

I CAVALIERI DEL LAVORO 2026



courtesy www.quirinale.it

Efficienza, equità e sviluppo

di CG



Maurizio Leo, viceministro dell'Economia e delle finanze

SPECIALE IMPRESE STORICHE E CENTENARIE

Storie imprenditoriali che hanno contribuito a costruire l'identità produttiva del Paese. La testimonianza di Massimo Caputi, presidente dell'Associazione Marchi Storici d'Italia, Fortunato Amarelli, presidente Unione Imprese Centenarie Italiane e Ugo Cilento, presidente I Centenari- Associazione Aziende Storiche Familiari Italiane

>> Segue all'interno

La strategia del Mimit

Il ruolo della cultura

Motore di sviluppo, innovazione e inclusione. È la visione che guida l'azione del sottosegretario di Stato al Ministero della cultura Lucia Borgonzoni

Le imprese che crescono

Sono guidate da persone che mantengono uno sguardo lungo, anche quando il contesto diventa complesso. Il parere di Alberto Baban, presidente Fondazione Nord Est

Orgoglio italiano

Storie imprenditoriali d'eccellenza: da Eni Plenitude a Pnider, Pallini, Duferco, Orogel, La Sportiva, Villani Salumi, Busatti 1842, Campana Marinelli e Levissima

Competitività delle imprese, innovazione tecnologica, valorizzazione del made in Italy e sostenibilità rappresentano oggi alcuni dei principali fattori di sviluppo per il sistema produttivo nazionale.

Fausta Bergamotto, sottosegretario di Stato al Ministero delle imprese e del made in Italy, approfondisce le priorità dell'azione governativa a sostegno delle Pmi, le misure per rafforzare la competitività delle filiere produttive, gli effetti del Pnrr sull'economia reale e le strategie per affrontare le sfide energetiche, senza compromettere lo sviluppo industriale del Paese.

Quali sono oggi le priorità del Ministero del Made in Italy per sostenere la competitività delle imprese italiane, in particolare di quelle piccole e medie, nei mercati internazionali?



Fausta Bergamotto, sottosegretario di Stato al Ministero delle imprese e del made in Italy

In un contesto economico sempre più competitivo e interconnesso, la riforma fiscale rappresenta uno degli strumenti chiave per sostenere la crescita, favorire gli investimenti e rafforzare il rapporto di fiducia tra Stato, cittadini e imprese. Tra semplificazione degli adempimenti, contrasto all'evasione e allineamento agli standard europei, il sistema tributario italiano è chiamato a coniugare efficienza, equità e sviluppo.

Viceministro è stato recentemente premiato a Palermo con il Premio Legalità Fiscale 2026. Quanto è importante oggi diffondere una cultura della legalità fiscale, soprattutto tra i giovani e le imprese, e quali strumenti ritiene più efficaci per rafforzare il rapporto di fiducia tra contribuenti e amministrazione finanziaria?

«Ricevere a Palermo il Premio Legalità Fiscale è stato per me un onore che va oltre la dimensione personale: è il riconoscimento di un metodo di lavoro. La legalità fiscale non è un vincolo, ma il fondamento stesso della crescita economica e della coesione sociale della nostra Nazione. Significa rendere più semplice e trasparente il rapporto tra cittadini e amministrazione finanziaria, senza mai abbassare la guardia nella lotta all'evasione. Sono due facce della stessa medaglia: chi rispetta le regole deve sentirsi tutelato e accompagnato, chi le viola deve sapere che lo Stato è presente e non tollera i furbetti. Aggiungo serve un cambio di paradigma culturale. Il fisco va spiegato come un patto di cittadinanza. Per questo bisogna continuare a costruire strumenti di compliance preventiva. La fatturazione elettronica, le lettere di compliance, il concordato preventivo biennale e l'adempimento collaborativo vanno in questa direzione. È così che si costruisce un rapporto nuovo e duraturo tra contribuenti e amministrazione».

Il valore del tempo

L'Unione Imprese Centenarie Italiane, presieduta da Fortunato Amarelli, riunisce alcune delle più prestigiose realtà imprenditoriali del Paese, accomunate dalla capacità di coniugare memoria, innovazione e visione strategica

Il segreto della competitività delle imprese centenarie risiede nella capacità di custodire il proprio patrimonio storico e culturale senza rinunciare all'innovazione. Un modello che oggi rappresenta una risorsa strategica per il made in Italy e un esempio per le nuove generazioni di imprenditori. «Il vero patrimonio delle imprese centenarie - precisa Fortunato Amarelli - non è soltanto economico, ma culturale: un capitale fatto di saperi, valori, identità e capacità di adattamento che continua a generare valore per il Paese e per le comunità di riferimento».

Le imprese centenarie rappresentano una parte importante dell'identità economica e culturale italiana. Quali sono gli elementi che hanno consentito a queste aziende di attraversare generazioni, crisi economiche e profondi cambiamenti di mercato mantenendo la propria competitività?

«Certamente il fatto di possedere un know how, un insieme di saperi che sono stati tramandati di generazione in generazione, e che hanno permesso a queste imprese di continuare a offrire prodotti e servizi di eccellenza. In secondo luogo, aver conservato un legame stretto, direi simbiotico, con il proprio territorio di origine, e quindi con la comunità di riferimento. Un legame sociale e culturale, oltre che economico. Infine, essere riuscite a "leggere" il futuro, forti della propria tradizione ma anche consapevoli di dover intraprendere continui percorsi di innovazione per rimanere competitive e al passo con i tempi».

Qual è la missione principale dell'Unione Imprese Centenarie Italiane e quali valori guida intendete preservare e promuovere attraverso la vostra attività associativa?

«La missione della Unione è quella di valorizzare il patrimonio storico e culturale delle nostre aziende. Quando parliamo di heritage ci riferiamo a un patrimonio materiale e immateriale. Da un lato ci sono i prodotti, i servizi, gli strumenti, le fabbriche e più in generale le imprese; dall'altro ci sono la memoria storica, la tradizione, c'è la narrazione di un vissuto che può trasformarsi in un vantaggio distintivo. Con la nostra attività intendiamo promuovere questi valori attraverso progetti basati su strategie di heritage marketing che facciano emergere le potenzialità storiche e culturali dei nostri affiliati e al tempo stesso che pongano le imprese centenarie come un patrimonio appetibile, fruibile per tutti»

Quali sono gli obiettivi strategici del-



SAPER INNOVARE

Le sfide che attendono le imprese centenarie sono tante, dalle nuove frontiere dell'intelligenza artificiale all'industria 5.0, dai temi Esg fino ai nuovi scenari imposti dai mercati internazionali

L'Unione nei prossimi anni e in che modo intendete rafforzare il ruolo delle imprese centenarie nel sistema economico e produttivo italiano, anche a livello internazionale?

«Tra gli obiettivi dei prossimi anni c'è innanzitutto quello di far crescere l'associazione, di consolidare una massa critica che ci permetta di essere il riferimento principale, l'interlocutore privilegiato, soprattutto a livello istituzionale e accademico, sui temi della longevità aziendale. Più che a livello economico e produttivo, l'obiettivo è di contribuire sul piano culturale a far conoscere le imprese centenarie, con le loro storie e le loro peculiari identità. Imprese che stanno diventando sempre più oggetto di studio in ambito universitario, in Italia e all'estero. Ovviamente parliamo di imprese che per sopravvivere devono produrre e fatturare, quindi sarebbe improprio affermare che il fattore economico non abbia alcuna importanza. Ma il vero fatturato della nostra Unione si misura in oltre 12.000 anni di storia del

lavoro».

Il passaggio generazionale è una delle

sfide più importanti per molte aziende familiari. Quali insegnamenti possono offrire le imprese centenarie alle nuove generazioni di imprenditori italiani?

«Il passaggio generazionale è uno snodo cruciale e delicato per ogni impresa, quindi anche per le imprese centenarie che quasi sempre nascono intorno a un nucleo familiare. Anche se tengo a precisare che la Unione, per statuto, può accogliere imprese familiari e non familiari, mettendo sempre al centro il marchio, il brand, e non la famiglia. Talvolta la famiglia può non riuscire a preservare un'azienda, è quindi giusto che un investitore esterno possa permettere all'impresa di continuare a vivere, salvaguardando così le risorse umane che ci lavorano e il territorio nel quale l'azienda opera da secoli. Credo che alle nuove generazioni di imprenditori le imprese centenarie abbiano molto da offrire, anche in tema di responsabilità sociale e di approccio etico al lavoro».

Quale ruolo possono svolgere oggi le imprese centenarie nella valorizzazione del made in Italy e quali sono le principali opportunità e sfide che le attendono nel prossimo futuro?

«Ritengo che col passare degli anni, e in un'economia sempre più globalizzata, e anche sempre più imprevedibile, le imprese centenarie rappresentino uno dei caposaldi del made in Italy, un attestato di garanzia e di affidabilità che i consumatori o fruitori di servizi stanno sempre più apprezzando. Le sfide che ci attendono sono tante, dalle nuove frontiere dell'intelligenza artificiale all'industria 5.0, dai temi Esg fino ai nuovi scenari imposti dai mercati internazionali. Sarà importante saper innovare, in taluni casi saper "tradire" la tradizione, per continuare a vivere».

• **Lucrezia Antinori**

Fortunato Amarelli, presidente Unione Imprese Centenarie Italiane

