

PIMCO
pimco.it

TRANSIZIONE ECOLOGICA
DAI BIOCARBURANTI
ALL'IDROGENO,
SHOPPING USA
PER LANDI RENZO

di Daniela Polizzi 11



CANDIANI
IL JEANS SOSTENIBILE?
È MADE IN MILANO
E NASCE
NEL PARCO DEL TICINO

di Francesca Garbarini 16

RISPARMIO
FONDI ALTERNATIVI:
QUATTRO IDEE
PER DARE SPRINT
AL RENDIMENTO

di Pieremilio Gadda 26

PIMCO
pimco.it

L'Economia

Risparmio, Mercato, Imprese

LUNEDÌ
1.08.2022

ANNO XXVI - N. 29

economia.corriere.it

del **CORRIERE DELLA SERA**

AL PAESE SERVONO IMPEGNI CONCRETI DEBITO E DEFICIT DEVONO CONTINUARE A SCENDERE

Non ci sono altre strade
per il nuovo governo, che dovrà
scrivere in fretta la legge di bilancio

di **Ferruccio de Bortoli**
Con articoli di **Alberto Brambilla, Paolo Ciozza,
Dario Di Vico, Daniele Manca, Massimo Sideri**
2, 4, 5, 7

PAOLO GRUE/P&G ITALIA «INFLAZIONE E CRISI PROCTER & GAMBLE VA CONTROCORRENTE RILANCIA E INVESTE SUL FRONTE DELL'INNOVAZIONE ITALIA STRATEGICA»

di Isidoro Trovato 9

I PIANI DEL GRUPPO LILLO PODINI: NON SOLO SUPERMERCATI, IL NOSTRO POLO HI-TECH ESPORTERÀ IL SOFTWARE TRICOLORE

di Giulia Cimpanelli 10

Paolo Grue
Alla guida
di P&G Italia

MERCATO IMMOBILIARE
ORA IL BTP BATTE L'AFFITTO
di Gino Pagliuca 39

Distribuito con il Corriere della Sera, non vendibile separatamente. Poste Italiane Sped. in A.P. DL 353/2003 conv. L.6/2004 art. 1, c.1 DCB Milano

DIAMO AI PROGETTI L'ECCELLENZA CHE MERITANO

Parco Tecnologico Energy Park
ha scelto **Mitsubishi Electric**
per la realizzazione di sistemi
per il riscaldamento
e raffrescamento d'aria.

Parco Tecnologico **ENERGY PARK**
(Vimercate - MB)



Mitsubishi Electric è sempre più coinvolta
in prestigiosi e avveniristici progetti,
grazie alla qualità delle sue soluzioni tecnologiche
e ad un'ampia gamma di servizi dedicati
pre e post vendita.
Oggi è il partner ideale perché ha a cuore
non solo il **rispetto ambientale**,
ma anche il **risparmio energetico** che si traduce
in una significativa riduzione dei consumi.

Mitsubishi Electric, il piacere del clima ideale.

COIMASGR

garretti
associati
architects
planners
engineers

**MITSUBISHI
ELECTRIC**
CLIMATIZZAZIONE

LUNEDÌ 1.08.2022

CORRIERE DELLA SERA

22

Imprese & Autonomi

L'Economia

I MERCATI, LE REGOLE

NON È UN PAESE PER (GIOVANI) PROFESSIONISTI

Dal 2009 a oggi il mondo delle libere professioni ha innalzato la sua età media: gli under 34 infatti sono diminuiti del 1,5%. Analizzando i dati tra il 2009 e il 2020, l'intero comparto degli indipendenti fa segnare una riduzione del 10,3% nella quota dei professionisti più giovani. Risulta quindi chiaro l'innalzamento dell'età media dei lavoratori per un mondo che, di contro, sta vivendo una vera e propria rivoluzione digitale.

In una ricerca effettuata da «The European house Ambrosetti» per Conprofessioni, emergono chiaramente nuovi paradigmi delle professioni nella transizione digitale a cominciare da una virtualizzazione della relazione. Al professionista è richiesto un cambiamento: si passa da una relazione occasionale diretta con il cliente, con una comunicazione «on-demand» e dunque saltuaria e onerosa (per entrambe le parti) a una relazione continuativa a costo pressoché nullo ma tramite interfacce digitali che consentono la gestione in tempo reale dei processi. In pratica il cliente sempre di più

I lavoratori indipendenti sono sempre più anziani. Mentre i clienti chiedono una relazione continua usando le nuove tecnologie digitali

di **Isidoro Trovato**



Volti Gaetano Stella, alla guida di Conprofessioni

chiede la facilità di accesso alla prestazione (ad esempio prenotazioni online), visibilità sulla documentazione disponibile (fatturazione, refertazione) e sull'avanzamento del servizio (per esempio lo stato delle pratiche) oltre a una gestione agevole del post-vendita (reclami, rimborsi). Ma tutta questa gestione da terzo

millennio richiederebbe profili molto giovani ed educati al digitale che invece scarseggiano.

Questione di età

«Indubbiamente — concorda Gaetano Stella, presidente di Conprofessioni — il digitale, se ben gestito, crea opportunità in termini di riduzione dei costi e dei tempi operativi grazie ad una standardizzazione delle attività di routine, anche nella relazione con il cliente, creando delle interfacce digitali che lo rassicurino e lo tengano aggiornato. Per riuscire però bisogna puntare a sbloccare gli adeguamenti normativi necessari alle professioni nel loro servizio al Sistema Paese: per esempio in ottica di un ripensamento della normativa sulle aggregazioni tra professionisti, fondamentale per

E
Su corriere.it
 Il sito de L'Economia del Corriere della Sera si è arricchito di una nuova sezione interamente dedicata a professionisti, lavoratori autonomi e partite Iva. Le manovre previdenziali, le misure straordinarie messe in atto per l'emergenza sanitaria: tutte le informazioni su www.corriere.it/economia/professionisti

creare uno studio strutturato e multidisciplinare per consentire investimenti digitali di maggiori dimensioni».

Le soluzioni possibili

Resta il problema del ricambio generazionale. «È un problema che arriva da lontano e ha molte motivazioni — afferma Stella —. Le libere professioni sono meno attrattive del passato per i giovani: si guadagna meno e si ha poca libertà. Ma proprio il digitale può essere la chiave per attrarre i giovani: potranno avere un ruolo più centrale negli studi, grazie alle società tra professionisti potranno diventare più facilmente associati e potranno disporre di maggiore indipendenza lavorativa. E, infine, bisogna prevedere negli studi professionali l'inserimento di professionalità specifiche, per rispondere meglio alle esigenze del cliente e innescare processi diffusi di knowledge sharing, necessari in un mercato sempre più internazionale e privo di confini».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

NEWS DALLE AZIENDE

a cura di CAIORCS MEDIA

MILANO LICENSING DAY

Ritorna l'EVENTO DI NETWORKING dedicato al mondo delle collaborazioni e del co-branding

Torna il Milano Licensing Day, l'evento di networking dedicato al mondo delle collaborazioni e del co-branding, il 15 settembre al Nhow di via Tortona, l'appuntamento che annualmente rappresenta e delinea un mercato che comprende non solo il settore dell'entertainment ma anche quello della moda e dell'alimentare, passando per brand come Armani, Disney e Coca-Cola, e che nel 2020 ha raggiunto, solo in Italia, un valore di 1,2 miliardi di euro. Milano Licensing Day è un'opportunità di incontro e networking, in cui proprietari di brand, licenziatari, agenti di licensing, agenzie di marketing servizi e professionisti della distribuzione si incontrano in un ambiente informale e dinamico, per conoscersi e aggiornarsi sui futuri lanci di nuovi brand e sul mercato del licensing locale e internazionale. I punti di forza dell'evento, giunto alla sua sedicesima edizione e che si svolge nel cuore della Milano del design e dalla moda, rimangono centrali: la location di design, il business matching con nuove aziende e il sempre ricco programma di Pitch. Vista la crescita importante del numero di espositori, l'evento si svilupperà su tre livelli, due dei quali saranno dedicati alle numerose aziende che hanno già confermato la loro presenza. Tra queste Hasbro, Mattel, Mediaset, ma anche Paramount, Rai e Rainbow. Come principale novità

quest'anno avremo inoltre uno spazio completamente dedicato agli eventi speciali, che per l'occasione accoglierà il breakfast di ETS Licensing, il Lunch con Sanrio e il Closing Party di NBC Universal. «È un evento da cui ci aspettiamo grande entusiasmo», sostiene Paolo Lucci, Managing Director di MLD Entertainment, organizzatore dell'evento. «Non tanto per il bisogno urgente di networking dal vivo, che fortunatamente siamo riusciti ad assicurare anche nelle edizioni più critiche del 2020 e



2021, ma soprattutto per il grande interesse sulle collaborazioni. È una tendenza ormai diffusa, non solo nel mercato del fashion e dello streetwear, ma anche ad esempio nella cosmetica o nell'orologeria, e persino nell'alimentare mass market, di sviluppare edizioni limitate che catturino l'attenzione di un pubblico particolare grazie a un personaggio o un marchio. A queste collaborazioni, il licensing offre spunti narrativi estremamente vari e accessibili, grazie alla formula della royalty variabile sul fatturato».

VALVOLA

Un evento per presentare la COLLEZIONE SS23



«Non poteva esserci battesimo migliore», così ha esordito Christian Ricciarini, co-founder del brand pesarese Valvola che insieme al nuovo licenziatario Etiele presenta in anteprima la collezione SS23 di Valvola in una location d'eccezione: Terrazza Duomo 21 a Milano, proprio in occasione del concerto «Love Me» in piazza Duomo organizzato da Fedez, J-Ax e tanti altri performer. Un party-evento a invito, coordinato da Opinion Leader, hybrid agency milanese con 35 anni di esperienza coinvolta per il nuovo lancio del brand. Fulcro della serata la presentazione della nuova collezione SS23, creata dall'ormai consolidata mano dell'ufficio stile Moro Pigatti Home di Padova, e realizzata appunto dal nuovo licenziatario Etiele di Corato, importante produttore pugliese di capi fashion e sportswear. Tra i presenti, imprenditori, influencer, collaboratori e amici del brand, come Filippo Magnini, pesarese come Valvola e orgoglioso di partecipare all'evento, e Marco Melandri (i due insieme nella foto), Matteo Cambi, Myrea Stabile, il Musazzi, Federico Carli in arte «Carletto», Alessandro Prestini, Roberto Ferrari, Dj Marietto e Marco Comollo.

TUCANO URBANO

Nuova campagna video per il CASCO ELTOP con protagonista Lale di «Scherzi a parte»



ElTop è il top, il massimo per tutte le stagioni e le situazioni. Anche se fa un caldo soffocante, anche se piove a dirotto, anche se il sole è accecante... Qualsiasi sia la «catastrofe» imminente, ecco che all'improvviso scatta quel «ma io ho ElTop» e il problema svanisce. Nella nuova campagna social di Tucano Urbano a risolvere le quotidiane sfide di chi si muove su due ruote è sempre ElTop, il nuovo casco demi-jet full optional lanciato sul mercato dai brand milanesi. Tucano Urbano sceglie ancora una volta la strada dell'ironia per dissipare qualsiasi alibi

non usare le due ruote: la campagna è composta da 4 divertenti video pillole di 30" ciascuna, tutte girate negli studi GorillaBase.it dalla casa di produzione BengalaFilms. Il protagonista è Lale, noto al grande pubblico come attore comico e soprattutto come autore del programma TV «Scherzi a parte». Lale porta in scena la parodia del tipico scooterista urbano alle prese con l'ansia da meteo e dal «cosa mi metto». Il lieto fine è assicurato dalla super versatilità e funzionalità del casco ElTop. www.tucanourbano.com

SCHUCO ITALIA

Nato nel 2017, THEATRO è oggi un grande hub per fare progettazione, cultura e impresa

Nel suo primo triennio di attività Theatro ha riunito oltre 20 aziende provenienti da diversi settori e ha preso parte a 176 progetti. Questo, insieme all'organizzazione di circa 25 eventi culturali di rilievo, ha permesso ai partner di entrare in contatto con 2.780 architetti e progettisti. Nato dall'iniziativa dei suoi fondatori Schuco Italia e Thema nel gennaio 2017, si conferma oggi un hub totalmente inedito in Italia e in Europa, pensato per fare progettazione, cultura e impresa. La crescente esigenza di ripensare gli edifici come organismi complessi e interconnessi è l'intuizione che porta Theatro a diventare una realtà indipendente, che mette in sinergia aziende di rilievo nel settore dell'architettura e del design



guidate dall'obiettivo comune di promuovere la buona architettura e una progettazione ispirata al benessere abitativo. Quest'anno lo spazio di Theatro si arricchisce del percorso The build gallery, un luogo per sperimentare soluzioni capaci di integrare design, tecnologia e performance scoprendo i mock-up realizzati da Theatro e dai suoi partner. www.schuco.it

SCHÜCO ITALIA

Nato nel 2017, **THEATRO** è oggi un grande hub per fare progettazione, cultura e impresa

Nel suo primo triennio di attività Theatro ha riunito oltre 20 aziende provenienti da diversi settori e ha preso parte a 176 progetti. Questo, insieme all'organizzazione di circa 25 eventi culturali di rilievo, ha permesso ai partner di entrare in contatto con 2.780 architetti e progettisti. Nato dall'iniziativa dei suoi fondatori **Schüco** Italia e Thema nel gennaio 2017, si conferma oggi un hub totalmente inedito in Italia e in Europa, pensato per fare progettazione, cultura e impresa. La crescente esigenza di ripensare gli edifici come organismi complessi e interconnessi è l'intuizione che porta Theatro a diventare una realtà indipendente, che mette in sinergia aziende di rilievo nel settore dell'architettura e del design



©Stefano Brandolini

guidate dall'obiettivo comune di promuovere la buona architettura e una progettazione ispirata al benessere abitativo. Quest'anno lo spazio di Theatro si arricchisce del percorso The build gallery, un luogo per sperimentare soluzioni capaci di integrare design, tecnologia e performance scoprendo i mock-up realizzati da Theatro e dai suoi partner.

• www.schueco.it •