



**WHY
ITALY
IS *definitely*
ALIVE &
KICKING**

INTRODUZIONE

Il percorso dell'Advisory Board WPP/The European House - Ambrosetti, giunto nel 2021 alla seconda parte della nona 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. Da ormai più di un anno l'Italia, come il mondo intero, sta affrontando un momento particolarmente sfidante, durante il quale tutte le criticità economiche e sociali sono state amplificate dall'emergenza sanitaria legata alla **pandemia COVID-19**. Il biennio che stiamo vivendo rappresenta la resa dei conti nella partita della resilienza delle Nazioni e, dunque, il momento ideale per dare

INTRODUZIONE

l'impulso decisivo al percorso di cambiamento e sviluppo che il nostro Paese ha faticato ad avviare negli ultimi anni.

Il contraccolpo della pandemia si è abbattuto in Italia più pesantemente che sugli altri Paesi europei, con un calo del PIL italiano dell'8,9% nel 2020 a fronte di un calo europeo del 6,2%. Le riforme di cui si è tanto discusso non possono più essere rimandate e gli investimenti pubblici e privati devono riprendere il passo per sostenere il futuro del Paese.

Con il Next Generation EU, l'Italia dovrà cogliere un'opportunità imperdibile di sviluppo, investimenti e riforme per modernizzare la Pubblica Amministrazione, rafforzare il sistema produttivo e intensificare gli sforzi nel contrasto alla povertà, all'esclusione sociale e alle disuguaglianze. In tal senso, imprese e Istituzioni hanno sempre più un ruolo centrale nel tutelare il nostro presente ma, soprattutto, nel disegnare il nostro futuro, con responsabilità, creatività e crescente attenzione alle grandi sfide che la trasformazione costante della società impone.

Le aziende protagoniste dell'edizione 2021 del "Why Italy is Definitely Alive and Kicking" sono selezionate sulla base degli impatti economici, ambientali e sociali delle loro attività e del loro contributo allo sviluppo e all'evoluzione del territorio e delle comunità in cui sono insediate.

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.

Le imprese selezionate vogliono essere rappresentative di quella parte d'Italia in grado di compiere importanti scelte strategiche, di investimento e di comunicazione, testimoniando la forza di un Paese che, oggi più che mai, è chiamato a imprimere una svolta decisiva al proprio percorso di cambiamento e crescita. Queste 10 aziende si uniscono alle oltre 70 realtà celebrate negli anni precedenti. Queste storie, a nostro parere, rappresentano gli esempi da cui trarre la motivazione a procedere nella costruzione di un Paese più equo e di successo. Su questa sfida si gioca il futuro delle generazioni a venire ma anche l'attrattiva del nostro Paese oggi.

BASF

Dal 1946, anno del suo ingresso sul mercato italiano, BASF ha conosciuto un crescente sviluppo nell'industria chimica: un know-how tecnico tra i più elevati al mondo, una significativa tradizione nella chimica, insieme ad un grande potenziale produttivo hanno creato un terreno fertile per lo sviluppo dell'azienda. La sua gamma di prodotti e soluzioni copre quasi tutti i settori industriali: prodotti chimici, prodotti di finitura, catalizzatori e metalli preziosi per catalizzatori, prodotti agricoli, prodotti chimici per l'edilizia, lastre di polistirolo estruso, vernici, poliuretani, specialità chimiche e polimeri, additivi per la plastica e materiali per rivestimenti.

REASON WHY

BASF è un grande Gruppo internazionale con un prezioso patrimonio di competenze e una profonda conoscenza del mercato italiano. Le due dimensioni - internazionale e locale - si combinano per creare sinergie virtuose a vantaggio dei clienti italiani, ai quali BASF può offrire un supporto concreto e specifico. Il tutto sempre nel pieno rispetto dell'ambiente e della salute delle persone. Sostenibilità e innovazione sono infatti i due valori che ispirano l'attività quotidiana che si svolge negli stabilimenti produttivi, negli uffici, nei laboratori, nelle stazioni sperimentali e nei centri di ricerca di BASF.

KEY FACT AND FIGURES

BASF, Gruppo che opera in tutto il mondo, è presente in Italia con 11 siti, di cui 6 produttivi, con circa 1.300 dipendenti. Negli ultimi 5 anni il Gruppo ha effettuato investimenti nel Paese per circa 150 milioni di Euro. Il fatturato 2020 è stato di 1,6 miliardi di Euro con una performance particolarmente positiva (+9,5%) per il segmento Surface Technologies.



Milano
Lombardia - Italia



We create chemistry

BASF ha mostrato un alto potenziale di crescita fin dalla sua fondazione. Le caratteristiche distintive dell'azienda sono la sua esperienza nel settore e lo spirito innovativo e imprenditoriale del Gruppo. Di particolare importanza nello sviluppo della strategia del Gruppo sono i suoi clienti che sono posti al centro dei processi decisionali e delle attività. Dalla calzatura al legno arredo, dal mondo delle auto a quello farmaceutico fino all'agroalimentare, i prodotti BASF entrano da protagonisti nelle filiere del "Made in Italy" e permettono, grazie allo stretto dialogo promosso con i clienti, di creare insieme l'innovazione necessaria per rimanere leader in settori strategici. Ne sono un esempio i prodotti ottenuti da riciclo di biomasse e da riciclo chimico delle plastiche che sono stati introdotti a partire dal 2021 sul mercato italiano e che aiuteranno lo sviluppo sostenibile dei partner industriali italiani. L'azienda, infatti, mira a creare la chimica per un futuro sostenibile. Questo impegno per la sostenibilità è stato, ad esempio, premiato dall'organizzazione non-profit CDP (Carbon Disclosure Project) che ha riconosciuto BASF come leader globale nella gestione delle acque e nella protezione del clima nel dicembre 2020. Inoltre, il Gruppo BASF ha investito 20 milioni di Euro nello stabilimento di Pontecchio Marconi nel 2020 per produrre un nuovo stabilizzante alla luce che aumenta la resistenza dei manufatti in plastica esposti al sole. Questa nuova molecola estende in modo significativo la durata e la resistenza ai raggi UV di teloni e reti per serre e campi a vantaggio delle pratiche agricole sostenibili, riducendo l'uso di materiali polimerici fino al 60% e assicurando che la plastica sia facilmente riciclabile a fine vita.

DAVINES GROUP

Il Gruppo Davines, fondato a Parma come laboratorio di ricerca e produzione cosmetica nel 1983 dalla famiglia Bollati, è oggi una realtà internazionale presente e conosciuta in tutto il mondo per la sostenibilità dei suoi prodotti professionali haircare per i saloni (a marchio Davines), e skincare per istituti di bellezza e spa (a marchio Comfort Zone).

REASON WHY

Il Gruppo Davines si è sempre contraddistinto per la sua attenzione alla sostenibilità e all'impatto ambientale dei suoi prodotti e dei suoi processi. Nel 2016 il Gruppo ha ottenuto la certificazione B-Corp e nel 2019 ha trasformato la sua forma giuridica in società Benefit, il che ribadisce ancora una volta l'impegno dell'azienda ad avere un impatto positivo su tutti gli stakeholder.

Le macro aree in cui l'azienda si è distinta sono: l'assegnazione ai manager di obiettivi legati alla sostenibilità, l'impegno per il raggiungimento di "Net Zero emissions" entro il 2030, la valutazione dell'impatto dei prodotti, il packaging sostenibile, l'impegno sostenibile lungo tutta la filiera (a partire dagli ingredienti), il coinvolgimento di tutti gli stakeholder e le partnership virtuose sui temi della rigenerazione ambientale e sociale.

KEY FACT AND FIGURES

Il Gruppo Davines opera, con i suoi due marchi, in oltre 90 Paesi. Nel 2019 ha venduto 28 milioni di unità con un fatturato totale di 163 milioni di Euro, in crescita del 10% rispetto all'anno precedente. I dipendenti dell'azienda sono stati 709 nel 2019 mentre erano 517 nel 2017. Nel 2016, il Gruppo Davines è entrato a far parte della famiglia B Corp con un punteggio di 99. Nel 2020 si è ricertificato e ha migliorato il suo punteggio arrivando a 117,4 punti.



Parma
Emilia - Romagna - Italia

DAVINES GROUP

La missione del Gruppo Davines è incoraggiare le persone a prendersi cura di sé stesse, dell'ambiente in cui vivono e lavorano e di ciò che amano. L'ideale di bellezza sostenibile ha plasmato l'identità del Gruppo, generando prodotti e progetti ispirati all'equilibrio tra etica ed estetica. Infatti, numerose azioni vengono portate avanti dal Gruppo con l'obiettivo di avere un impatto positivo sulle persone e sul pianeta e di creare valore per tutti i suoi stakeholder.

Per quanto riguarda la riduzione di CO₂, tutte le sedi del Gruppo sono carbon-neutral; in particolare la sede di Parma ha ridotto le sue emissioni del 47,7% rispetto al 2018. Dal 2018 Davines ha adottato l'analisi LCA (Life Cycle Assessment), una metodologia che permette di valutare quantitativamente la sostenibilità dei prodotti in ogni fase del loro ciclo di vita e, di conseguenza, di intervenire per ridurre il loro impatto ambientale.

Per coltivare i valori dell'azienda anche al suo interno, nel 2005 il Gruppo ha promosso la stesura della prima Carta Etica, pensata per migliorare la qualità della vita di chi lavora in azienda ogni giorno. Il 2018 ha visto l'inaugurazione della nuova sede del Gruppo a Parma, il Davines Village, simbolo dei valori di etica, bellezza, sostenibilità e benessere che da sempre guidano l'operato dell'azienda. In linea con lo spirito che anima tutte le attività del Gruppo, il Davines Village è stato progettato per trasmettere un messaggio di profonda attenzione alle persone e all'ambiente e riflette i più alti standard di sostenibilità in termini di energia sostenibile, riduzione degli sprechi, ottimizzazione delle risorse naturali e risparmio di quelle non rinnovabili.

E-NOVIA

e-Novia è un Technology Manufacturer che punta a trasformare le tecnologie in prodotti e i prodotti in imprese, accompagnando ricercatori e manager nel loro percorso imprenditoriale. È in grado, infatti, di far confluire progetti innovativi in imprese dedicate, valorizzando il comportamento imprenditoriale tramite l'assegnazione di quote agli imprenditori basate sul loro coinvolgimento nello sviluppo dell'iniziativa. Si compie così il primo passo per la trasformazione del valore intellettuale in valore di impresa e per l'approdo di tecnologie innovative sul mercato.

REASON WHY

e-Novia è la prima azienda ad aver individuato una soluzione sistemica e scalabile per trasformare la competenza scientifica in valore di mercato, unendo la migliore preparazione tecnico-scientifica europea e l'eccellenza manifatturiera italiana. Quello della Fabbrica di Imprese è un modello di business unico al mondo, costituito da collaborazioni tra università, centri di ricerca e aziende italiane e internazionali. Le Imprese sono focalizzate nelle deep technology e operano in Collaborative Mobility, Humanized Machines e Augmented Human.

KEY FACT AND FIGURES

Oggi e-Novia conta circa 35 progetti imprenditoriali basati su oltre 50 brevetti. Le Imprese della Fabbrica operano in Nord America, Europa e Asia. Il 94% dei talenti che costituiscono il Capitale Umano della Fabbrica possiede un titolo universitario e di questi il 16,4% possiede anche un titolo post-laurea (PhD). L'86% dei dipendenti della Fabbrica ha meno di quarant'anni e il 40% sono donne. Nel 2019, la Fabbrica ha realizzato 10,6 milioni di Euro di ricavi (+26% rispetto all'anno precedente) e un EBITDA di 789.000 Euro (+36%).



e-novia

e-Novia è la Fabbrica dove le idee si trasformano in prodotti, i ricercatori sviluppano progetti imprenditoriali e le startup si modellano in imprese. Dal 2015 e-Novia promuove, costituisce e sviluppa società innovative attraverso la valorizzazione delle proprietà intellettuali sviluppate con università, centri di ricerca e corporate internazionali. e-Novia è presente nella classifica delle 1.000 Europe's Fastest Growing Companies 2021 del Financial Times. A marzo 2021, il Gruppo Nasdaq ha riconosciuto il valore sociale dei progetti di e-Novia e in particolare di una delle sue Imprese, Measy, dando visibilità sulla Nasdaq Tower di New York al progetto Measy Delivery, il primo servizio di consegna a domicilio di quartiere e di alta qualità. All'interno del Portfolio di e-Novia sono presenti imprese in grado di portare significative innovazioni nei settori di riferimento, come: Blubrake (primo sistema di ABS per e-bike ed e-cargo bike completamente integrato nel telaio), e-Shock (impresa specializzata nello sviluppo di tecnologie per il controllo veicolare), Blimp (un dispositivo head-counter 100% privacy compliant in grado di misurare in tempo reale l'audience delle campagne pubblicitarie Out of Home), Smart Robots (un sistema di visione che sfrutta l'intelligenza artificiale per assistere gli operatori nelle postazioni di lavoro manuale in ambito manifatturiero), YAPE (drone di terra autonomo per la low-contact delivery) e Weart (device indossabili per la digitalizzazione del senso del tatto, consentendo agli utenti di "aumentare" le esperienze di realtà aumentata o virtuale).

INSILICOTRIALS

Lanciata nel 2016, è la prima piattaforma al mondo che permette alle aziende e alle istituzioni sanitarie di integrare modelli numerici più avanzati nei loro processi di R&S, permettendo loro di accelerare i tempi e ridurre i costi necessari per sviluppare nuovi dispositivi medici e prodotti farmacologici.

REASON WHY

InSilicoTrials sta rivoluzionando il settore sanitario grazie a una tecnologia all'avanguardia, rendendolo più semplice e conveniente a beneficio delle aziende farmaceutiche e dei produttori di dispositivi medici. Il team dell'azienda copre una vasta gamma di competenze in IT e Cloud, gestione dei dati scientifici e ricerca e sviluppo in campo farmaceutico e biomedico.

KEY FACT AND FIGURES

InSilicoTrials è considerata a livello internazionale un'azienda strategica, affidabile ed economicamente solida. La startup italiana InSilicoTrials ha partecipato a nove bandi di Horizon 2020, vincendone tre, superando notevolmente il tasso medio di successo del 5%. Attraverso la partecipazione a questi tre progetti l'azienda ha raccolto un totale di 1,8 milioni di Euro in 4 anni, coinvolgendo 28 partner, tra cui 12 rinomate università, da 13 Paesi diversi.



Trieste
Friuli - Venezia Giulia - Italia



L'obiettivo di InSilicoTrials è quello di costruire una piattaforma commerciale Software-as-a-Service (SaaS) Cloud per fornire alle aziende sanitarie e ai ricercatori uno strumento integrato e facile da usare per eseguire test computazionali durante il processo di sviluppo e validazione di nuovi dispositivi medici e trattamenti farmacologici. La piattaforma possiede numerose funzionalità, tra cui archiviazione e condivisione di dati clinici, pazienti virtuali, modelli e risultati di simulazione, strumenti di analisi di immagini mediche e segmentazione. Nel 2018, InSilicoTrials Technologies ha acquisito CONSELF, una piattaforma leader nelle soluzioni di simulazione ingegneristica Cloud con oltre 3.000 utenti negli ultimi 3 anni, per rispondere alla crescente necessità di strumenti computerizzati per il test meccanico di nuovi dispositivi medici ottenuti tramite stampa 3D. Basandosi su una solida base di collaborazioni di ricerca e partnership industriali, InSilicoTrials Technologies mira a democratizzare l'uso di modelli numerici e simulazioni nel settore sanitario per accelerare e migliorare i loro processi di innovazione. L'azienda sfrutta una forte sinergia strategica con partner industriali leader di mercato e collaboratori scientifici. Inoltre, InSilicoTrials Technologies è membro dell'Avicenna Alliance (Associazione per la medicina predittiva), della Pistoia Alliance (organizzazione senza scopo di lucro che lavora per abbassare le barriere all'innovazione nelle scienze della vita e nella R&S sanitaria) e del Centro di Eccellenza CompBiomed.

PARMACOTTO

Parmacotto è un'azienda italiana al 100% che produce e vende salumi di alta qualità nella grande distribuzione e nei canali del dettaglio tradizionale. Oltre al "Prosciutto Cotto", che è il core business dell'azienda, Parmacotto è in grado di offrire una vasta gamma di prodotti, dai salumi tradizionali ai prodotti a base di carne pronti per il consumo.

REASON WHY

Fin dalla sua fondazione nel 1978, Parmacotto è simbolo di un prodotto di qualità "Made in Italy". Elementi caratteristici dell'azienda sono la particolare attenzione alla qualità dei suoi prodotti, l'attenzione ai temi della sostenibilità, la tutela e il rispetto dell'ambiente e il benessere di tutti gli stakeholder. Dopo un periodo di crisi, nel 2020 l'azienda è riuscita ad uscire da una situazione di concordato con 2 anni di anticipo, grazie agli ottimi risultati di business e alla grande capacità della sua squadra di manager.

KEY FACT AND FIGURES

Parmacotto ha raggiunto un fatturato di 100 milioni di Euro nel 2020 rispetto ai 55 milioni di Euro del 2015. Nel 2019 l'azienda è cresciuta significativamente grazie all'acquisizione di Cibo Italia, azienda che commercializza salumi italiani nel mercato statunitense, e di Salumi Boschi, storico marchio di salumi di Parma. Nel 2019 l'azienda contava 140 dipendenti e una rete commerciale in Italia di 100 agenti.



Parma
Emilia - Romagna - Italia



Fondata nel 1978, Parmacotto opera nel settore alimentare, in particolare nella produzione di prosciutto cotto e avicoli. Da sempre attenta alla qualità dei propri prodotti è stata una delle prime aziende ad eliminare l'uso dei polifosfati in ricetta. Parmacotto è cresciuta nel tempo anche grazie alla forte tendenza all'innovazione e allo sviluppo di molteplici prodotti. Negli ultimi anni, infatti, ha lanciato referenze come "AZZURRO", il Prosciutto Cotto di alta qualità con il 25% di sale in meno rispetto alla media di mercato, e "ZERO", la linea di prodotti che pone una particolare attenzione al benessere animale, scegliendo carni provenienti da allevamenti che non utilizzano antibiotici fin dalla nascita.

L'azienda sta inoltre lavorando, insieme ad un team di ricerca e sviluppo dedicato, ad un progetto Eco Pack: un packaging 100% riciclabile per ridurre il consumo di plastica non recuperabile con un monomateriale PET per rendere le vaschette totalmente eco-friendly.

Parmacotto si è distinta anche per le sponsorizzazioni attivate affiancando partner eccellenti sia nel campo sportivo sia culturale, condividendo obiettivi e valori che l'azienda sta portando avanti nel suo percorso di crescita.

Per i prossimi anni Parmacotto ha l'obiettivo di portare la qualità dei suoi prodotti "Made in Italy" nel mondo attraverso un progetto di rilancio internazionale con focus sugli Stati Uniti.

PRYSMIAN GROUP

L'azienda è leader mondiale nel settore dei sistemi di cavi: produce e installa cavi terrestri e sottomarini per la trasmissione e la distribuzione di energia elettrica, oltre a cavi speciali per l'uso in varie industrie e cavi a media e bassa tensione per la produzione di edifici e infrastrutture.

REASON WHY

Fin dalla sua fondazione nel 2005, Prysmian Group ha investito nello sviluppo di reti elettriche sostenibili e nella ricerca per un futuro a basse emissioni di carbonio. L'obiettivo del Gruppo è quello di diventare leader nel processo di transizione energetica che prevede importanti attività di decarbonizzazione e lo sviluppo di diverse fonti di energia rinnovabile. Il modello di business del Gruppo si basa su un concetto di valore condiviso che prevede l'ascolto e la soddisfazione delle esigenze di tutti gli stakeholder. Il Gruppo fa inoltre parte dell'indice FTSE4Good Global, che include le aziende che adottano politiche di governance etiche e trasparenti tendendo al concetto di sostenibilità.

KEY FACT AND FIGURES

L'utile netto della casa madre nel 2020 ha raggiunto i 178 milioni di Euro e i ricavi sono stati pari a 10 miliardi di Euro. Grazie all'acquisizione di General Cable nel 2017, l'azienda è ora presente in più di 50 Paesi con 104 fabbriche e oltre 28.000 dipendenti.



Milano
Lombardia - Italia

Prysmian Group

Linking the Future

Il Gruppo Prysmian è leader nel settore dei cavi e dei sistemi per l'energia e delle telecomunicazioni da oltre 140 anni. Questa leadership è dovuta a un alto livello di competenze esecutive, alla capacità produttiva del Gruppo e ai grandi investimenti nell'innovazione. L'anima di questa crescita sostenibile è la produzione: per renderla il più efficiente possibile, l'azienda dispone di un "Manufacturing Efficiency Team", composto da esperti di stabilimento e laureati, che analizza l'efficienza della forza lavoro e dei macchinari, identificando le opportunità di miglioramento, condividendo la metodologia e monitorandone l'implementazione. Gli investimenti fatti dall'azienda stanno contribuendo a questa crescita: nel 2019, l'azienda ha investito circa 106 milioni di Euro in R&S e possedeva circa 5.900 brevetti in portafoglio. Il Gruppo mira ad avere una strategia sostenibile con l'obiettivo di aumentare la quantità di rifiuti riciclati e ridurre le emissioni. L'azienda prevede di investire 100 milioni di Euro per i prossimi dieci anni in diversi progetti finalizzati alla riduzione delle emissioni dalle proprie attività del 46%. L'investimento contribuisce alla realizzazione della strategia climatica del Gruppo, che adotta target Science - Based allineati ai requisiti dell'Accordo di Parigi, che stabilisce l'obiettivo di azzerare le emissioni nette tra il 2035 e il 2040 per le emissioni generate dalle proprie attività (Scope 1 e 2) ed entro il 2050 per le emissioni generate dalla catena di valore (Scope 3). Ad integrazione degli obiettivi fissati nella strategia climatica, il Gruppo ha ampliato l'impegno profuso nell'ambito della sostenibilità con la "Social Ambition", fissando nuovi target che vertono su aree chiave quali diversity, equality e inclusion, inclusione digitale, supporto alle comunità locali e monitoraggio degli impatti, engagement dei dipendenti e upskilling.

GRUPPO SANPELLEGRINO

Il Gruppo Sanpellegrino, parte del Gruppo Nestlé dal 1998, è considerato un'eccellenza italiana nel settore delle bevande, grazie ad un ricco portafoglio di acque minerali, aperitivi analcolici e bibite, come il "Chinotto" e l'iconica "Aranciata". I suoi prodotti sono presenti in oltre 150 Paesi del mondo.



REASON WHY

Da sempre il Gruppo Sanpellegrino è impegnato nell'adottare politiche e strategie aziendali volte alla creazione di valore condiviso da un punto di vista economico, sociale e ambientale per tutti i suoi stakeholder. Un impegno che può essere suddiviso in tre macro-aree: le persone e famiglie, sostenendone la salute e il benessere; le comunità, attraverso la cura delle sorgenti e delle comunità in cui il Gruppo opera; il pianeta, garantendo l'accesso alle risorse alle generazioni future, salvaguardando l'ambiente e combattendo i cambiamenti climatici.

La missione dell'azienda vive attraverso i suoi marchi. Ogni brand ha un suo "purpose", ovvero un suo modo di declinare gli obiettivi comuni per portare valore a individui, famiglie e società.

KEY FACT AND FIGURES

Il Gruppo Sanpellegrino ha generato nel 2020 un fatturato di 893 milioni di Euro. Il fatturato generato sul mercato estero, in oltre 150 Paesi, ha rappresentato il 64% del fatturato totale. Il Gruppo Sanpellegrino ha 1.500 dipendenti.



Assago
Lombardia - Italia

Il Gruppo Sanpellegrino ha un portafoglio prodotti diversificato e di qualità, in modo da offrire al consumatore il prodotto (acqua e soft drink) e il packaging (tipologia e formato) che meglio risponde alle sue esigenze. Il Gruppo ha intrapreso da tempo un viaggio ben definito verso la sostenibilità che, tenendo come riferimento i temi centrali del modello di creazione di valore condiviso, si declina in obiettivi e azioni concrete. Trattando un bene vitale come l'acqua, Sanpellegrino lavora da anni con l'obiettivo di salvaguardare le risorse idriche, attraverso progetti e attività volte a valorizzare questo bene prezioso e vitale e a promuovere una vera e propria "cultura dell'acqua". L'azienda ha aderito all'Alliance for Water Stewardship, uno standard di riferimento internazionale per promuovere la gestione sostenibile e condivisa delle risorse idriche, condividendo le conoscenze e collaborando con il territorio e le comunità locali ed entro il 2025 si impegna a certificare tutti i suoi stabilimenti. Le altre azioni a tutela del pianeta si declinano nella riduzione degli impatti delle attività nell'intero ciclo di vita: negli stabilimenti - dal 2011 l'azienda utilizza il 100% di energia elettrica da fonti rinnovabili -, nella distribuzione, privilegiando l'uso di mezzi verdi sia a terra sia in mare. Per quanto riguarda il packaging, il Gruppo è sempre stato all'avanguardia, lanciando in Italia la prima bottiglia in pet riciclato non appena la legge lo ha consentito (prima nel 2011 con il 25% e poi nel 2021 con il 100% di RPET). Si è posto, inoltre, l'obiettivo di utilizzare in tutte le sue bottiglie di plastica entro il 2025 almeno il 50% di PET riciclato. Condividendo le grandi sfide globali, in linea con l'SDG 11, l'azienda ha assunto pubblicamente l'impegno a contrastare il cambiamento climatico annullando le emissioni di CO₂ dei suoi marchi internazionali S. Pellegrino, Acqua Panna e bibite Sanpellegrino e del brand italiano Levissima coinvolgendo tutta la filiera in Italia e nel mondo, entro il 2022.

SAVE THE DUCK

Forset è un'azienda di abbigliamento fondata nel 1914. Nel 2012 Nicolas Bargi, esponente della terza generazione, lancia il marchio Save the Duck partendo dalle sue stesse convinzioni etiche. Obiettivo: creare un prodotto che rispetti gli animali, l'ambiente e le persone. L'azienda produce piumini e capispalla che sono 100% animal-free, e la sua missione è quella di salvare il pianeta e promuovere una politica per la protezione degli animali.

REASON WHY

Fin dalla sua fondazione, il marchio Save The Duck ha avuto come obiettivo la creazione di un prodotto che non fosse solo rispettoso dell'ambiente ma che fosse anche "100% animal-free".

KEY FACT AND FIGURES

Riguardo all'espansione territoriale, Save the Duck è presente in 38 Paesi al mondo. L'export ha superato il 60% delle vendite grazie a una selezionata rete di negozi wholesale. Tra i principali mercati serviti, oltre all'Italia, ci sono Stati Uniti, Germania, Austria, Svizzera, Benelux, l'area scandinava e il sud-est asiatico. Tra il 2018 e il 2019 l'azienda ha aperto i suoi primi negozi monomarca costruiti con materiali innovativi e sostenibili a Milano, Venezia e Hong Kong. Nel 2020 l'azienda ha raggiunto un fatturato di 35,5 milioni di Euro con circa 50 dipendenti, in crescita del 30% rispetto al 2019. Per il 2021 si prevede di raggiungere quota 48 milioni di Euro con un EBITDA del 17%.



Milano
Lombardia - Italia



L'attenzione alla sostenibilità è nel DNA di Save The Duck che, con una produzione di oltre 650.000 capi di abbigliamento, nel 2020 si è affermato a livello globale come un marchio premium. Il brand è riconosciuto per la sua vasta gamma di capi che non utilizzano alcun materiale di derivazione animale. Un numero su tutti: sono oltre 20 milioni le oche finora salvate. L'azienda ha l'obiettivo a lungo termine di "vivere in un mondo completamente privo di crudeltà nei confronti degli animali". La chiave del successo è un'attenta scelta dei materiali insieme alla ricerca di stile ed estetica. La qualità e la tenuta dei materiali sono state testate anche in condizioni estreme (come sull'Everest e sul K2).

Save The Duck è stata la prima azienda fashion in Italia ad ottenere la certificazione B Corp riservata ai best performer a livello sociale e ambientale con un punteggio di 95. L'azienda, che è anche Società Benefit, collabora con diverse associazioni per il benessere globale, tra cui "Save the Children". Nel 2019 Save The Duck è stata dichiarata "Azienda dell'Anno" dalla no-profit a sostegno dei diritti degli animali PETA (People for Ethical Treatment of Animals). Nel 2020 l'azienda ha aderito allo United Nation Global Compact (UNGC) impegnandosi, dall'anno successivo, a pubblicare un report annuale chiamato "Communication on Progress" nel quale vengono segnati i progressi fatti riguardo ai 10 principi guida dell'UNGC e ai WEP's (Women's Empowerment Principles) per la promozione dell'uguaglianza di genere lungo la catena del valore. Entro il 2030 Save The Duck diventerà carbon neutral.

TECHNOPROBE

Technoprobe è specializzata nella progettazione, sviluppo e produzione di probe card (letteralmente: schede sonda) per il test di funzionamento dei chip.

È il secondo produttore di probe card al mondo in termini di volumi e fatturato.

REASON WHY

In pochi anni, Technoprobe è passata da essere una semplice PMI con sede nel cuore della Brianza ad un'azienda multinazionale italiana, leader mondiale nel settore dei semiconduttori e della microelettronica. Con headquarter a Cernusco Lombardone, comune della provincia di Lecco alle porte di Milano, Technoprobe ha 11 sedi nel mondo, tra Europa, Asia e Stati Uniti. I suoi clienti sono i grandi colossi mondiali della microelettronica, dell'informatica e del digitale.

KEY FACT AND FIGURES

Nata nel 1995 in un garage, da un'idea imprenditoriale del suo fondatore Giuseppe Crippa, Technoprobe conta oggi più di 1.700 dipendenti (1.080 in Italia) e un fatturato consolidato 2020 di 320 milioni di Euro, numeri in costante crescita.



Cernusco Lombardone
Lombardia - Italia



L'azienda, che in soli 25 anni dalla sua fondazione è diventata leader del mercato italiano e seconda al mondo nel settore della microelettronica, deve parte del suo successo alla creazione della Probe Card: una scheda elettronica in grado di testare, come interfaccia prima del loro utilizzo, i microchip che verranno inseriti in smartphone, tablet o dispositivi prodotti dai colossi mondiali dell'high-tech. Le probe card di Technoprobe sono dispositivi all'avanguardia, altamente tecnologici e fatti su misura per i prodotti dei clienti, che consentono di testare il funzionamento dei chip durante il loro processo di costruzione quando si trovano ancora sul wafer di silicio. Si tratta quindi di progetti e soluzioni tecnologiche che garantiscono il funzionamento e l'affidabilità dei dispositivi che sono nel cuore del mondo dei computer, degli smartphone, del 5G, dell'Internet of Things, della domotica, dell'automotive. L'azienda ha inoltre un progetto ambizioso: creare un polo tecnologico di eccellenza in Italia in ambito semiconduttori. Per raggiungere questo obiettivo, oltre alle 500 assunzioni avvenute (in Italia) nel 2020, l'azienda prevede altre 1.500 assunzioni in Italia nei prossimi 4 anni. Nel 2021 verranno inaugurate 2 nuove fabbriche (una situata ad Agrate Brianza e l'altra a Cernusco Lombardone) e a fine anno si avvierà la costruzione di una nuova mega fabbrica di 25.000 m.q. situata ad Agrate.

GRUPPO TEDDY

Il Gruppo Teddy è un colosso dell'abbigliamento italiano che opera nel mass market. Il Gruppo opera in quasi 40 Paesi, attraverso la distribuzione retail e 90 sono le nazioni raggiunte dalla distribuzione wholesale. I marchi di proprietà del Gruppo sono cinque: Terranova, Rinascimento, Calliope, Kitana e QB24.

REASON WHY

Fin dalla sua fondazione, il Gruppo Teddy ha dimostrato una forte attenzione ai temi della sostenibilità e della responsabilità sociale d'impresa, in particolare riguardo agli aspetti economici e sociali. In particolare, il Gruppo, oltre a lavorare a un piano pluriennale di sostenibilità che valorizzi e consolidi le performance ambientali e sociali già in atto da anni, nel febbraio del 2021 ha completato la costruzione di un hub logistico di 79.000 mq con un investimento di 70 milioni di Euro per un migliore servizio al cliente e un business più sostenibile.

KEY FACT AND FIGURES

Nel 2019 l'azienda ha registrato un fatturato di 621 milioni di Euro. Per il 2021 l'azienda prevede di aprire 93 negozi in numerosi Paesi del mondo: in Italia, dove Teddy realizza il 56,4% del suo fatturato, saranno realizzati nuovi negozi a Pistoia, Ravenna, Roma, Palermo e Taranto. Altre aperture sono previste in Austria, Malta, Grecia, Bulgaria, Bielorussia, Romania, Ucraina, Marocco, Giordania, Egitto, Russia e Filippine.



Rimini
Emilia - Romagna - Italia



Il Gruppo Teddy, leader in Italia nel settore dell'abbigliamento, è un punto di riferimento per tutto il settore retail. La strategia vincente del Gruppo è quella di possedere sia negozi monomarca a gestione diretta sia negozi in franchising. La formula del franchising, attraverso la quale sono gestiti circa il 70% dei negozi, è di fondamentale importanza perché il Gruppo punta molto sulla professionalità e sul know-how dei franchisee e sulla loro conoscenza del mercato locale. Ormai dieci anni fa, continuando la sua espansione geografica e la continua apertura di nuovi negozi, ha lanciato il suo primo e-commerce a marchio Terranova, sviluppando negli anni successivi anche quello degli altri brand. Il Gruppo Teddy sta investendo verso un business più sostenibile dotandosi di un piano di sostenibilità pluriennale, che valorizzi e consolidi le performance ambientali e sociali già in atto da anni. Ha aderito al programma internazionale Zero Discharge of Hazardous Chemicals, che mira a ridurre drasticamente le sostanze chimiche pericolose in tutta la catena di approvvigionamento e ha in atto un programma dettagliato per qualificare i suoi fornitori per garantire condizioni contrattuali eque e nel rispetto dei diritti civili. A questo si aggiunge l'investimento del nuovo centro di distribuzione logistico di 79.000 mq vicino a Rimini per una distribuzione più performante e una gestione degli acquisti più efficiente, riducendo l'impatto ambientale della filiera. Il centro è stato realizzato con criteri di sostenibilità ambientale e sarà certificato con la certificazione Leed Gold.

ELENCO IMPRESE EDIZIONI PRECEDENTI

2020

- ANGELINI PHARMA
- NESTLÉ
- GSK VACCINES
- SKY ITALIA
- EOLO
- A2A
- VITTORIA
- CELLI GROUP
- AMADORI
- DANONE COMPANY ITALIA

2019

- AB INBEV
- DIRECTA PLUS
- D-ORBIT
- EUROPEA MICROFUSIONI AEROSPAZIALI
- ILLYCAFFÈ
- IREN
- MONDELEZ INTERNATIONAL
- NOVAMONT
- OLEIFICIO ZUCCHI
- PHILIP MORRIS ITALIA

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

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.