

## ECONOMIA | FORMAZIONE

Volumi  
d'affariLa centralità  
del settore  
pubblico

**Marco De Giorgi, Aurelio Lupo** Governare l'incertezza. Franco Angeli, 2023

Non spetta solo all'innovazione tecnologica orientare lo sviluppo in questi anni di crisi economica, sanitaria, climatica, di scarsità di risorse, conflitti, cambiamenti sociali rapidi e dirompenti. La risposta europea ha radici nella solidità del settore pubblico e in quella della cooperazione con privati e terzo settore: è la innovazione sociale. A sostenerlo nel loro libro «Governare l'incertezza» sono due esperti dell'apparato pubblico: Marco De Giorgi, capo dipartimento politiche giovanili e Servizio civile universale, docente Luiss, e Aurelio Lupo, funzionario. Il percorso proposto è un paradigma di sviluppo ancora poco applicato che ha il duplice merito di rispondere ai bisogni sociali emergenti e guidare la crescita. Si fonda sulla possibilità di nuovi partenariati pubblico-privato, scenario quasi inedito in Europa che include anche la finanza sociale. Un esempio di buona pratica in tal senso è il Fondo per l'innovazione sociale, sperimentazione che dal 2018 impegna governi e Anci su inclusione sociale, culturale e dispersione scolastica. Temi non inediti ma che oggi si animano in nuove forme, come scenari emergenti da una realtà incerta. De Giorgi parte dal pensiero di Zygmunt Bauman in «La società dell'incertezza» e rilancia una versione del New Deal che diventa Green Deal e sarà Social Deal. Non solo mercato e non solo decisioni centrali: il modello vincente nel management, per gli autori è la Jugaad innovation: sostenibilità, condivisione, partecipazione dal basso. Così il volume diventa anche, precisa nella prefazione Antonio Decaro, sindaco di Bari e presidente Anci, «una cassetta degli attrezzi straordinaria, sotto il profilo teorico-critico e metodologico, per ogni amministratore, operatore o cittadino che voglia iniziare ad agire da change maker sui propri territori».



Cisita Obiettivi «green» nel piano formativo finanziato con Fondirigenti

# Eiffel, l'innovazione fa rima con sostenibilità

di Sara Colonna



**Lorenzo Contini** Presidente e direttore del Controllo di gestione di Eiffel Spa

**C**on mercati sempre più esigenti in ogni parte del mondo e situazioni climatiche in evoluzione, il futuro aziendale si gioca sulla capacità di studiare formule in grado di trattenere e gestire l'acqua. Ne parliamo con Lorenzo Contini, Presidente e Direttore del Controllo di Gestione di Eiffel Spa.

**La storia di Eiffel SPA inizia fin dal 1962: quali sono oggi le caratteristiche di fondo della vostra azienda in termini di dipendenti, fatturato e posizionamento sul vostro mercato?**

«Eiffel Industria Materie Plastiche fu fondata nel 1962 a Fontanellato. Su una superficie di oltre 200.000 metri quadri, di cui oltre 72.000 coperti ed attrezzati, ospita il comparto industriale (impianti produttivi e magazzini), la sede degli uffici (direzionali, amministrativi, commerciali) e il laboratorio di controllo e ricerca. Con un fatturato di 100 milioni di euro e la collaborazione di oltre 100 dipendenti, forniamo ogni anno 2.000 clienti in 32 paesi tra i 5 continenti. L'azienda produce film in bolla principalmente per il settore agricolo di cui è leader nel mercato italiano grazie ad un'ampia gamma di prodotti destinati a diverse applicazioni (copertura serre e tunnel, pacciamatura, solarizzazione ed insilaggio). La diversificazione ha portato l'azienda a proporsi con successo anche con i film destinati all'industria e all'imballaggio, ai film per l'edilizia e alle geo-membrane».

**Quali sono i punti di forza e il valore aggiunto?**

«Diversi. In particolare, la costanza di qualità del prodotto, l'ampia gamma dei film proposti intesa sia in termini di caratteristiche agronomiche che dimensionali e ultima, ma non per importanza, la personalizzazione del film volta a soddisfare le più sva-

riate esigenze del cliente. Il responsabile R&D e il laboratorio di analisi svolgono un incessante lavoro di implementazione dei film, recependo dal team commerciale le tendenze del mercato e le richieste del cliente, facendo di Eiffel il classico esempio di azienda customer-oriented. Il valore aggiunto è costituito indiscutibilmente dall'assistenza pre e post-vendita fornito ai clienti tramite il supporto garantito dalla presenza di agronomi con esperienza decennale nel team commerciale. Non è da sottovalutare in fine la tempistica di approntamento e consegna delle commesse che fanno di Eiffel la migliore soluzione presente non solo sul mercato nazionale».

**Quali obiettivi avete perseguito attraverso il piano formativo progettato con Cisita Parma e finanziato con Fondirigenti?**

«Il primo obiettivo che l'azienda si è prefissa aderendo al piano formativo è stato quello di effettuare un check-up completo sulla strada compiuta e su quella potenziale percorribile nell'ambito della "sostenibilità". Sono in fase di valutazione l'implementazione di un Sistema di Gestione Integrato Qua-

lità e Ambiente che consentirebbe di potenziare le procedure già in essere, valorizzando le sinergie di requisiti presenti fra ISO 9001:2015 e ISO 14001:2015. Particolarmente attenzionata è anche la redazione di un report/bilancio di sostenibilità quale strumento di comunicazione istituzionale in grado di valorizzare all'esterno in modo unitario l'identità, i valori e gli impegni aziendali nella sostenibilità, attraverso la rendicontazione delle prestazioni dell'azienda e delle buone pratiche già intraprese, secondo le metodologie più affermate e riconosciute a livello internazionale».

**Pensando alle tematiche "green", quali sono secondo lei le prospettive di sviluppo per il vostro mercato?**

«Partendo dall'inconfutabile presupposto che il film prodotto dall'azienda, e in particolare quello destinato alle applicazioni agricole, è totalmente recuperabile e riciclabile, l'attenzione sulle tematiche "green" di Eiffel è particolarmente viva. In tutte le applicazioni a cui sono destinati i film Eiffel, è presente un'alternativa "ecologica" o "green" ottenuta tramite l'utilizzo di materia prima riciclata acquistata sul mercato nazionale. Negli ultimi anni l'introduzione, lo sviluppo e la diffusione dei film biodegradabili è un'ulteriore dimostrazione di quanto Eiffel sia attiva nelle proposte a basso impatto ambientale. La sfida per il futuro è legata alla carenza di risorse idriche. Tra le proposte di Eiffel sono presenti film che contribuiscono al risparmio di acqua per l'irrigazione delle colture intensive ed estensive (film da pacciamatura convenzionale e biodegradabile) e film che permettono l'accumulo di acqua per un futuro impiego (geomembrane)».



Sviluppati e prodotti film biodegradabili, ma la sfida del futuro è legata alla carenza di risorse idriche