



## Federbeton, piano verde da 4,2 miliardi per industria cemento



Il presidente di Federbeton, Roberto Callieri, insieme al vicepresidente, Antonio Buzzi, hanno illustrato la "strategia verde" del comparto: l'industria del cemento è pronta ad investire 4,2 miliardi di euro nella decarbonizzazione. Il piano prevede la sostituzione dei combustibili fossili, con un calo del 12% delle emissioni di CO2. Secondo quanto annunciato da Federbeton, l'industria è tecnologicamente pronta ma è frenata da ostacoli burocratici, nonostante tali misure comportino anche 1,4 miliardi di extra-costi operativi annui. È previsto, poi, il ricorso al gas naturale e all'idrogeno; la riduzione del rapporto clinker-cemento (-10%); l'utilizzo di materiali di sostituzione (-6%); infine, il ricorso a sistemi di cattura della CO2 emessa dagli impianti produttivi (-43%).

## ROSSO: IL MADE IN ITALY PUÒ COMPETERE CON COLOSSI INDUSTRIALI

Investire nelle filiere per creare reddito e occupazione. Le grandi aziende facciano da traino

### Assopellettieri, al via le fiere Mipel e Mipel Lab



"Siamo pronti a riprendere la partita presentando al mondo del business un centinaio di imprese di pelletteria da tutta Italia, con una buona rappresentanza di realtà toscane". Così Andrea Calistri, vicepresidente di Assopellettieri con delega al distretto toscano, in occasione dell'apertura di due fiere cruciali per il settore targate Assopellettieri: il Mipel e Mipel Lab. "Anche se c'è ancora terreno da recuperare - ha aggiunto Calistri - nel secondo trimestre del 2021 c'è stato il rimbalzo per il settore pelletteria del lusso, con la Toscana a fare da motore trainante per la ripresa". Secondo il periodico report del centro studi Confindustria Moda, infatti, dopo il +1,9% dei primi 3 mesi del 2021, le vendite estero di prodotti della pelletteria hanno registrato nella 2° frazione dell'anno un +80% in valore.

"Le dimensioni artigianali del Made in Italy non sono un problema per la competizione con i colossi industriali. L'industria, soprattutto quella grande, va bene per un certo tipo di produzione, mentre l'artigiano deve fare quello che la grande produzione non può fare". Così Renzo Rosso, delegato del Presidente di Confindustria per l'Eccellenza, la Bellezza e il Gusto dei marchi italiani, in un'intervista al Secolo XIX sull'importanza del made in Italy. Sulla competizione con i colossi "si può fare gruppo, mettendo insieme aziende e marchi diversi", ha aggiunto Renzo Rosso. Tuttavia, se è vero che la filiera è la risposta al problema della competizione, "mancano le indicazioni politiche. Bisognerebbe invece verificare gli stadi di avanzamento, per controllare che le cose vengano fatte", ha indicato Rosso. "I finanziamenti devono essere erogati con criterio a chi sa fare sistema - ha aggiunto -, perché così si creano e occupazione e si produce reddito". Renzo Rosso, presente all'inaugurazione del 61° Salone Nautico di Genova, ha inoltre affermato che "la filiera è estremamente importante, perché è lì che ci sono loro i veri artisti. I grandi brand possono operare solo grazie ai tanti piccoli artigiani e produttori che rendono unico questo Paese. Questa catena produttiva è una caratteristica del tutto italiana. Il ruolo delle grandi aziende - ha concluso - è dialogare e difendere le piccole realtà, anche con mezzi finanziari che sostengano la formazione e la transizione al digitale verso la sostenibilità, non solo green ma anche sociale".

## Federmanager, Pathway 2 Action è modello di politica attiva



"Il progetto Pathway 2 Action dimostra che il reinserimento professionale dei manager è un obiettivo perseguibile con le condizioni giuste", ha dichiarato Mario Cardoni, direttore generale Federmanager, in occasione dell'evento di presentazione del progetto di Federmanager. "Il rafforzamento delle competenze e lo stimolo all'autoimprenditorialità sono fattori decisivi per ripartire, ma è la sinergia tra gli enti che ha permesso concreti risultati, con il valore aggiunto di aver rilasciato un modello replicabile di politica attiva del lavoro", ha concluso Cardoni. L'iniziativa, realizzata con il supporto di 4.Manager, ha permesso a 20 manager di rimettersi in gioco nel mondo del lavoro.

## Auto, Anfia: crisi microchip aggrava la situazione del mercato europeo



"Mentre ancora si stanno scontando le conseguenze della pandemia, il perdurare della crisi di approvvigionamento dei microchip aggrava la situazione del mercato europeo, destinata ad accompagnarci, secondo le previsioni degli analisti, fino a 2022 inoltrato. Ciò rende particolarmente complicata la gestione di una ripresa già di per sé lenta, causando rallentamenti e blocchi sulle linee produttive e nelle consegne dei nuovi veicoli". Così Paolo Scudieri, presidente dell'Anfia, in merito alla crisi dei microchip in Europa. Secondo i dati diffusi dall'Acea (European Automobile Manufacturers' Association), le immatricolazioni di auto a luglio si sono ridotte del 23,6% rispetto al 2020. Ad agosto il mercato si è fermato, con un calo del 18,1% rispetto a 12 mesi prima. "In prospettiva, quindi, è fondamentale - ha aggiunto - lavorare a una nuova catena di fornitura dei microchip europea, in modo che l'Ue si svincoli, almeno in parte, dalla dipendenza dai Paesi asiatici su questo fronte". Dello stesso avviso si è detto Andrea Cardinali, direttore generale Unrae, evidenziando che "manca un piano strategico di incentivi e sostegno al settore per raggiungere gli obiettivi di decarbonizzazione".

