al netto dell'aumento del fatturato per la pasta quindi non è stato un momento così idilliaco perché gli imprenditori hanno visto assottigliarsi la marginalità, già risicata nel settore.

Il coronavirus ha modificato anche alcuni piani di sviluppo aziendali. «Abbiamo posticipato a settembre il progetto strategico sul packaging e invece, all'estero, rallentato gli inserimenti sugli scaffali della gdo», racconta l'imprenditore di Predazzo.

«Per deficit di volumi e anche per deficit qualitativo, perché non tutto il grano italiano è buono, si usa materia prima estera. Per migliorare la qualità dell'agricoltura italiana ci sono due maniere: provvederle al suo miglioramento con impegno reciproco o denigrare l'agricoltura straniera con effetto boomerang di denigrare quindi i prodotti fatti in Italia con quelle materie prime, come è successo con cinque anni di bombardamento criminale contro il grano canadese».

«Togliere dall'etichetta il tricolore o indicazioni di provenienza da un prodotto, a tutti gli effetti, made in Italy genera confusione. La colpa, di fatto, è nostra perché non siamo stati capaci di difendere la produzione italiana. Non difendendo la produzione industriale non tuteliamo nemmeno quella agricola. Abbiamo perso», tuona Felicetti.

«La proprietà intellettuale può rappresentare uno strumento strategico per valorizzare i processi innovativi e tutelare i prodotti e il made in Italy, determinando importanti

crescite di fatturato», afferma l'avvocato Acquafredda.

NO ALLA DIPENDENZA DALL'ESTERO

A proposito di grano, durante il dibattito si è toccato il nervo scoperto dell'Italia ovvero la grande dipendenza di materia prima dai Paesi esteri. Tra i prodotti più importati ci sono anche i legumi, soprattutto le lenticchie. Inoltre, la maggior parte del bio venduto in Italia proviene da Turchia e Ucraina. «Dobbiamo implementare la nostra produzione, anche attraverso i brevetti varietali - come hanno fatto in Cina triplicando la resa del riso - per sdoganarci dalla dipendenza economica estera», afferma Acquafredda.

“LE CRISI PASSANO MA I VALORI RESTANO”

Tra i settori che più hanno sofferto in questo lockdown c'è sicuramente quello del vino con impatti diversi all'interno della stessa filiera. La crisi ha colpito, in particolar modo, il vino nobile ovvero legato al territorio e alla filiera molto corta. Lo stop dell'horeca ha provocato grandi difficoltà anche a uno dei fiori all'occhiello della Franciacorta: «La ripresa non avverrà prima dell'estate e se andrà bene chiuderemo il 2020 con un calo di fatturato tra il 28 e il 35% in meno», afferma Maurizio Zanella, presidente di Ca' del Bosco. «La coerenza ai propri valori e la calma vincerà e sarà fondamentale per ripartire», dichiara Zanella.

La destagionalizzazione del Franciacorta e di tutti quei vini considerati celebrativi e d'occasione potrebbe giovare.

LA CRISI DELL'AGRIBUSINESS

Il confronto durante il webinar ha fatto riaffiorare non pochi problemi che affliggono il sistema agroalimentare: dall'approvvigionamento della materia prima alla manodopera, concepita ancora come modello servile soprattutto al Sud. «Quest'esperienza, dal punto di vista economico, ci dice che l'Italia ha bisogno di pensare all'agricoltura e alle sue industrie primarie, inclusa quella vinicola, in maniera diversa. Abbiamo delle imprese fantastiche, anche se forse ancora troppo piccole dimensionalmente. Servirebbe più tecnologia applicata non a livello individuale ma collettivo: manca una regia», dichiara Cuonzo. L'epidemia è stato un grande acceleratore e ha mostrato l'importanza dell'agricoltura di precisione, strumenti per migliorare la produzione, e il tema delle varietà vegetali. Le imprese le conoscono molto ma «manca una riflessione integrata», ammette il managing partner. «Quando parliamo di infrastruttura giuridica parliamo dell'infrastruttura di un'economia 4.0. Dovremmo fare uno sforzo collettivo sulle strategie per conciliare e orientare l'ingresso della tecnologia, senza danneggiare l'ecosistema e proteggere il made in Italy», continua Cuonzo. Gli imprenditori e non solo chiedono a gran voce un cambiamento strutturale del settore. Cosa stiamo aspettando? 🍷

IL CAPITALISMO BUONO DELLE B CORP



Le aziende certificate, in Italia quasi cento, restituiscono più di quanto sottraggono ridefinendo un nuovo paradigma di business che concilia l'economia con l'etica.

di francesca corradi



Il capitalismo vacilla e sono sempre di più le aziende B Corp che riscrivono il modo di fare impresa al grido di responsabilità sociale e sostenibilità e lavorano in maniera trasparente promuovendo una forma di capitalismo buono che va oltre l'obiettivo del profitto.

Il primo passo è diventare una Benefit Corporation ovvero un'azienda che, volontariamente, rispetta rigorosi standard sociali e ambientali, non rinunciando naturalmente al guadagno e innovando per massimizzare l'impatto positivo verso i dipendenti, le comunità e l'ambiente.

Il nostro Paese è stato il primo, dopo gli Usa, a introdurre la forma giuridica di Società Benefit, con una legge del gennaio 2016. Questa nuova forma giuridica prevede di rendere espliciti negli statuti societari le finalità specifiche di beneficio comune insieme agli obiettivi di profitto e l'impegno a comunicare annualmente, con trasparenza, i risultati raggiunti.

L'impegno può essere misurato grazie a una certificazione nata negli Stati Uniti e rilasciata dall'ente no-profit B Lab. Si diventa, quindi, una B Corp certificata sottoponendosi al B impact assessment, un test che valuta le performance aziendali sulla base di quattro parametri - governance, persone, community e ambiente - assegnando un punteggio finale. La soglia minima per certificarsi è fissata a 80 punti, che rappresenta il punto di pareggio tra quanto l'azienda prende dalla società e dall'ambiente rispetto a quanto restituisce. Si passa, perciò, da un modello puramente estrattivo a uno rigenerativo e chi intraprende la strada delle certificazioni non è mosso da ragioni commerciali né prevede ritorni economici diretti.

A livello internazionale ci sono oltre 3200 B corporation certificate, distribuite su 71 Paesi e 150 settori economici. In Italia sono già oltre 400 le società che sono diventate Benefit e molte altre stanno completando l'iter. Nei giorni scorsi anche un marchio come Illycaffè ha richiesto un cambio da società d'azione a Società Benefit, a sostegno di un'agricoltura integrata per preservare e migliorare la qualità sostenibile del caffè e di chi ci lavora. Le B Corp in Italia, invece, sono all'incirca un centinaio, fatturano complessivamente 5 miliardi di euro e danno lavoro a circa 9mila persone. Diffondendo un paradigma più evoluto di business sembra innescarsi una competizione positiva, in cui le aziende sono misurate e valutate secondo uno stesso metro: l'impatto che hanno sulla società e sul pianeta. Non sono solo le migliori aziende al mondo ma le migliori per il mondo.



FOODCOMMUNITY

AWARDS

4[^] Edizione

SAVE THE DATE
30.11.2020

ORE 12.00 • MILANO

PARTNERS

大成 DENTONS

FOCUS
ITALIAN LAW FIRM

L'Italia rappresenta la comunità con la crescita più veloce e tra i settori più virtuosi c'è il food.

Fratelli Carli, ad esempio, è stata la prima realtà produttiva italiana a ottenere la certificazione B Corp, mentre la catena Panino Giusto è il primo esempio nella ristorazione. A questi si aggiungono numerose altre realtà tricolori come la startup dell'acqua Wami, Slow Food Promozione, l'azienda di frutta secca bio Damiano Organic, Salcheto, Perlage Wines, Herbatint.

In futuro non sarà più possibile concepire un'azienda che non persegua la duplice finalità di profitto e impatto positivo diventa quindi fondamentale spiegare l'importanza di questa certificazione, soprattutto al consumatore finale. Le B Corp certo non riusciranno, da sole, a rivoluzionare il tessuto produttivo mondiale ma rappresentano, senza dubbio, una soluzione concreta e positiva che crea valore sia per gli azionisti che per tutti gli stakeholder.

LA RIVOLUZIONE PARTE DALLA LIGURIA

Come accennato, la prima realtà produttiva italiana a diventare ufficialmente una Benefit Corporation, nel 2014, è stata Fratelli Carli. L'azienda ligure, che dal 1911 vende per corrispondenza e consegna a domicilio olio d'oliva, oggi conta circa 350 dipendenti e circa un milione di clienti che fanno ordini, nel 70% dei casi, ancora via telefono. Nel 1996 l'azienda è stata, inoltre, fra le prime a muoversi attraverso il canale web e, negli ultimi anni, ha investito nel retail creando una catena di 16 empori.

«In realtà siamo sempre stati una B Corp ma senza saperlo - afferma **Claudia Carli**, brand marketing manager di Fratelli Carli, alla quarta generazione della famiglia omonima -. Al centro del Mediterraneo abbiamo imparato l'importanza della cultura del territorio, la passione per la qualità, il rispetto per i nostri clienti e per il lavoro che



CLAUDIA CARLI



genera valore concreto e rende il mondo migliore. Ebbene, la certificazione B Corp, prendendo in considerazione l'azienda nella sua interezza, ci ha dato la possibilità di mettere un "sigillo" a questo nostro modo di fare impresa e di comunicarlo». Solo vantaggi e nessuno svantaggio nel certificarsi: «Non immaginavamo che il BIA, ovvero l'assessment necessario per certificarsi, fosse uno strumento di autovalutazione e crescita molto efficace - aggiunge Carli -. Lo sviluppo della comunità delle B Corp non potrà che avere impatti positivi sulle persone, le comunità e il pianeta. Abbiamo però un desiderio per il futuro: quello di vedere crescere la consapevolezza dell'importanza e della serietà di questa certificazione, dalle aziende all'opinione pubblica».

IL MONDO PIÙ GIUSTO CON UN PANINO

La catena di ristorazione guidata da **Antonio Civita** e **Elena Riva**, che nel 2019 Panino Giusto ha registrato un giro d'affari di 35 milioni di euro con 33 ristoranti all'attivo, si è trasformata pochi mesi fa da Società Benefit con capitale 100% familiare a prima B Corp italiana del mondo ristorazione.

★ TM ★
WEB EDITION
SAVETHEBRAND

BY FOODCOMMUNITY

L'evento che celebra i brand italiani nel settore del FOOD

14.07.2020

DALLE ORE 19.00

Partners

FOCUS
ITALIAN LAW FIRM

LATHAM & WATKINS

#SaveTheBrand



Per informazioni: francesca.daleo@lcpublishinggroup.it • 02 84243870

PUBLISHING GROUP
LC



ANTONIO CIVITA E ELENE RIVA



GIACOMO STEFANINI



«Lo scorso anno abbiamo valutato opzioni di collaborazione con partner finanziari o industriali, ma abbiamo poi convenuto che la strada migliore per il nostro progetto fosse continuare a investirvi personalmente. Come primo atto del nostro nuovo assetto, ci siamo trasformati in Società Benefit dando piena stabilità all'impresa ed esprimendo i nostri valori sempre più orientati alla cultura della sostenibilità e della responsabilità sociale», ha commentato Civita.

«Rendere il mondo più giusto attraverso un panino è la nuova vision che abbiamo concretizzato entrando nel mondo B Corp», ha dichiarato Riva.

«Abbiamo raggiunto in meno di un anno il punteggio indispensabile alla certificazione. Ci ha aiutato avere già nel nostro Dna la vocazione B Corp, dalla lotta allo spreco espressa dalla scelta di fare panini solo al momento, alle pratiche formative e inclusive per i lavoratori sottoccupati come i giovani migranti, fino al grande spazio occupato dalle donne in azienda, l'80% sono store manager», ha spiegato **Roberta Pontrelli**, CFO Panino Giusto Italia.

L'ACQUA CHE DONA ACQUA

La startup dell'acqua etica Wami è stata, invece, la prima società benefit in Italia nel settore delle acque minerali e nel beverage, così come la prima B Corp, certificata nel 2017 con 97 punti.

«Wami è nata nel 2016 con la sostenibilità ambientale e sociale nel suo Dna: non a caso il nostro nome è l'unione della parola water e mission. Crediamo che la certificazione sia non solo un elemento di grande valore per il consumatore e cittadino del futuro ma anche un dovere per ogni nuova azienda che opera nel nostro settore», afferma il fondatore **Giacomo Stefanini**.

DA PROFIT A BENEFIT

Infine, Slow Food Promozione Srl SB, tra le prime realtà in Italia ad aver compiuto il passaggio da società for profit a Società Benefit, nel 2016, ha recentemente ottenuto la certificazione. La società operativa di Slow Food Italia, che ne condivide le finalità realizzando attività di educazione e promozione per diffondere la cultura del cibo buono, pulito, giusto e sano per tutti, nel 2019 è diventata una B Corp certificata e le sei società dell'universo Slow Food hanno attuato il lavoro agile. 📄

Abbasso la banalità e lode a principessa Bianca!

di uomo senza loden*

Abbiamo vissuto, e ancora stiamo vivendo (giusto in questi giorni ci viene paternalisticamente concesso di tornare alle nostre attività lavorative, anche se l'attenzione è concentrata sulla cosiddetta movida: così si dimenticano i problemi essenziali, quali scuola ed economia), un periodo di forzata immobilità. Abbiamo sofferto per il rallentamento dell'attività fisica (non solo sportiva) e ci siamo dati all'utilizzo compulsivo dei social, a nuove modalità di lavoro (che spesso, di smart, hanno avuto e hanno ben poco), alla ricerca di un nuovo equilibrio con i familiari (abbiamo meglio compreso la frase di Alberto Sordi: "Sposarmi? Ma che, mi metto un'estranea in casa"? E le nostre mogli, compagne o compagni, al pari dei nostri figli, ne hanno condiviso l'ironica

saggezza!), alla riscoperta – o meglio: scoperta - del vicinato. Abbiamo anche rispolverato l'amore per le passeggiate e rivalutato, a proposito di passeggiate, il cane. Addirittura abbiamo manifestato interesse per il bricolage (non è il caso di soffermarsi sui risultati ...). Abbiamo dato il meglio di noi (a dispetto dei soliti ululanti, in Italia il lock down è stato rispettato) e purtroppo anche il peggio: è emersa la mai scomparsa tendenza alla delazione (propria di una minoranza assai aggressiva), alla ricerca della colpa, sempre e rigorosamente negli e degli altri (quando leggo "state a caaaaaasa" mi sale la pressione), la diffusa incomprensione di cosa sia la libertà (per taluni, l'imposizione, ovviamente agli altri, delle proprie idee e di regole

e punizioni esemplari), l'assenza di umanità. Su quest'ultima vorrei soffermarmi: leggere che un cittadino (e non parliamo del terrore nella rivoluzione francese) ha chiamato le forze dell'ordine avendo visto due ragazzi giovani che di sera, in penombra, si stavano baciando, mi ha provocato una stretta al cuore. Non intendo sottovalutare il pericolo del gesto, ma non posso ignorare la grettezza dell'individuo il quale, non avendo evidentemente null'altro da fare se non vigilare dal balcone con animo puro e severo sul comportamento degli altri, avendo individuato due pericolosissimi, nella penombra, si è ben guardato dallo scendere e fare notare ai due ragazzi (chiaramente vinti dal sentimento, anche se solo passeggero, o dal desiderio dell'adolescenza: lo abbiamo dimenticato?), con la dolcezza che sarebbe stata necessaria!, la superficialità del loro atteggiamento, avendo preferito ergersi a difensore della legalità chiamando le forze dell'ordine le quali, implacabili e



inflexibili, hanno applicato la sanzione.

Durante il lock-down abbiamo avuto tempo per pensare e per fare emergere banalità con le quali abbiamo anestetizzato i nostri pensieri e celato il vuoto e le manie di protagonismo: tra queste ha primeggiato, nelle sue varie declinazioni, lo slogan "accetto la sfida!". Abbiamo visto copertine di libri mai letti, fotografie dell'infanzia, immagini da concorsi di bellezza (confesso: non mi ero mai reso conto di essere circondato solo da uomini e donne così belli!), balletti e performance di varia natura, tutorial sui più disparati argomenti.

Tutto questo mi ha fatto meditare sull'enorme quantità di banalità di cui ci circondiamo facendole nostre: frasi, oggetti, comportamenti o desideri. Ne ho elencate alcune. Così, a caso: dichiararsi esperti di vini; essere conoscitori di tutti, dico tutti, i ristoranti stellati; non solo italiani; l'importante non è la meta, ma il viaggio; viaggiando si impara; il cappello di paglia (da uomo) non appena saliamo (anzi: salivamo) sul taxi per andare a prendere il nostro volo low cost (molto Hemingway); la bellezza ci salverà (continuo a ripetere la mia insofferenza verso questa frase: forse perché fiorisce dalle labbra di chi, lock down o meno, problemi di pranzo con la cena non ne ha?); lo yoga e la meditazione; non sopporto il capodanno; ogni crisi cela un'opportunità; la cosa che guardo in una donna sono prima di tutto gli occhi (a cui fa da pendant "di un uomo mi colpiscono le mani").

E infine: lo chardonnay, padre di capolavori (i grandi bianchi francesi: e non solo) e fonte di vini di poco interesse. Banali, appunto. Non quello di oggi, che si inserisce nel solco delle grandi potenzialità di questo diffuso vitigno.

Principessa Bianca I.G.T.

Toscana 2015: Paolo Conterno ci racconta di uno chardonnay di carattere e ci mostra come ci si possa esprimere senza necessariamente ammiccare allo straniero. Il colore giallo dorato desta perplessità, perché potrebbe preannunciare un eccesso di barrique, mentre invece esprime la sua natura di chardonnay. Il naso ci tranquillizza non venendo accolti dalla temuta vaniglia livellatrice, ma da un complesso agrumato non eccessivo (che mal si concilierebbe con l'idea della Toscana della mia infanzia, alla quale questo vino mi riconduce). Seguono note distanti di miele, un richiamo di burro chiarificato, una suggestione di frutta tropicale con sottofondo di ananas. Non mancano fiori bianchi e forse, ma forse, una qualche traccia tra il balsamico e la menta. Al palato, moderatamente fresco e salino, giustamente caldo, elegante, di media lunghezza, equilibrato, corposo senza essere invadente. Abbasso la banalità e viva Principessa Bianca! Con i crostacei: la morte sua!..... oddio, che banalità! 🍷

** l'autore è un avvocato abbastanza giovane per poter bere e mangiare ancora con entusiasmo, ma già sufficientemente maturo per capire quando è ora di fermarsi*

Sine e la gastro-fucina napoletana

di francesca corradi

E dopo l'esperienza delivery c'è quella take away. Il mio primo asporto in lockdown è stato da Sine – Ristorante Gastrocratico. L'insegna di viale Umbria, all'angolo con Corso XXII Marzo, è da mesi nella mia *to do list*.

Il nome del ristorante la dice lunga sulla filosofia di **Roberto Di Pinto**, al timone del ristorante. Sine rappresenta, infatti, l'eliminazione del superfluo, in cucina, in favore del sapore, quello autentico. Il suffisso "gastrocratico", invece, perché si prefigge di offrire un'esperienza gourmet senza chiedere cifre folli.

Lo chef, con il tatuaggio "Peter Pan è ancora vivo", non poteva che reagire con fantasia e determinazione a questo momento di crisi. Di Pinto, infatti, durante il lockdown ha deciso di accelerare l'uscita di un progetto - uno dei tanti già cantiere - sviluppato insieme a Martina, moglie e regista della sala. Sine Fucina Napoletana è una sorta di gastronomia 2.0 con una selezione di piatti della tradizione rivisitati con un tocco partenopeo.

Questa volta partirei dai dolci, in una parola, indimenticabili: dai mini babà al rhum con crema al limone e frutti di bosco, alla "Caprese che voleva essere una Sacher", che non descrivo per non rovinare la sorpresa.

Buono il coniglio in fricassea così come l'ombrina alla plancha e la frisella, non con il solito pomodoro, ma con i moscardini alla Santa Lucia e pistacchi in due consistenze.

Per i clienti nostalgici dei primi piatti del locale, Di Pinto ha ideato, invece, delle box. Nei kit "Cucina tu", per due persone, ci sono tutti gli ingredienti per ricreare, a casa, una ricetta e sentirsi dei veri cuochi. Il risultato è garantito: anch'io sono riuscita a farmi dei deliziosi plin ripieni di genovese di faraona, in soli cinque minuti. Ho notato con piacere anche un packaging ecosostenibile ed elegante.

Obiettivo raggiunto per lo chef che è riuscito nell'intento di trasferire amore e personalità anche nei piatti d'asporto: il risultato è esplosivo.

Visto che ha riaperto i battenti consiglio di prenotare un tavolo perché, oltre a essermi innamorata della carta da parati jungle, si respira una bella atmosfera.

Prezzo: antipasto, piatto principale e dolce (da asporto) a partire da 30 euro. 🍷



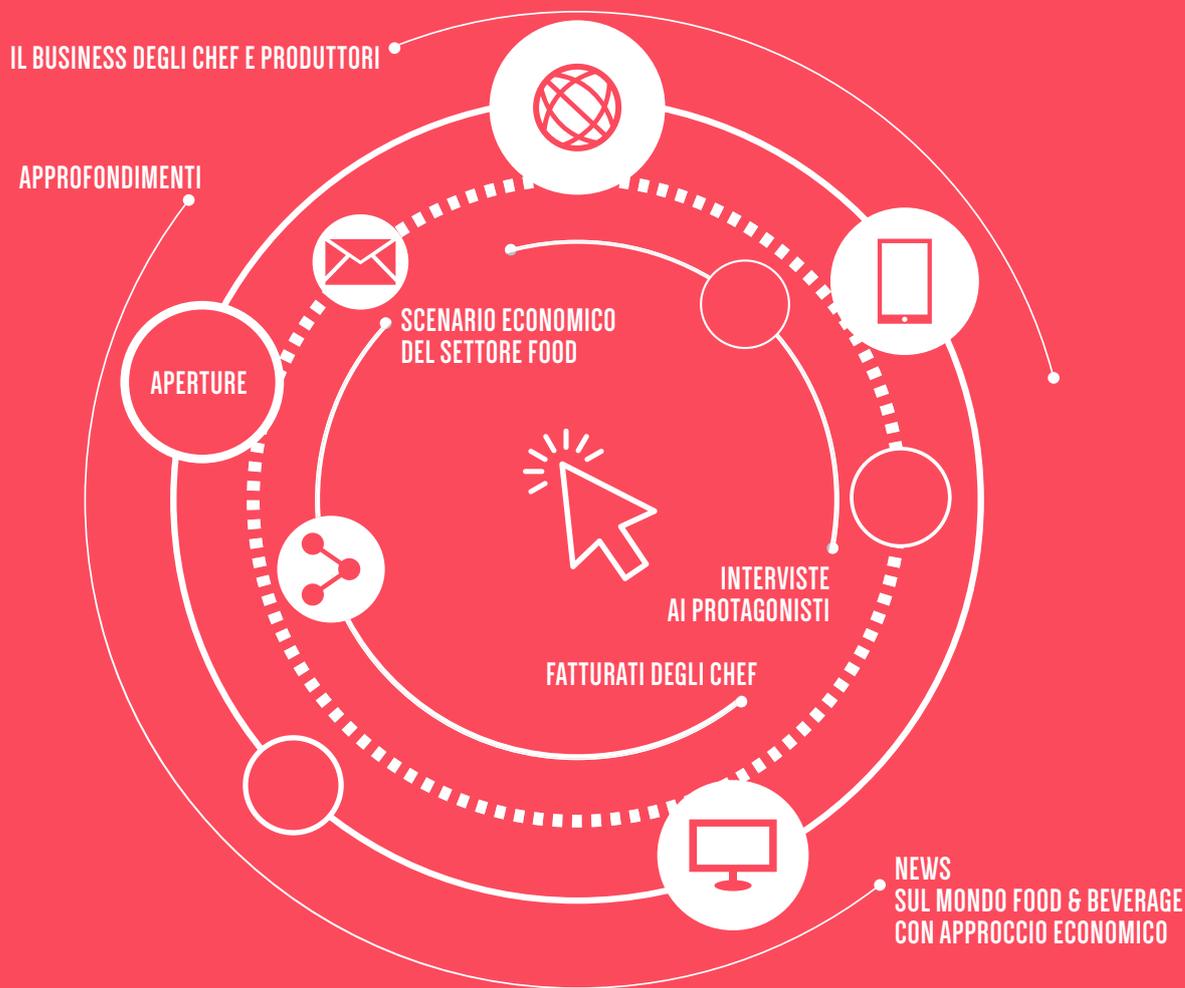
SINE. Viale Umbria 126, Milano - [tel. 3381708473](tel:3381708473) - info@sinerestaurant.com





FOODCOMMUNITY

Il primo strumento di informazione completamente digitale
sui protagonisti del mondo Food in Italia



Seguici anche
sui nostri canali social



Iscriviti alla newsletter
e resta in contatto



www.foodcommunity.it

SAVE THE DATE

Wednesday

14
October



From

7,30
pm

IV EDITION

CORPORATE MUSIC CONTEST

LEGALCOMMUNITYWEEK

MILAN

LC Publishing Group supports



#CorporateMusicContest

If you are a lawyer/banker/legal counsel and you have a band, don't miss the opportunity to play on stage and challenge your colleagues. For information: francesca.daleo@lcpublishinggroup.it • +39 02 84243870