Il futuro digitale, preso bene.
sistemi
PROFESSIONE INFORMATICA

SFIDE & OPPORTUNITÀ
Innovazione e competenze: qui si gioca la partita
di GIANMARIO VERONA 2

L'ANALISI
Un biennio d'oro Ma già pronti a ripartire
di ZOVICO, DELLA TORRE 6,8

I DATI DEI BILANCI
Tutti i numeri di chi rende tre volte i Btp
27/40

FRANCESCA CERRUTI, AB MEDICA

sistemi

Risparmio, Mercato, Imprese
L'Economia
del CORRIERE DELLA SERA

VENERDÌ 31.03.2023
ANNO XXVII - N. SPECIALE
economia.corriere.it

RISCHIARE E INVESTIRE
LE IMPRESE CI SONO, MA IL PAESE?

LE PREVISIONI DA SMENTIRE POSSIAMO CRESCERE DI PIÙ

di DANIELE MANCA

L'obiettivo è smentire le previsioni. Mostrare che la crescita degli ultimi due anni può non essere stato solo un rimbalzo. Ma qualcosa di più solido. Che vada al di là dei decimali di aumento di Pil che il governo prudentemente ha messo in bilancio. I mille Champions, raccontati in queste pagine, e che negli ultimi anni hanno rappresentato l'Italia che non si è arresa, sono pronti alla sfida. Sono abituati a investire e rischiare. Con un cruccio. Il fatto che spesso a non essere convinta e consapevole delle proprie eccellenze è l'Italia stessa. Il nuovo record dei 600 miliardi di export mostra quanto fuori dai nostri confini siamo apprezzati. Per esserlo sono fondamentali i sani valori dell'impresa. Il non aver paura della concorrenza, utilizzata invece come sfida; il «merito» delle proprie organizzazioni e persone, visto non come asettica misurazione del valore, ma come alimento all'innovazione; l'inclusione e l'apertura non come slogan, ma supporto al miglioramento continuo; la sostenibilità non come scelta ideologica, ma come idea di futuro per tutti noi. Le imprese ne sono convinte, possiamo farcela. Ma il Paese è pronto a stare al loro fianco?

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Con articoli di **Bonafede, Cavalcoli, Comelli, Consigliere, Conzonato, Corti, Cruciani, Del Barba, Iorio, Mosconi, Papa, Polizzi, Puato, Righi, Rinaldi, Roddolo, Salvadori, Sottocornola, Trovato, Zanini**
10/25

I mille Champions

ITALIA GENERA FUTURO

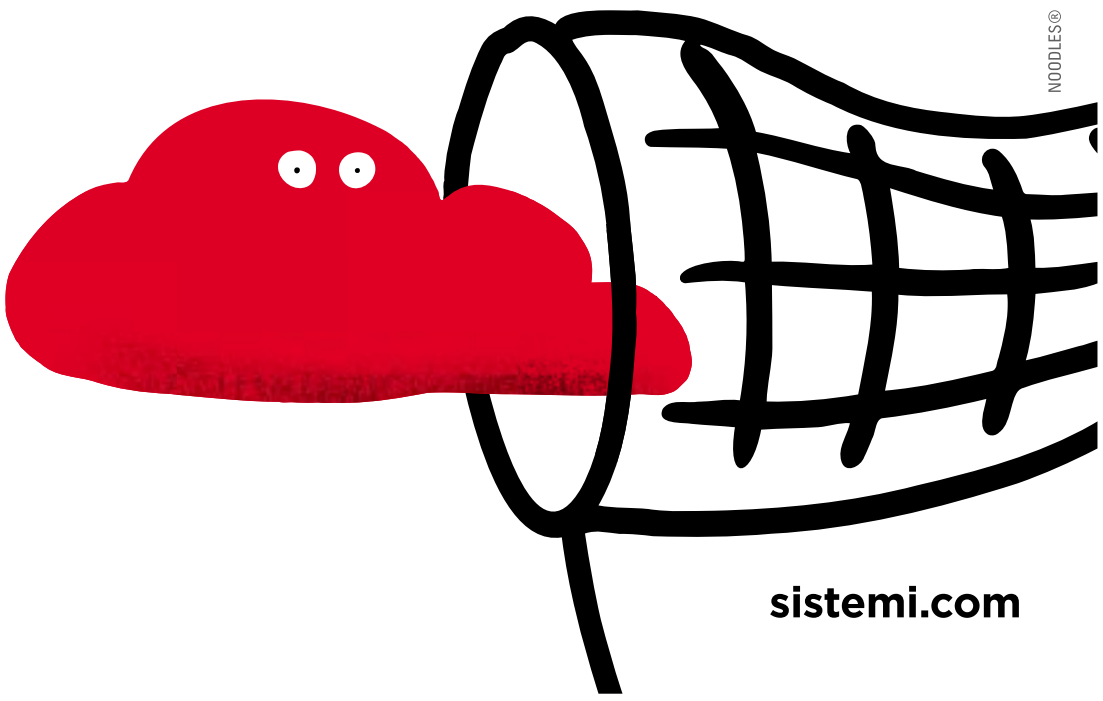
Con le eccellenze in Piazza Affari L'industria di punta va oltre i confini del Made in Italy

di GAMBARINI, POLATO 2, 4

Distribuito con il Corriere della Sera, non vendibile separatamente. Poste Italiane Sped. in A.P. D.L. 353/2003 conv. L.46/2004 art. 1, c1 DCB Milano

Il futuro è nella rete delle nostre soluzioni.

Le soluzioni software più innovative, le migliori competenze professionali e una rete di Partner qualificati in tutta Italia, per cogliere al volo le opportunità della trasformazione digitale.



sistemi®
PROFESSIONE INFORMATICA

VkVSIyMjNDdjNTVhOTYtZTRlOS00Y2IzLWEzZTMtYTA5NDcyN2UyMDMwIyMjYzdkMjYzZjUtZmY0Ni00OWRhLThjZDMtZmRmNjdhMjgvYjg3IyMjMjAyMy0wMy0zMVQwNzozMzoyMSMjI1ZFUg==

MORELLATO I NOSTRI GIOIELLI D'EUROPA

Con l'acquisizione della tedesca Christ il gruppo vola a 800 milioni di ricavi. Carraro: si può crescere ancora

di FRANCESCA GAMBARINI

Lo definisce un passaggio «trasformativo», Massimo Carraro, presidente del gruppo Morellato, la più grande azienda di gioielleria e orologeria italiana, quando commenta l'acquisizione di Christ group, fino a pochi mesi fa competitor e principale player del mercato in Germania. «Un passaggio verso un'ulteriore crescita — ribadisce —, non un punto di arrivo». A parlare con l'imprenditore che oggi — dopo un'operazione che lo ha portato a raddoppiare le dimensioni del business salendo sul podio europeo del settore — guida un big da quasi 800 milioni di euro di ricavi e oltre 620 negozi, si capisce che quello della crescita è molto più che un obiettivo. «Abbiamo voluto, fin dall'inizio, crescere. Le dimensioni portano valore. Non siamo gli unici ad averlo capito, se penso ai gruppi del lusso in Francia, o dell'occhialeria, in Italia. Ma nella gioielleria siamo stati i primi a farlo».

Morellato, fondata a Venezia nel 1930 da Giulio Morellato (il padre di Massimo Carraro, Silvano, era uno dei suoi più stretti collaboratori. I Carraro, Silvano con i figli Massimo e Marco, hanno poi rilevato l'azienda), gestisce undici marchi di proprietà e in licenza; con i negozi Bluespirit, D'Amante, Cleor e Noélie, fanno capo al gruppo 420 gioiellerie tra Italia e Francia. Il modello organizzativo si è rafforzato e raffinato nel tempo: verticalità e controllo della filiera, integrazione della supply chain di gioielli e orologi, della gestione dei brand e della distribuzione, retail e all'ingrosso, a cui si è aggiunto l'ecommerce. Il gruppo si è fatto le spalle larghe con le acquisizioni, scegliendo marchi di qualità, italiani e non, affini all'identità dell'azienda madre, andando così a comporre un sistema di respiro internazionale. Spiega il presidente: «Abbiamo costruito un percorso innovativo partendo dalle origini manifatturiere, un'impresa di famiglia, a venti chilometri da Padova: dal punto sellaio, che ancora facciamo oggi, per i cinturini degli orologi, abbiamo reinterpretato la gioielleria in chiave contemporanea».

Il mantra è «il gioiello da vivere»: facile da indossare ma di qualità e a prezzi accessibili. «Il centro stile è a Milano — dice Carraro — perché è lì che si fa il design. Abbiamo da subito rivolto lo sguardo al consumatore, questo ha cambiato le regole del gioco». L'integrazione della filiera, prima con gli orologi, poi con il retail, ha fatto il resto. «Ci siamo resi conto che nel nostro settore è possibile lavorare con grandi economie di scala, mentre in Italia si rimaneva legati alla grande tradizione artigiana, che però rischiava di ingabbiare — commenta Carraro —. La nostra sfida è mantenere questa tradizione e crescere ancora. Quello che abbiamo fatto fin qui è stato possibile perché abbiamo il controllo della filiera». L'esempio è presto fatto: «Compriamo ogni anno 200 mila carati di diamanti — spiega il presidente —. Lo facciamo direttamente dalla miniera, saltando tre passaggi».

> «Il nostro settore permette grandi economie di scala, nel rispetto della tradizione. Il controllo della filiera è cruciale»

Ma che cosa vuole dire, in concreto, crescere ancora? «Abbiamo l'ambizione di diventare leader europei della gioielleria preziosa, arrivare al numero uno nei Paesi in cui non lo siamo ancora, rimanendo fedeli ai valori che fin qui ci hanno permesso di evolverci», dice Carraro.

I valori sono la passione per il lavoro («È la passione che ti fa osare»), e l'innovazione, «in Morellato una vera e propria ossessione», sorride il presidente. A questi si aggiunge il grande e attuale tema della sostenibilità. «Lo abbiamo visto arrivare, proprio perché l'innovazione l'abbiamo nel dna, e l'abbiamo declinato come sappiamo fare, a partire dall'esperienza nel diamante. È un valore condiviso da tutti i nostri quattromila dipendenti».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

VkVSIyMjNDdjNTVhOTY1ZTRlOS00Y2IzLWEzZTMtYTA5NDcyN2UyMDMwIyMjYzdkMjYzZjUtZmY0Ni00OWRhLThjZDMtZmRmNjdhMjgyYjg3IyMjMjAyMy0wMy0zMVQwNzozNzoxOSMjI1ZFUg==