



WHY  
ITALY  
IS *definitely*  
ALIVE &  
KICKING

Il percorso dell'Advisory Board WPP/The European House – Ambrosetti, giunto nel 2019 all'ottava edizione, attraverso questo pamphlet, celebra ogni anno **dieci aziende operanti in Italia** che si sono distinte per buoni risultati economici, capacità di innovazione, comunicazione attenta e partecipata con i propri stakeholder, attenzione ai territori in cui operano, investimenti e progetti ad alto impatto sociale. L'ambizione è quella di celebrare la “resilienza” e le competenze del sistema-Italia, puntando sulla valorizzazione dell'insieme delle caratteristiche tangibili e intangibili legate alla cultura, all'imprenditorialità e al “saper fare” del Paese.

L'obiettivo ultimo non è tuttavia negare le criticità che interessano l'Italia: d'altronde, la pubblicazione del pamphlet 2019 si inserisce in uno **scenario politico, economico e sociale estremamente complesso**, in cui emerge con molta forza, e da più parti, la necessità di adottare strategie e modelli di sviluppo più virtuosi ed equilibrati.

Si tratta di una sfida molto ambiziosa, che non è facile affrontare, se non segmentando e analizzando la questione della crescita sostenibile nelle sue tante componenti (economica, ambientale, sociale) e riconducendole dopo a unità. In tal senso, al di là dei calcoli sui vantaggi e gli svantaggi economici delle diverse scelte, **imprese e Istituzioni hanno un ruolo vitale per indicare, e quindi determinare, il futuro che si vuole lasciare alle prossime generazioni.**

# INTRODUZIONE

In Italia, una strategia di crescita orientata a una sempre maggiore inclusività e sostenibilità è possibile ma vive oggi alcuni ostacoli, che non sono solo di natura tecnologica o economica, ma anche “culturale” e umana. In questo senso, riteniamo che proprio le Istituzioni, le imprese – e le persone che ne fanno parte – debbano essere messe al centro di questo nuovo cambio di paradigma.

Se di certo tale trasformazione richiederà una stretta collaborazione tra leader mondiali e aziende, per potersi dire efficace, avrà bisogno anche di essere **comunicata, accettata e implementata nella vita di tutti i giorni**. In tal senso, tecnologia e talenti possono rappresentare validi strumenti di azione: ormai presenti in ogni aspetto della vita, dalle smart technology di tutti i giorni fino all’high-tech, le nuove tecnologie possono rappresentare un’arma realmente risolutiva, così come le nuove generazioni, meno propense ad accettare una crescita diseguale, possono rivelarsi l’anima e la guida della trasformazione sociale che il Paese deve affrontare.

Ed è proprio nell’interesse dei giovani che dobbiamo accogliere il cambiamento il prima possibile, ma sta anche alle imprese e ai leader di oggi fornire gli strumenti educativi e l’assetto strutturale necessari a farlo.

Le aziende protagoniste dell’edizione 2019 del “Why Italy is definitely alive and kicking” sono selezionate sulla base degli impatti ambientali e sociali delle loro attività e del loro contributo allo sviluppo del territorio e delle comunità locali.

In particolare, sono state classificate in due cluster di imprese:

- A. Grandi aziende e multinazionali investitrici:** realtà italiane e internazionali di successo e consolidate che si distinguono per la capacità di generare impatti economici, sociali e ambientali positivi, garantendo la crescita dei territori.
- B. Aziende ad alto potenziale:** aziende italiane e internazionali di minori dimensioni che si distinguono per l’elevata rilevanza socio-ambientale delle proprie attività economiche e/o per l’innovatività del business e dei progetti svolti.

Queste imprese non sono necessariamente le migliori e le più innovative del loro settore né rappresentano gli unici casi di successo in Italia, ma le loro scelte strategiche, di investimento e di comunicazione testimoniano la forza dell’Italia che oggi, più che mai, è chiamata a rendere la propria crescita più solida, inclusiva e sostenibile. Queste 10 aziende, si uniscono alle oltre 50 realtà celebrate negli anni precedenti. Queste storie, a nostro parere, rappresentano strumenti e sprone ad andare avanti nella costruzione di un Paese più equo. Su questa sfida, si gioca il futuro delle generazioni future ma anche l’attrattività del nostro Paese nel medio-lungo periodo.

## AB INBEV

Leader globale nella produzione di birra, gestisce un portafoglio ricco e completo, che oggi è organizzato in 3 brand globali (Budweiser, Stella Artois, Corona) e molti brand internazionali e locali (ad esempio, in Italia Birra del Borgo), per un totale di oltre 500 brand.

### REASON WHY

La più grande azienda al mondo nel settore birrario ha conseguito importanti risultati in termini di sostenibilità già nel periodo 2010-2017 e ora, per il 2025, il Gruppo si è posto degli sfidanti obiettivi allineati con i Sustainable Development Goals.

### KEY FACT AND FIGURES

Con 500 brand aggregate in un unico Gruppo, AB InBev serve più di cento Paesi in tutto il mondo, per un totale di 54,6 miliardi di Dollari fatturato e 422 milioni di Euro di fatturato in Italia, dove è attiva con 240 dipendenti (più di 180.000 nel mondo). Il Gruppo è da sempre attento alla qualità, vanta l'assegnazione di oltre 191 Beer Awards, e alla promozione del consumo consapevole (smart drinking).



Gallarate  
Lombardia - Italia

## ABInBev

Tra gli aspetti chiave della strategia degli ultimi anni figura l'orientamento sempre più netto del Gruppo verso la sostenibilità. Un primo set di obiettivi di sostenibilità è stato definito per il triennio 2010-2012 ottenendo, nell'ambito delle attività dell'impresa a livello globale, una riduzione dell'uso di acqua del 18,6%, una riduzione dell'impiego di energia del 12%, l'aumento del riciclo del 99,2% e la limitazione delle emissioni di carbonio del 15,7%. Un secondo set di obiettivi, definiti su 8 aree regionali chiave, ha riguardato il periodo 2013-2017. Tutti questi obiettivi sono stati raggiunti al 100% grazie al commitment dell'intera impresa per la sostenibilità. Tra i risultati di questo percorso si annoverano un risparmio di circa 20 miliardi di litri d'acqua negli ultimi 5 anni e di oltre 140.000 tonnellate di materiale da pacchetti e imballaggi. I nuovi obiettivi definiti nel 2018 per il 2025 spostano il focus dall'interno dell'azienda all'esterno e sono allineati con i Sustainable Development Goals, definiti dalle Nazioni Unite nel 2015. Gli obiettivi da raggiungere nei prossimi 7 anni riguardano 4 aree di azione: nell'ambito della Smart Agriculture l'obiettivo è quello di arrivare a garantire al 100% dei 15.000 agricoltori che lavorano per l'azienda, distribuiti in 15 Paesi, l'accesso a conoscenze agronomiche, tecnologia e strumenti finanziari; sotto l'iniziativa denominata Water Stewardship, l'Azienda vuole portare al 100% le comunità in aree di forte sollecitazione (in termini di scarsità di acqua sicura) che avranno migliorato in proporzione misurabile la disponibilità e qualità dell'acqua, un obiettivo che riguarda il 27% della produzione che proviene da 36 impianti; per la Climate Action, si vuole elevare al 100% l'energia acquisita da fonti rinnovabili, dal 40% del 2017, che significa uno spostamento di 6 terawatt-ora di energia elettrica all'anno verso fonti rinnovabili, rendendo AB InBev uno dei maggiori consumatori di energia rinnovabile al mondo; nell'ambito del Circular Packaging, l'obiettivo è raggiungere il 100% del confezionamento dei prodotti riciclabile o fatto con materiali riciclabili, oggi fermi al 46%, nell'idea che la responsabilità dell'impresa riguarda l'intero ciclo di vita del prodotto e non si ferma al momento del consumo. Il programma prevede il contributo di un braccio operativo interamente dedicato all'innovazione: il 100+Sustainability Accelerator, che coinvolgerà scienziati, tecnologi e imprenditori interessati a sviluppare e far crescere soluzioni innovative in linea con le 4 aree di intervento.

# DIRECTA PLUS

Leader mondiale nella produzione e fornitura di prodotti a base di grafene per il mercato sia consumer sia industriale.

## REASON WHY

I prodotti a base di grafene di Directa Plus sono naturali, chemical-free e realizzati in modo sostenibile. La visione dell'azienda è partecipare alla costruzione di un mondo che sia più pulito e più sano, attraverso la fabbricazione di prodotti e soluzioni naturali e privi di sostanze nocive.

## KEY FACT AND FIGURES

Nel 2018 il fatturato dell'azienda ha raggiunto i 2,3 milioni di Euro (900 mila Euro nel 2017), con 27 brevetti approvati e 20 in corso di approvazione. Con una capacità produttiva di 30 tonnellate di materiali in grafene l'anno, l'azienda è tra i più grandi produttori mondiali di grafene.



Como  
Lombardia - Italia



Il gruppo Directa Plus è composto da Directa Plus Plc, Directa Plus Spa, Directa Textile Solutions Srl, e Directa Environmental Solution, l'ultima integrazione a valle nella catena del valore del settore ambientale. Directa Plus Plc è la holding quotata sul mercato AIM della Borsa di Londra da maggio 2016. Directa Plus Spa, fondata nel 2005 e con sede a Lomazzo, ricopre il ruolo operativo, tra cui ricerca, produzione, gestione della proprietà intellettuale e vendite. Directa Textile Solutions Srl è una filiale di Directa Plus Spa, che si occupa della commercializzazione di membrane tessili funzionali e a base di grafene. Directa Environmental Solution fornirà servizi di decontaminazione nel campo oil& gas. I prodotti a base di nanoplatelets di grafene di Directa Plus – commercializzati con il marchio “Graphene Plus” (G+) – sono naturali, privi di sostanze chimiche, dermatologicamente testati e fabbricati in modo sostenibile. Il processo di produzione, infatti, è progettato per soddisfare requisiti posti da grandi catene di approvvigionamento per volume, costi e controllo di qualità. Il grafene è un additivo e un materiale attivo che, unito ad altri materiali, ne migliora le qualità, consentendo la realizzazione di nuovi prodotti altamente performanti e il rilancio di prodotti maturi. Il suo campo di applicazione è molto vasto, e può coprire diversi settori, da quello industriale, a quello tessile e ambientale. In particolare, nel campo tessile, il grafene riesce a consentire la omogeneizzazione del calore nei capi di abbigliamento in cui viene aggiunto migliorando il comfort termico che si traduce in duplice funzionalità: rinfrescare il corpo in climi caldi, e a mantenere il calore a temperature più basse; ha inoltre proprietà antibatteriche. Capi di abbigliamento con Graphene Plus sono già stati realizzati nello sportswear (Colmar, Oakley), nel workwear & military (Alfredo Grassi) e nel fashion (Loro Piana). Il grafene, inoltre, viene impiegato in molti altri prodotti, tra i quali asfalti e pneumatici, e in soluzioni anti-inquinamento, capaci di ripulire le acque dal petrolio. Nel 2013, Directa Plus, infatti, è riconosciuta dal Ministero dell'Ambiente tra le 10 migliori PMI italiane con tecnologia cleantech (processi e tecnologie a basso impatto ambientale). L'azienda commercializza un prodotto a base di grafene, Grafysorber, in grado di bonificare le acque dagli idrocarburi e da altri contaminanti. La tecnologia sviluppata è realizzata con fogli di grafene e si è dimostrata di gran lunga superiore ai sistemi attualmente disponibili sul mercato sia per capacità di adsorbimento che per possibilità di recupero e smaltimento dei materiali adsorbiti. I test condotti in Italia, Nigeria e Oman, e le attività industriali in corso in Romania hanno infatti confermato una capacità adsorbente del prodotto di ben cinque volte superiore alle soluzioni in commercio: Grafysorber riesce ad assorbire contaminanti per oltre 100 volte il suo peso.

## D-ORBIT

Fornitore di prodotti e servizi per il settore spaziale capaci di coprire l'intero ciclo di vita di una missione spaziale: progettazione preliminare, sviluppo della piattaforma satellitare, manifattura e integrazione, collaudo, lancio e rilascio in orbita, operazioni, e rimozione a fine vita.

### REASON WHY

Benefit Corporation italiana sin dal 2014, la sua Vision è quella di fornire soluzioni end-to-end per migliorare le attività spaziali nuove e tradizionali, incrementare la profittabilità delle attività spaziali e garantire la sostenibilità dell'attività umana fuori orbita.

### KEY FACT AND FIGURES

Fondata nel marzo 2011, ad oggi conta 5 uffici in tutto il mondo, di cui uno in Portogallo, uno negli Stati Uniti d'America, uno in Inghilterra e circa 50 dipendenti. È stata la prima società aerospaziale ad aver ricevuto la certificazione B-Corp in tutto il mondo. Dall'anno della fondazione sono circa 18 i premi e i riconoscimenti ricevuti, tra i quali il B-Corp Best for the World award, attribuito a D-Orbit ogni anno a partire dal 2016.



Como  
Lombardia - Italia



D-Orbit è nata con l'obiettivo di diventare la prima azienda di trasporto orbitale al mondo. Il primo passo è stato quello di progettare D3, una soluzione in grado di permettere agli operatori di rimuovere i propri satelliti dall'orbita in modo sicuro e controllato, garantendo l'abbattimento dei costi e dei tempi di fine missione, e mantenendo le orbite pulite per le missioni del futuro.

Nel 2017, l'azienda ha esteso il proprio business introducendo prodotti e servizi che potessero coprire anche le fasi iniziali e centrali delle missioni satellitari. Questa importante espansione è stata resa possibile dallo sviluppo di "InOrbit NOW", una soluzione che comprende servizi di lancio e posizionamento del satellite, software di controllo delle missioni e una serie di servizi aggiuntivi. InOrbit NOW permette di razionalizzare il lancio, il mantenimento, e il traffico orbitale di costellazioni satellitari che avranno un'importanza sia commerciale che sociale enorme, dal momento che da loro dipendono, ad esempio, sviluppo d'infrastrutture di telecomunicazione nei paesi emergenti, il soccorso in zone affette da disastri naturali e l'agricoltura di precisione.

La visione di D-Orbit è infatti quella di guidare l'industria spaziale verso un futuro sostenibile e proficuo per tutti.

# EUROPEA MICROFUSIONI AEROSPAZIALI

Fonderia ad alta precisione, leader internazionale nella produzione di componenti in superlega – palette e statori per le turbine dei motori aeronautici civili e militari e per la generazione elettrica.

## REASON WHY

Azienda metalmeccanica interamente partecipata da Rolls Royce, dal 2014 ha promosso la creazione di una rete di imprese sul territorio denominata PoEMA (polo europeo microfusioni aerospaziale), un progetto di cooperazione produttiva e tecnologica con tre obiettivi: per crescere, congiuntamente con le altre imprese nella filiera produttiva, (2) stimolare fornitori geograficamente distanti di stabilire basi operative locali e (3) condividere i servizi di welfare di una quindicina di aziende della provincia di Avellino a beneficio dei dipendenti e loro familiari.

## KEY FACT AND FIGURES

Dal 2014 i ricavi sono cresciuti a un tasso composto medio annuo del 17,4%, passando da circa 54 milioni di Euro agli attuali 102 milioni di Euro registrati nel 2018. Anche i dipendenti sono aumentati in modo significativo passando dai circa 450 a 724. Affiancata nei propri piani di sviluppo da Invitalia, all'interno di un piano di investimenti sul territorio, del valore per EMA di circa 48 milioni (di cui 41 per investimenti materiali e 7 per investimenti in R&S) in due distinti Contratti di Sviluppo (TEMA e POEMA fase 1),



Morra de Sanctis, Avellino  
Campania - Italia



Le operazioni sono iniziate nel 1998 come JV fra Finmeccanica e Rolls-Royce, che nel Dicembre 2009 sale al 100%.

L'Azienda è stata affiancata nei propri piani di crescita da Invitalia, con l'attivazione di un primo Contratto di Sviluppo (TEMA) firmato nel 2013 del valore per EMA di circa 34 milioni per investimenti materiali e 2,6 per R&S, ed un secondo Contratto di Sviluppo (PoEMA – fase 1) firmato nel 2016 dalla Rete di Imprese Poema, con un valore dell'investimento materiale di 7 milioni e 4,5 per R&S).

Gli investimenti realizzati hanno richiesto un aumento della superficie degli impianti per aumentare di molto la capacità produttiva.

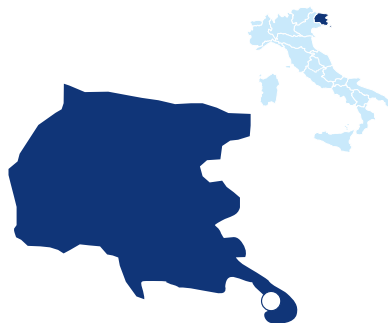
Nel 2014 si costituisce il Polo Europeo Microfusioni Aerospaziali (PoEMA), composto da nove aziende e finalizzato a rafforzare il settore aerospaziale in Irpinia per creare un centro di eccellenza per la tecnologia di fusione di precisione, realizzando, inoltre, un nuovo modello organizzativo, in cui i fornitori sviluppano una collaborazione integrata nello stesso ciclo di manifattura. Il programma di sviluppo si è completato nel 2018, e tutti i partner hanno raggiunto i loro obiettivi dal punto di vista dello sviluppo, della realizzazione degli investimenti e della crescita occupazionale, con circa 200 nuovi posti di lavoro creati. La rete di imprese funge anche da aggregatore di servizi di welfare così da ottenere servizi altrimenti inaccessibili a livello di singola realtà produttiva per la loro ridotta dimensione aziendale. I servizi condivisi ad oggi sono la mensa, l'asilo nido e una Borsa di Studio del valore complessivo di 30 mila Euro con la quale sono stati premiati i figli dei dipendenti per l'anno scolastico 2018 – 2019.

## REASON WHY

Da sempre si impegna in iniziative di tutela e sviluppo di una filiera sostenibile, che gestisce attraverso meccanismi di incentivazione, formazione delle comunità locali attraverso cui questa si articola.

## KEY FACT AND FIGURES

Con 483 Milioni di Euro di fatturato nel 2018 e 1.294 dipendenti nel mondo illycaffè si configura come uno dei principali player nella produzione e commercializzazione di caffè in Italia e nel mondo. A livello globale si contano 259 store monomarca, oltre 1.500 artisti del gusto e 28 Sedi di Università del Caffè nel 2018. Il prodotto, commercializzato in 144 Paesi, in tutti i continenti, è composto da un unico blend di caffè di alta qualità 100% Arabica, proveniente da 9 diverse origini, selezionate di stagione in stagione da oltre 20 aree di produzione.



Trieste  
Friuli Venezia Giulia - Italia



illycaffè ha orientato da sempre le proprie strategie verso un modello di business sostenibile, che integra gli obiettivi economici con quelli sociali e ambientali. L'azienda persegue l'obiettivo di creazione di valore per tutti gli attori coinvolti lungo la filiera produttiva, attraverso un processo di miglioramento continuo: l'azienda ha sviluppato da diversi anni un programma di Corporate Social Responsibility che include sistemi di gestione ambientale, ottimizzazione dell'uso dell'energia, ricerca e innovazione, responsabilità condivisa, tracciabilità della materia prima, supporto alle comunità locali, su un orizzonte temporale e strategico di lungo periodo. La filiera del caffè illy si regge su quattro pilastri fondamentali: selezionare e lavorare direttamente con i migliori produttori di Arabica nel mondo, capaci di soddisfare i requisiti di illycaffè; trasferire loro la conoscenza attraverso gli agronomi illy e l'Università del Caffè, condividendo le migliori pratiche agronomiche per una produzione di qualità nel rispetto dell'ambiente; riconoscere la produzione di alta qualità con un prezzo superiore a quello di mercato, per stimolare il miglioramento continuo e rendere sostenibile la produzione; costruire una Comunità illy che coinvolga i coltivatori e crei una cultura dell'eccellenza, tramite relazioni dirette basate sulla conoscenza, lo scambio e la crescita. Tra le più recenti iniziative promosse dall'azienda compare il progetto di partenariato pubblico-privato, firmato a gennaio 2019, con l'Agenzia delle Nazioni Unite UNIDO, il quale persegue l'obiettivo di sviluppare le filiere agricole in Mozambico, inclusa quella del caffè. L'obiettivo è di incrementare il reddito dei piccoli produttori locali dell'area del Parco Nazionale delle Quirimbas, nella provincia di Cabo Delgado, rafforzando le competenze tecniche e imprenditoriali degli studenti dell'Istituto Agrario di Bilibiza, necessarie per la loro partecipazione attiva allo sviluppo di una produzione sostenibile, una migliore trasformazione del prodotto e una più efficace commercializzazione. Il progetto contribuirà a sostenere la diffusione della cultura del caffè nel Paese, rafforzando la diversificazione delle produzioni agricole locali e offrendo l'opportunità di introdurre sul mercato la specie autoctona Racemosa.



# IREN

Il Gruppo Iren rappresenta una delle più importanti aziende del Paese per la fornitura di servizi di pubblica utilità ai territori, operante quale multiservizi, in particolare nella produzione di energia elettrica e nel teleriscaldamento, nella distribuzione di energia elettrica e di gas, nella gestione del ciclo idrico e del ciclo dell'ambiente, nella vendita di commodity energetiche e di servizi a valore aggiunto.

## REASON WHY

Fin dalla sua nascita nel 2010, ma con 100 anni di storia alle spalle, grazie alla sua dimensione economica e all'attivazione di filiere di fornitura e subfornitura Iren contribuisce ad una significativa creazione di valore aggiunto per i territori e alla loro resilienza e sviluppo sostenibile. I principali impatti positivi del Gruppo sull'ambiente si declinano in quattro macro-aree: la decarbonizzazione, grazie ad iniziative di efficienza energetica e ad un parco di generazione per oltre il 75% rinnovabile o assimilabile; l'economia circolare, con la virtuosità nell'attività di raccolta differenziata e nella valorizzazione dei rifiuti; la gestione delle risorse idriche, con importanti risultati raggiunti nella riduzione delle perdite e nell'aumento della qualità del servizio; le città resilienti, grazie alla leadership nazionale nel teleriscaldamento e nello sviluppo della mobilità elettrica.

## KEY FACT AND FIGURES

Il fatturato al 2018 ammonta ad oltre 4 miliardi di Euro e i dipendenti superano le 8.000 risorse, con una crescita degli occupati di oltre l'80% negli ultimi cinque anni. Conta oltre 1,8 milioni di clienti nel settore energetico, 2,8 milioni di abitanti serviti nel ciclo idrico integrato e più di 2,3 milioni di abitanti serviti nei servizi ambientali. Il Gruppo inoltre, attraverso la propria attività economica diretta e indiretta, attiva filiere di fornitura e subfornitura per un totale di oltre 1,5 miliardi di Euro e occupa oltre 19mila persone aggiuntive rispetto a quelle impiegate direttamente.



Reggio Emilia  
Emilia Romagna - Italia



L'impegno del Gruppo sul fronte della sostenibilità si manifesta attraverso molteplici iniziative che favoriscono la transizione del Paese verso un modello di economia circolare. Iren contribuisce alla sostenibilità dell'energy mix nazionale: dal 2014 al 2018 l'energia elettrica generata da fonti rinnovabili è aumentata del 40,2%, raggiungendo l'equivalente di quanto sarebbe necessario per soddisfare 2 settimane del fabbisogno elettrico del Paese, o quello annuo di circa 900.000 famiglie italiane.

Anche sul fronte della raccolta differenziata, a fine 2018 ha raggiunto, nel bacino servito dal Gruppo, il 64,3% rispetto ad una media nazionale del 55,5% e ormai in linea con l'obiettivo del 65% fissato dall'Unione Europea per il 2035.

Sul fronte dell'efficientamento dell'uso delle risorse idriche, grazie ad azioni mirate, Iren ha abbattuto del 2,5% rispetto al 2017 i consumi di acqua destinata ai processi produttivi.

Gli investimenti e gli interventi sulle reti acquedottistiche hanno consentito, a parità di perimetro, di ridurre del 2,5% rispetto al 2017 i prelievi di acqua dall'ambiente per la distribuzione ad uso potabile, con un conseguente risparmio di 400 tonnellate di petrolio equivalente.

Accanto all'impegno ambientale, il Gruppo ha implementato nel corso degli anni progettualità volte a favorire lo sviluppo delle competenze, un'organizzazione agile e smart accanto a processi strutturati di talent & performance management.

Tali iniziative hanno prodotto, nel 2018, significativi risultati: l'assunzione di 313 nuove risorse (72% sotto i 30 anni), un forte investimento in formazione che ha coinvolto il 95% dei dipendenti e più di 300 persone partecipanti al progetto sperimentale di smart working.

# MONDELĒZ INTERNATIONAL

Azienda internazionale del comparto snacking.

## REASON WHY

Attraverso le proprie attività di business l'azienda ambisce a guidare il futuro dello snacking offrendo lo snack giusto, per il momento giusto, fatto nel modo giusto. Con il purpose "Empower people to snack right", Mondelez International mira a contribuire all'adozione di comportamenti alimentari equilibrati in fatto di snacking, producendo e commercializzando prodotti sicuri e sostenibili in termini di origine, procedimenti di fabbricazione e metodi di consegna, creando un impatto positivo per le persone e per il pianeta. Nel 2018 Mondelez International ha annunciato, all'interno dei suoi programmi di sostenibilità, l'obiettivo di estendere Harmony, l'iniziativa aziendale per l'approvvigionamento di grano sostenibile attiva in sei mercati europei, per coprire entro il 2022 il 100% dei suoi marchi di biscotti nell'Unione Europea, incrementando così il 60% prodotto nell'ultimo anno. Inoltre, da febbraio 2019 la versione classica dell'iconico biscotto Oro Saiwa, presente in Italia dal 1956, viene prodotta esclusivamente con grano 100% italiano.

## KEY FACT AND FIGURES

Multinazionale del comparto dello snacking con prodotti commercializzati in 160 Paesi che ha registrato nel 2018 un fatturato di circa 26 miliardi di Dollari. L'azienda opera in cinque principali segmenti di business che includono le seguenti categorie: biscotti dolci e salati, cioccolato, bevande, formaggi, chewing gum e caramelle. Il portafoglio prodotti di Mondelez International include marchi internazionali quali Cadbury Dairy Milk, Oreo, Milka, Toblerone e Trident e marchi di riconosciuta eccellenza in Italia come Sottilette®, Philadelphia, Fattorie Osella, Oro Saiwa, Tuc, Cipster, Fonzie's, Ritz, Halls e Mikado. Con sede a Milano e due stabilimenti produttivi a Caramagna e Capriata D'Orba, l'azienda è protagonista nel panorama dell'industria alimentare italiana da 50 anni.



ADVISORY BOARD WPP 2019

**Mondelez**  
International  
SNACKING MADE RIGHT

Lanciato per la prima volta 10 anni fa, il programma di agricoltura sostenibile Harmony promuove la biodiversità e le buone pratiche ambientali nella produzione di grano in Europa. Co-creato lungo la filiera del grano, con agricoltori, cooperative e mugnai, il programma richiede l'impegno degli agricoltori partner nel seguire le pratiche sostenibili nella coltivazione e nella lavorazione del grano in cambio di un premio per il loro raccolto.

I principali obiettivi perseguiti dall'iniziativa prevedono l'efficientamento dell'irrigazione, la protezione del suolo, la tutela della biodiversità locale e la riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub>, aumentando parallelamente il profitto degli agricoltori.

L'iniziativa coinvolge 1.700 agricoltori, 13 mugnai e 21 cooperative in Francia, Spagna, Polonia, Repubblica Ceca, Belgio e Italia e consente la raccolta di 177.000 tonnellate di grano Harmony annui. Ad oggi, il 75% dei biscotti venduti in Europa occidentale contengono frumento Harmony o il 60% in tutta l'UE.

Oltre a favorire pratiche di agricoltura sostenibile che vanno nella direzione di limitare l'impatto ambientale delle coltivazioni e ridurre l'impoverimento del suolo, Mondelez ha lanciato a febbraio 2019 un'iniziativa rivolta esclusivamente al mercato italiano.

Da febbraio 2019, infatti, Oro Saiwa Classico utilizza solo grano 100% locale, proveniente da appezzamenti nelle provincie di Alessandria, Asti, Pavia, Torino e Cuneo nel raggio di 75 km dallo stabilimento Saiwa di Capriata d'Orba.

Una scelta che comporta importanti ricadute sulla filiera, coinvolgendo 173 aziende agricole, dodici cooperative, due molini, e un totale di quasi 2.940 ettari seminati per una produzione complessiva di 14.400 tonnellate di grano.

WHY ITALY IS *definitely* ALIVE & KICKING

# NOVAMONT

Azienda italiana leader a livello internazionale nel settore delle bioplastiche e nello sviluppo di bioprodotto e biochemicals, per la produzione di manufatti biodegradabili e compostabili in diversi settori di utilizzo (agricoltura; waste management; food packaging; food service).

## REASON WHY

Promozione di un modello di bioeconomia basato sull'uso efficiente delle risorse rinnovabili e sulla rigenerazione territoriale. Partendo dalle aree locali, Novamont attiva bioraffinerie integrate nei territori, attraverso la riconversione di siti industriali non più competitivi, nel rispetto delle specificità locali e in partnership con tutti gli attori della filiera.

## KEY FACT AND FIGURES

Il fatturato del 2018 raggiunge i 238 milioni di Euro, mentre i dipendenti in Italia si attestano a circa 441 (+5,5% rispetto al 2017), di cui il 95,5% è assunto a tempo indeterminato, il 12% ha meno di 30 anni e il 20% è impegnato in attività di ricerca e sviluppo. L'azienda, inoltre, beneficia del contributo di quasi 260 partnership nazionali e internazionali per progetti di Ricerca&Sviluppo tra imprese, centri di ricerca, università, associazioni ed enti governativi-città. Novamont è attiva all'estero con sedi in Germania, Francia e Stati Uniti e con un ufficio di rappresentanza a Bruxelles (Belgio), ed è presente attraverso propri distributori in oltre 40 Paesi in tutti i continenti.



Novara  
Piemonte - Italia



La realtà industriale Novamont affonda le proprie radici nella Scuola di Scienza dei Materiali Montedison da cui alcuni ricercatori hanno iniziato a sviluppare il progetto di integrazione tra chimica, ambiente e agricoltura. Oggi il modello di bioeconomia di Novamont per la produzione di bioplastiche si fonda su tre pilastri.

Il primo è quello della rigenerazione di siti industriali dismessi o non più competitivi e rigenerati attraverso tecnologie e impianti primi al mondo. In questo modo Novamont contribuisce a rigenerare rivitalizzare aree industriali e rurali a rischio abbandono, con ricadute positive sull'occupazione e sulle economie locali, e allo stesso tempo a ridurre gli impatti ambientali. Nonostante la caratteristica internazionalità che contraddistingue il settore in cui Novamont opera, nel 2018 il fatturato d'acquisto verso fornitori che operano a livello locale italiano – ossia coloro che hanno sede direzionale in Italia – ammonta a 121 milioni di Euro, pari al 62% degli acquisti totali. Il secondo è quello della filiera agricola integrata nei territori e fondata su pratiche agricole sostenibili nel rispetto della biodiversità e degli ecosistemi acquatici e terrestri. Novamont si assicura che la produzione delle materie prime rinnovabili non avvenga in terreni caratterizzati da alta biodiversità e alta riserva di carbonio, promuove buone pratiche agricole e ha siglato accordi di filiera con gli agricoltori e le loro associazioni, che la affiancano nella diffusione di una cultura della sostenibilità. Il terzo è la creazione di prodotti e applicazioni concepiti per risolvere specifici problemi strettamente connessi con la qualità di acqua e suolo, come la gestione del rifiuto organico, la degradazione dei suoli agricoli e l'inquinamento delle acque, creando un sistema virtuoso con benefici a cascata per la collettività.

# OLEIFICIO ZUCCHI

Produzione e commercializzazione di oli di semi e di olive, con la business unit Consumer, tramite la quale produce e distribuisce oli da olive e da semi sia a marchio proprio che Private Label, e quella Bulk, con la quale serve l'industria alimentare come fornitore di oli sfusi.

## REASON WHY

L'Oleificio ha l'ambizione di consolidare la sua posizione in Italia e di conquistare quote crescenti nei mercati esteri facendo leva su un importante disegno strategico che parte dal concetto ampio di sostenibilità, che li vede come primo produttore di Olio EVO sostenibile al mondo.

## KEY FACT AND FIGURES

Con 200 anni di storia alle spalle, il fatturato del 2018 raggiunge i 194 milioni di Euro, con una crescita complessiva del +17% dal 2015 e i dipendenti superano i 150 (il 90% sono a tempo indeterminato). Gli oli dell'Oleificio vengono esportati in 47 Paesi nel mondo.



Cremona  
Lombardia - Italia



Le origini dell'Azienda vengono fatte risalire al 1810 e, storicamente, è stata attiva nella produzione di oli di semi, soprattutto sfusi e confezionati conto terzi. Nel corso degli anni, sviluppa il business dell'olio di oliva e, ad oggi, può vantare numerose certificazioni, ottenute per lo più anticipando i tempi normativi del settore e settando nuovi standard qualitativi tramite delle certificazioni volontarie. Questo tipo di impegno, inoltre, è richiesto ed esteso a livello di filiera alla quasi totalità dei fornitori, che devono rispettare elevati standard di qualità e trasparenza. L'obiettivo strategico primario è quello di caratterizzare la propria filiera, valorizzandola dal punto di vista della sostenibilità.

Dal 2012, con l'introduzione del marchio Zucchi, viene concepito un piano di sviluppo sfidante che vuole far leva sulla condivisione degli obiettivi tra tutti gli attori della filiera. Questa fase di sviluppo viene poi rafforzata nel 2013 con il Progetto di Filiera Zucchi, che porta l'Oleificio tra il 2016 e il 2017 a introdurre sul mercato globale il primo Olio EVO 100% italiano Sostenibile.

Il progetto Filiera si è articolato in tre fasi: la prima fase è stata avviata nel 2013 con il riposizionamento del marchio Zucchi e si è incentrata sulla valorizzazione dell'arte del blending; la seconda fase ha visto lo sviluppo della gamma "Consigliati da Legambiente", tramite un disciplinare sviluppato insieme a Legambiente Onlus; la terza fase ha previsto lo sviluppo, insieme a CSQA Certificazioni, di due ulteriori disciplinari (uno per gli oli EVO e uno per gli oli di semi) che impegnano l'intera filiera produttiva a intraprendere un preciso percorso di affinamento qualitativo, di tracciabilità e di sostenibilità, che impone specifiche più stringenti rispetto ai requisiti fissati dalle normative vigenti. Il forte sviluppo registrato dall'Oleificio Zucchi in questi anni è stato influenzato dai prodotti tracciati e sostenibili che hanno impattato per il 40% sulla crescita di fatturato registrata dal 2015 al 2018.

# PHILIP MORRIS ITALIA

È uno dei maggiori player globali del settore del tabacco, con prodotti venduti in 180 Paesi e un portafoglio che include 6 dei 15 maggiori brand internazionali. First mover nel comparto dei prodotti alternativi a base di tabacco, è impegnata nella progettazione, produzione e commercializzazione di prodotti di nuova generazione, il cui principale prodotto ad oggi è IQOS.

## REASON WHY

Dagli anni '90 ha iniziato un percorso di profonda trasformazione puntando su prodotti alternativi ai prodotti tradizionali del tabacco (tabacco riscaldato e sigarette elettroniche), basati sull'assenza di combustione, in grado potenzialmente di ridurre i rischi per i fumatori. Nel 2014 PMI ha lanciato il primo prodotto a tabacco riscaldato, IQOS, nel mercato italiano e in quello giapponese per arrivare oggi a 47 mercati. L'obiettivo rivoluzionario dell'azienda è di creare un futuro senza fumo, sostituendo le sigarette con prodotti di nuova generazione.

## KEY FACT AND FIGURES

Il Gruppo è attivo in Italia attraverso due affiliate: (i) Philip Morris Italia s.r.l. con sede a Roma che si occupa della commercializzazione dei prodotti del tabacco ed impiega circa 1000 persone; (ii) Philip Morris Manufacturing and Technology Bologna s.p.a. con sede a Bologna, centro per lo sviluppo e la produzione di prodotti innovativi e alternativi alle sigarette tradizionali, che nel 2016 ha inaugurato lo stabilimento di Crespellano (BO), frutto di un investimento green-field di circa 1,2 miliardi di Euro e che, insieme al preesistente stabilimento, impiega ad oggi più di 1.600 dipendenti. Dallo stabilimento partono spedizioni verso oltre 40 Paesi per un valore totale di circa 700 milioni di Euro nel solo 2017. Philip Morris Italia è il primo acquirente di tabacco in Italia grazie agli impegni pluriennali firmati con il MIPAAFT, prevedendo investimenti fino a 500 milioni di Euro complessivi in 5 anni.



Roma  
Lazio - Italia



PHILIP MORRIS  
INTERNATIONAL

L'innovazione introdotta nel mercato da PMI ha l'obiettivo di incidere significativamente sui danni prodotti tramite la combustione del tabacco, grazie alla sostituzione di tale processo mediante il riscaldamento. Questo processo permette di annullare la presenza di fumo, abbassando significativamente i livelli di componenti nocivi e potenzialmente nocivi per la salute.

Gli investimenti complessivi in ricerca e sviluppo di nuovi prodotti, dal 2008 ad oggi, ammontano a oltre 6 miliardi di Dollari, e hanno visto il coinvolgimento di più di 400 scienziati, tecnici e ingegneri che operano in due centri di ricerca di PMI – a Singapore e Neuchâtel – che lavorano quotidianamente per il perfezionamento dei prodotti innovativi.

La produzione degli innovativi stick di tabacco è concentrata in Italia, nell'impianto di produzione di Crespellano (Bologna) grazie al quale, dal 2014 al 2017, è stato calcolato che ogni Euro di investimento ha generato ulteriori 2,1 Euro di acquisti indiretti e indotto pari a 1 miliardo e 700 milioni di Euro, con un moltiplicatore pari a 3,1. Il volume di investimenti ha prodotto un effetto moltiplicatore del valore aggiunto per il Paese, con un moltiplicatore pari a 3, sfiorando quasi quota 4 se si considera l'impatto occupazionale nel sistema economico italiano attraverso la creazione di 10.900 posti di lavoro.

Nel mondo, ad oggi ci sono oltre 10 milioni di consumatori del prodotto manufatto a Bologna, la maggior parte dei quali si registrano in Giappone e Corea, con l'Europa che segue.

# ELENCO IMPRESE EDIZIONI PRECEDENTI

## 2018

- CONAD
- ELICA
- ENEL X
- IMA
- INTERPUMP GROUP
- ISA
- KITON
- SCAVOLINI
- STMicroelectronics
- TOTAL ITALIA

## 2017

- ATLANTIA
- BIESSEGROUP
- CISCO SYSTEMS
- DIASORIN
- DOW CHEMICAL
- FINCANTIERI
- GRUPPO CALZEDONIA
- GRUPPO ERG
- HITACHI
- LA MOLISANA

## 2016

- BAULI GROUP
- BREMBO
- COESIA
- DALLARA AUTOMOBILI
- DE MATTEIS  
AGROALIMENTARI
- ELI LILLY ITALIA
- FINECO BANK
- LUNGAROTTI
- THE NICE GROUP
- TECHNOGYM

## 2015

- ARGO TRACTORS
- AUTOMOBILI LAMBORGHINI
- AZIMUT-BENETTI GROUP
- BLACKSHAPE AIRCRAFT
- BOLTON ALIMENTARI
- FIAMM
- GRUPPO CAMPARI
- LOCCIONI GROUP
- LAVAZZA
- NANNINI

## 2014

- ARTEMIDE
- CANALI
- COMER INDUSTRIES
- FALCK RENEWABLES
- FELETTI
- GUALA CLOSURES GROUP
- LAMINAZIONE SOTTILE
- NONINO
- VALAGRO
- YOOX

## 2013

- AMPLIFON
- ARDUINO
- BRUNELLO CUCINELLI
- EATALY
- FLOS
- GROM
- LAGO
- LUNELLI
- MOLESKINE
- MONCLER
- MUTTI

### DISCLAIMER

Le informazioni contenute in questa pubblicazione non hanno alcuna finalità commerciale, né possono essere in alcun modo riprodotte e riutilizzate per fini non puramente informativi. Tutte le informazioni di base contenute nel testo sono basate su fonti pubbliche che The European House – Ambrosetti può esplicitare a chiunque le richieda. I nomi delle aziende e dei brand citati in questa pubblicazione a fini informativi e scientifici sono di esclusiva proprietà intellettuale delle aziende suddette. Le descrizioni e gli attributi associati a ogni azienda esprimono le riflessioni e l'opinione del gruppo di lavoro The European House – Ambrosetti e in nessun modo quello delle stesse aziende rappresentate.