

PIMCO
gruppo 8

EXPORT

CARLO FERRO (ICE)
«DUE ANNI PER LA
RIPRESA MA C'È FAME
DEI NOSTRI PRODOTTI»

di **Alessandra Puato** 5

SANDRO BOSCAINI (MAS)

**MISTER AMARONE
E RENZO ROSSO:**
UN PO' DI FINANZA
NEL VINO ITALIANO

di **Cinelli e Polizzi** 11



IL PERSONAGGIO

WERNER VOGELS:
ECCO CHI FA
GUADAGNARE BEZOS
(CON IL CLOUD)

di **Federico Fubini** 33

PIMCO
gruppo 1

Risparmio, Mercato, Imprese
L'Economia

LUNEDÌ
15.06.2020

ANNO XLIV N. 23

economia.corriere.it

del **CORRIERE DELLA SERA**

**SPINGERE
LA CRESCITA
UNA RETE
DI SALVATAGGIO
PER LE IMPRESE**

Le norme anti fallimenti
non siano un salvacondotto
per le aziende decotte
E i Big possono aiutare
le filiere dei Piccoli

di **Ferruccio de Bortoli** e **Dario Di Vico**
Con interventi di **Stefano Caselli, Riccardo Gallo,
Daniele Manca, Piergaetano Marchetti, Mauro Marè,
Fabio Pammolli** e **Marco Venturuzza** 2, 4, 6, 18, 19, 20

CATIA BASTIOLI (NOVAMONT)
**NON SOLO
BIO PLASTICA:
LA CHIMICA
MADE IN ITALY
ORA È LEADER**

di **Alessandra Puato** 12

Catia Bastioli
amministratore
delegato di Novamont

TUTTI SUL WEB
**DA SAFILO A CAMPARI
CORSA ALL'ECOMMERCE**

di **Daniela Polizzi** 8

GIANMARIO TONDATO
**«LA CRISI È FORTE
DECISIVA SARÀ
LA NOSTRA REAZIONE
INVESTIRE È LA CHIAVE
AUTOGRILL LO FARÀ»**

di **Federico De Rosa** 9

**IL NUOVO TOP «FUTURA»
ECCO A CHI CONVIENE**
di **Drausiani e Marvelli** 35

DIAMO AI PROGETTI L'ECCELLENZA CHE MERITANO

Business Park Symbiosis
ha scelto Mitsubishi Electric
per la realizzazione di sistemi
per il riscaldamento
e raffreddamento d'aria.

Business Park SYMBIOSIS
(Milano)

SYMBIOSIS

by **COVIVO**



Mitsubishi Electric è sempre più coinvolta
in prestigiosi e innovativi 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.
Per un clima ideale, ogni giorno di più.

CLIMAVENETA

**MITSUBISHI
ELECTRIC**
CLIMATIZZAZIONE

IL TURISMO APRE L'ESTATE «ZERO» TRA SCONTI E DIGITALE

Durante il lockdown le presenze nazionali e straniere sono crollate anche del 99%. Ora si riparte, dalla Puglia fino a Venezia, scommettendo molto (per adesso) sugli spostamenti interni e, in alcuni casi, su promozioni del 15-25%. Nel mondo si rischiano 50 milioni di posti. Melpignano (Alttagamma): cosa può fare l'Italia per giocare la sua partita

servizi a cura di **Isidoro Trovato**

I numeri del turismo fanno paura. La pandemia in Italia ha fatto registrare un contraccolpo feroce per il comparto turistico alberghiero: Federberghi ha rilevato a marzo un veso e proprio tracollo delle presenze negli esercizi ricettivi (-93,3 per cento per gli stranieri e -85,9 per cento per gli italiani). Ad aprile e maggio il mercato si è completamente fermato (nell'insieme -97,8 per cento e -94,8 per cento). In particolare hanno lottato gli stranieri (-99,5 in entrambi i mesi).

Uno sprofondo previsto e prevedibile che però ha riguardato il turismo planetario: secondo una stima del World Travel & Tourism Council (Wttc) sarebbero a rischio circa 90 milioni di posti di lavoro in tutto il

mondo. Ad aprire a maggio — in vere e proprie case lontane da casa, soluzione ideale per lunghi periodi e tenendo conto della legittima richiesta di privacy e di sicurezza. Assolti dall'incertezza dei propri affetti, si potranno vivere momenti di vita quotidiana in tutta tranquillità, nella totale privacy del proprio patio o del giardino privato.

Le (poche) misure

Ritardano le misure straordinarie? «Abbiamo adottato tutto il possibile per la sicurezza — precisa Melpignano — dalla sanificazione al digitale, per gli ospiti che vorranno i servizi da remoto o per chi chiede una presenza discreta. Ogni soluzione pos-

sibile è stata adottata. Ad agosto le prenotazioni sono già ripartite ma è più l'occupazione e il futuro della gente che lavora nel turismo a preoccupare tutto il comparto».

Non a caso uno studio di Nexum SpA (società di consulenza specializzata nel turismo) evidenzia le aspettative degli operatori del settore in merito a misure da adottare. «Superato il periodo estivo — spiega lo studio — che dovrebbe vedere la copertura dello strumento straordinario nazionale previsto dal decreto legge, il settore si troverà ancora in una situazione di forte compressione che potrà essere superata non prima di aprile 2021. Questa situazione straordinaria rende inadeguati gli strumenti previsti per il settore (assegno ordinario e di solidarietà Fis) proprio per la limitata copertura economica prevista. Questi strumenti sono nati per tamponare brevi crisi aziendali e non per affrontare strutturali crisi di settore. Una revisione degli strumenti, anche in termini di semplificazione del sistema, non appare più rinviabile. In assenza di ciò saranno inevitabili per fine anno forti e diffuse contrazioni occupazionali».

di **REDAZIONE/ESPRESSO**

Puglia

Aldo Melpignano, proprietario e managing director di Borgo Egnazia e vicepresidente di Alttagamma responsabile ospitalità

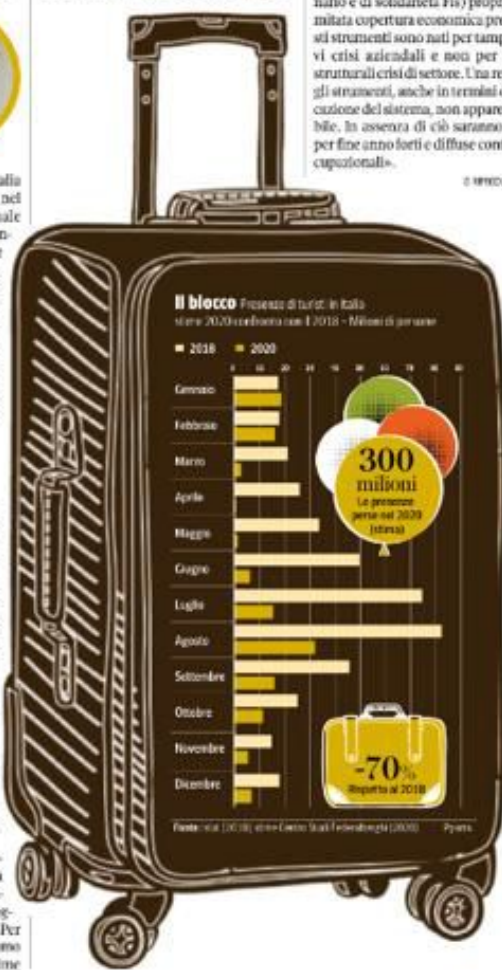


mondo. Ciò significa che il sistema Italia può riprendersi il suo posto di spicco nel panorama del turismo internazionale quando l'emergenza sarà finita. Ma intanto? C'è un'estate da gestire e da costruire perché qualche lucina in fondo al tunnel già si accende. «Con il passare delle settimane l'emergenza cala e la fiducia cresce» conferma Aldo Melpignano, proprietario e managing director di un gruppo nato in Puglia con Maseria San Domenico, cresciuto negli anni grazie a una struttura iconica come Borgo Egnazia (a Savelletti, Fasano) e uscito fuori confine con alberghi a Londra.

Le scelte

«Noi abbiamo deciso di aprire — spiega Melpignano che è anche vice presidente del settore ospitalità —. È necessario dare un segnale di ottimismo, di energia e noi non potevamo tirarci indietro. È un segnale che vogliamo dare prima di tutto ai nostri collaboratori e al nostro territorio, che tanto dipende dal turismo, e tutti quei clienti che dopo un lungo periodo di quarantena vogliono ripartire: la Puglia c'è. Noi ci siamo mettendo tutto il nostro impegno, aprendo anche quando economicamente non conviene, per dare un segnale al settore, ora anche le istituzioni devono fare la loro parte supportando il turismo e incoraggiando gli imprenditori a ripartire e non a star fermi».

Borgo Egnazia rappresenta il laboratorio avanzato della strategia anticrisi: ha scelto di ripartire dall'idea di villeggiatura, proponendo un luogo in cui soggiornare anche per lunghi periodi. «Per questo — spiega Melpignano — abbiamo trasformato le casette e le ville — le prime



Qui Lombardia

Con il fattore prossimità il lago si ripopola in fretta



Lago di Como
Valentina De Santis, ceo Grand Hotel Tremezzo

Nel turismo in Lombardia si dice che Como sia la sentinella del trend: se in riva al lago il turismo riprende significa che presto tutta la regione ne vedrà i benefici. «È per la prossima estate sta andando proprio così — conferma Valentina De Santis, proprietaria di Grand Hotel Tremezzo —. I primi segnali di ripresa li abbiamo registrati a metà maggio con richieste di informazioni e da 10 giorni sono diventate pre-

Qui Campania

Obiettivo fidelizzare (e salvare l'occupazione)



Costiera Amalfitana
Giuseppe Stanzone, executive chef S. Caterina

La costiera amalfitana è una delle perle di diamante del turismo italiano ad aver subito il danno e la beffa. «In effetti sul nostro territorio — osserva Crescenzo Gambardella, responsabile marketing del Santa Caterina hotel di Amalfi — il Covid lo abbiamo appena intravisto ma non siamo stati risparmiati dalla valanga di annullamenti e disdette. Abbiamo deciso di riaprire e affrontare la stagione estiva solo per tutelare il lavoro dei nostri 170

Qui Umbria

In macchina, dall'estero, per lo chalet nella vigna



Umbria
Luca Baccarelli, ad di Roccafiore Resort

La fine del tunnel l'hanno intravisto a metà maggio quando il Telegraph consigliava ai suoi lettori dopo il lockdown andate in Umbria, è bella come la Toscana ma più sicura. «Quel consiglio ha fatto effetto — conferma Luca Baccarelli, amministratore delegato di Roccafiore Resort — qui da noi, da Todi a Perugia, le prenotazioni sono ripartite e ad agosto contiamo di avere una buona occupazione. Sarà una stagione pito-



Marriott Gonzalo Aguilar, vice president Southern Europe

DAL CHECK IN ONLINE AI PACCHETTI PER VEDERE LE CITTÀ D'ARTE

Le strategie di Marriott Il lusso al contrattacco

notazioni e conferme. Si tratta per lo più di italiani che prima per noi rappresentavano solo il 20% della presenza. Persino i ristoranti stanno presentando, scegliendo la prossimità. Una clientela atipica in un insieme del tutto atipico. «È tutto nuovo — ricorda de Angelis — ciò che non cambia è il senso di accoglienza e lo stile. Una struttura di primi 300 come la nostra non deve smarrirsi e diventare troppo digitale né perdere la sua identità. Per questo manterremo la massima sicurezza ma senza dare la sensazione di essere in una clinica. Esempio? Distribuiamo mascherine ma solo di seta prodotta a Corto. A bordo piscina il disinquinamento lo garantiamo le piante e gli arbusti del lago».

© BRUNO ZUCCHETTI/STUDIO

ti dipendenti e stagionali. Dobbiamo restituire a questo territorio tutto quello che ci ha dato dal 1904, anno di fondazione del nostro stile».

L'estate sarà all'insegna del turismo italiano, richiederà una nuova politica dei prezzi? «Per forza: sarà un anno speciale con tariffe speciali. La cura, l'impegno e l'offerta però saranno uguali, cercheremo di stupire gli italiani che daranno fiducia quest'anno, dal ristorante stellato ai giri in barca. Magari riusciamo persino a fidelizzare. L'obiettivo maggiore però è salvare i posti di lavoro. Lanciamo anche un appello al governo: ci lascino assumere gli stagionali con uno sgravo fiscale. Il primo anno avremo gettito in meno ma daranno futuro a tanta gente».

© BRUNO ZUCCHETTI/STUDIO

ta anche da altri punti di vista: inaugurammo il nostro primo wine club, una residenza in vigna, isolata da tutto, una soluzione che questa estate viene molto gettonata e che, se funzionerà, replicheremo».

E poi ci sono le risorse straordinarie. «Siamo un resort tra i vigneti e non abbiamo bisogno di troppo distanziamento: ci siamo concentrati sul ristorante: dal menù usa e getta alle posate sanificate e custodite in un coltinetto a tavola. Ma organizzeremo anche tavoli a più persone in vigna serviti dal nostro ristorante. E poi tutto il nostro buffet della prima colazione si trasferisce in camera. La notizia più confortante è quella delle prenotazioni di stranieri che arrivano in auto. Potrebbe essere un'estate quasi normale».

© BRUNO ZUCCHETTI/STUDIO

Per capire la portata dell'impatto del coronavirus sul mondo della hotelierie non si poteva sentire un miglior osservatorio di quello rappresentato da Marriott International, la prima grande catena alberghiera al mondo. In Italia Marriott vanta 54 strutture. Il portafoglio include 23 alberghi gestiti con a degli 8 brand di lusso (con perle come il Galia, il Gritti e St Regis Roma e Firenze).

«Durante il lockdown — racconta Gonzalo Aguilar, vice president Southern Europe di Marriott International — la maggior parte dei nostri alberghi sono rimasti temporaneamente chiusi. Alcuni dei nostri hotel italiani sono rimasti invece aperti per alcuni clienti permanenti offrendo altresì supporto alle comunità locali con donazioni di cibo, come The St. Regis Roma che proprio ieri ha lanciato una serie di iniziative per promuovere la destinazione Roma seguendo la filosofia Slow Travel (un



nuovo modo di esplorare la destinazione per lo più a piedi attraverso la propria cultura, storia e tradizioni). Sono modelli che hanno funzionato in Italia e che quindi adoteremo nel resto del mondo. Adesso riapriamo i nostri alberghi e riportiamo con welcome back, un piano di tariffe promozionali valide fino al 30 settembre che prevedono sconti dal 15 al 25%». La pandemia per una catena internazionale richiede anche protocolli standard e misure per tutti i paesi coinvolti. «Per Marriott International — continua Aguilar — l'impegno per la salute e la sicurezza dei propri ospiti e dei propri dipendenti è da sempre una priorità. Per affrontare la realtà della pandemia Covid-19 la compagnia ha creato un Global Cleanliness Council, impegnato ad elevare gli standard di pulizia e redigere nuovi protocolli di interazione nei propri alberghi. Tutte le superfici di contatto vengono accuratamente trattate con disinfettanti di uso ospedaliero,

in ogni stanza sono messe a disposizione degli ospiti salviette disinfettanti, nelle lobby verrà usata la segnaletica per agevolare il rispetto del distanziamento sociale, il mobilio verrà riorganizzato per consentire più spazio per le distanze».

Le soluzioni

Particolarmente interessante capire la strategia di due alberghi storici del gruppo come il Galia di Milano e il Gritti di Venezia che si sono ritrovati nell'epicentro italiano dell'emergenza sanitaria. «In questi mesi l'Excelsior Hotel Gallia — afferma Marco Olivieri, general manager — è rimasto ed è tuttora operativo solo per pochi clienti permanenti e per gli ospiti in casa abbiamo predisposto il servizio in camera. Ora ci stiamo preparando per riaprire il 1 di luglio. Adottare misure di sicurezza è la parte più semplice, bisognerà reinventare la destinazione Milano. Immaginiamo che all'inizio le persone vorranno viaggiare a livello locale e regionale. La riapertura delle frontiere europee ci fa sperare in un agosto di vera ripresa. Fino a quando le persone non potranno tornare a viaggiare a livello internazionale, ci focalizzeremo sui viaggi nazionali e poi europei. Siamo pertanto creando tour e pacchetti per staycations e viaggi sul territorio che mettano in contatto i nostri clienti con i nostri alberghi lusso a Venezia, Roma e Firenze, alla scoperta della nostra penisola. Per il resto, aspetteremo di capire come ripartiranno settori cruciali come la moda e il business travel».

Anche Venezia sta pagando un conto salato soprattutto a causa dell'assenza degli stranieri e se il St Regis Venice riapre il 19 giugno, il Gritti aspetta l'1 luglio quando l'estate riaccende qualche speranza. «In effetti qualcosa si muove per i mesi estivi, in questa fase siamo ancora chiusi — conferma Paolo Lorenzoni, general manager —. Con la nuova normalità salute e igiene saranno prioritarie per i nostri ospiti e come albergatori ci stiamo reimmaginando come poter far loro vivere un'esperienza sicura, ma allo stesso tempo umana. Per un settore che si basa sull'empatia, l'impatto delle misure di distanziamento sociale sarà significativo. Interazione e coinvolgimento sono elementi chiave dell'esperienza di viaggio e del soggiorno in albergo in particolare. Mentre osserveremo il distanziamento sociale e utilizzeremo la tecnologia per alcuni passaggi, come il check in, dobbiamo anche poter continuare a garantire un'esperienza personalizzata, fatta di piccole attenzioni, dettagli importanti per un albergo di lusso: dal room service ricchissimo al pickup in aeroporto fino alle gite personalizzate sulle isole della laguna».

I. Tro.

© BRUNO ZUCCHETTI/STUDIO

**ESG SIGNIFICA RIPENSARE IL MONDO
E INVESTIRE PER IL FUTURO.**

Integrazione criteri ESG / Azionariato Attivo
Filtri di esclusione / Strategie orientate all'impatto positivo

Da oltre 30 anni il nostro gruppo è in prima linea nell'adozione di un paradigma ESG* che contribuisce al raggiungimento di impatti canonici e restaurabili, con le proprie strategie d'investimento, con la capacità di comprendere e adattarsi al contesto evolutivo e col coraggio di investire tutta in discussione. Rimodelliamo i portafogli per un mondo che cambia.

MIXIVA osstam THEMATICS

Investimenti sostenibili per fare la differenza. | mixiva.it

NATIXIS
Investimenti Sostenibili

*Secondo la nostra politica di investimento, il nostro gruppo non investe in attività che sono considerate dannose per l'ambiente, la società o i diritti umani. Tali attività includono: armi, armi convenzionali, armi chimiche, armi biologiche e armi nucleari, armi convenzionali, armi chimiche, armi biologiche e armi nucleari. A Firenze, Palazzo di Stato di Banca Intesa Sanpaolo S.p.A. è stata la prima società italiana a pubblicare un report di sostenibilità. Banca Intesa Sanpaolo S.p.A. è un'azienda a partecipazione paritetica, controllata da Banca Intesa Sanpaolo S.p.A. e da un gruppo di azionisti istituzionali. Banca Intesa Sanpaolo S.p.A. è un'azienda a partecipazione paritetica, controllata da Banca Intesa Sanpaolo S.p.A. e da un gruppo di azionisti istituzionali. Banca Intesa Sanpaolo S.p.A. è un'azienda a partecipazione paritetica, controllata da Banca Intesa Sanpaolo S.p.A. e da un gruppo di azionisti istituzionali.