

MONDO IMPRENDITORIALE

# Assolombarda, Spada candidato unico alla presidenza

**A**lessandro Spada è stato designato quale candidato unico alla presidenza di Assolombarda per il quadriennio 2021-2025 dal consiglio generale dell'associazione, che si è riunito ieri, con l'86,5% dei voti a favore e un tasso di partecipazione del 91,4% degli aventi diritto.

La designazione è stata l'esito di un percorso di consultazioni che ha visto pronunciarsi un numero di imprese in crescita rispetto al passato. Spada è stato l'unico ammesso al voto disponendo del consenso di tanti associati pari al 19,5% del peso contributivo e dunque superando la soglia del 15%, prevista dallo statuto di Assolombarda.

Nelle consultazioni Alessandro Enginoli ha invece raggiunto il 6%, non sufficiente a sottoporre la propria candidatura al voto del consiglio generale.

Rispetto al numero di imprese consultate che fanno parti del consiglio generale, il 75,4% si è espresso in favore di Spada e il 18,8% in favore di Alessandro Enginoli. Ora il consiglio generale si riunirà nuovamente tra un mese, il prossimo 20 aprile, per designare i vicepresidenti elettivi della squadra di presidenza. La candidatura di Spada e la sua squadra saranno sottoposte per elezione all'assemblea degli imprenditori dell'area di Milano, Monza e Brianza, Lodi e Pavia che sarà convocata per il 17 maggio.

Nato a Monza nel 1965, Spada è un imprenditore del settore manifatturiero. Da maggio scorso è presidente di Assolombarda, la più grande associazione territoriale del sistema Confindustria, che rappresenta quasi 7mila imprese e oltre 414 mila lavoratori sui territori di Milano, Monza e Brianza, Lodi e Pavia, subentrando alla guida dell'associazione dopo l'elezione di Carlo Bonomi alla presidenza di Confindustria. È Corporate advisor di Chart Industries, Inc., leader di apparecchiature altamente ingegnerizzate che servono molteplici applicazioni nei mercati dell'energia e dei gas industriali. È membro del consiglio di amministrazione e vice pre-

sident di Vrv, gruppo specializzato nel campo della progettazione e costruzione di apparecchi a pressione per l'industria chimica, petrolchimica e farmaceutica.

Lunga la sua partecipazione alla vita associativa, ricoprendo dal 2005 in Assolombarda diverse cariche istituzionali. È stato membro del consiglio centrale del gruppo Giovani di Confindustria e membro della giunta di Federchimica. Attualmente siede nel consiglio generale di Confindustria e nel consiglio di presidenza di Confindustria Lombardia. Fa parte del gruppo Tecnico Fisco di Confindustria.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La proprietà intellettuale "Avvenire" è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa "Avvenire" da intendersi per uso privato



GLI INDUSTRIALI DI MILANO, MONZA BRIANZA, LODI E PAVIA

# Assolombarda compatta Spada resta presidente

*Designato con l'86% dei voti, ma senza rivali: lo sfidante Enginoli non ha raggiunto il quorum*

**Antonio Signorini**

■ Alessandro Spada guiderà Assolombarda per quattro anni, fino al 2025. Esito atteso per il Consiglio generale dell'associazione che si è riunito ieri pomeriggio. A favore l'86,54% dei voti. Tasso di partecipazione alto, superiore alle attese con il 91,44% degli aventi diritto.

Spada «è stato l'unico ammesso al voto disponendo del consenso di tanti associati pari al 19,54% del peso contributivo e dunque superando la soglia del 15%, prevista dallo Statuto di Assolombarda», recita il comunicato della più grande realtà territoriale del sistema Confindustria, che rappresenta quasi 7mila imprese e oltre 414mila lavoratori sui territori di Milano, Monza e Brianza, Lodi e Pavia.

L'altro candidato, Alessandro Enginoli, ha invece raggiunto il 6,14%, quota non sufficiente a sottoporre la propria candidatura al voto del Consiglio generale. Rispetto al numero di imprese consultate facenti parti del Consiglio, il 75,41% si è espresso in favore di Spada e il 18,85% per Enginoli.

Spada, nato a Monza nel 1965, è un imprenditore del settore manifatturiero. Da maggio 2020 è Presidente di Assolombarda. Succeduto a Carlo Bonomi quando quest'ultimo è stato eletto al vertice di Confindustria.

Prossima tappa, una nuova riunione del Consiglio generale il 20 aprile per designare i vicepresidenti elettivi della Presidenza. La candidatura di Alessandro Spada e la sua squadra saranno sottoposte per elezione all'Assemblea degli imprenditori di Assolombarda il 17 maggio.

L'elezione di Spada conferma alla guida dell'associazione più forte di Confindustria un uomo vicino al

presidente Bonomi.

La sfida, che poi si è risolta con una corsa in solitaria di Spada, si è giocata, per la verità un po' sottotraccia, sul ruolo della rappresentanza imprenditoriale in questa fase difficile per il Paese. Quella attuale, con istituzioni e imprenditori in prima linea nella campagna per i vaccini per il Covid-19.

Poi in quella successiva, la ricostruzione dell'economia del Paese anche attraverso i 209 miliardi del Recovery plan europeo. Proprio ieri il ministro dell'Economia, Daniele Franco ha annunciato che gli aiuti alle imprese saranno ridotti fino a scomparire nel 2022. Ora inizia la fase degli investimenti. Saranno decisi dal governo. Il premier Draghi si è dichiarato disponibile all'ascolto delle parti sociali, ma non sembra volere concedere corsie preferenziali al mondo delle imprese. Sfida difficile per Confindustria.



**EQUILIBRI**  
Alessandro Spada

## CONFINDUSTRIA

Bonomi incassa il risultato voluto, ma per rafforzare la leadership serve una svolta



ARCHIVI D'IMPRESA

## Dalla Kartell al Mumac Un viaggio nei «musei»

Diana Alfieri a pagina 6

«NEL TEMPO DI UNA STORIA»

# Dalla «Kartell» al «Mumac» Tour dei musei d'impresa

*In campo il fotografo Brahmino: ogni settimana racconta sui social due «realità» di settori diversi*

**Diana Alfieri**

■ Macchinari, oggetti iconici, foto, brevetti e documenti d'epoca. Dal Kartell Museo è appena partito «Nel Tempo Di Una Storia», il progetto dedicato ai musei e agli archivi d'impresa, promosso da Assolombarda e Museimpresa e realizzato con il fotografo Simone Bramante, in arte Brahmino.

Ogni settimana l'artista del clic racconterà due realtà culturali in giro per l'Italia attraverso altrettante «stories», all'interno del profilo Instagram di «What Italy Is», suo blog. Ognuna dedicata a uno dei cento musei e archivi d'impresa associati a Museimpresa. Attraverso le sue visite viene prodotta una guida, composta da video e scatti d'autore, per coinvolgere i follower in un progetto di «cultura partecipata» digitale. Risultato: un racconto anche con il webmagazine *Genio & Impresa* e i social di Assolombarda e Museimpresa per avvicinare i giovani al mondo delle imprese. «In questo tempo sospeso di chiusure forzate, la sfida che abbiamo davanti è quella di essere parte attiva nella costruzione di nuovi meccanismi di partecipazione e fruizione dei processi culturali - ha dichiarato Antonio Calabrò, vicepresidente di Assolombarda e presidente di Museimpresa -. Non deve andare sprecata la stagione di innovazione digitale che, nonostante la pandemia, ha permesso ai nostri musei di essere impresa aperta, di continuare a coin-

volgere il pubblico tramite percorsi e dialoghi interattivi».

Prima tappa: Kartell Museo, che racconta l'evoluzione della produzione dell'azienda leader nel settore del design. Al centro dell'obiettivo di Brahmino il manifesto «Kartell loves the pla-

net», che rappresenta l'impegno della azienda per la sostenibilità ambientale, da cui nasce A.I., sedia realizzata da Philippe Starck con materiale riciclato. Oltre al design, il racconto tocca le realtà dei più diversi settori.

Per esempio, nel quartier generale del Gruppo Cimbali, a Binasco, c'è il Mumac (il museo della macchina per caffè). Che ospita la permanente con i 100 modelli più significativi di macchine per il caffè espresso e la collezione

dei più importanti volumi dedicati al settore, dalla fine dell'Ottocento ai giorni nostri.

Passando per le fotografie, le riviste storiche, le carte e i materiali dell'Archivio Storico del Touring Club Italia-

no, che raccontano un secolo di storia e turismo in Italia e nel mondo. E dal Museo Mondo Milan all'Archivio Storico Bracco, al Museo Branca, un gioiello industriale in città da oltre cent'anni, inconfondibile per via della

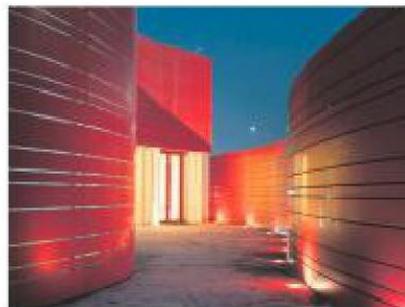
ciminiera che spicca dall'imponente complesso di via Resegone. Nel cuore del quartiere Bicocca, la Fondazione Pirelli, custodisce dal 2008 il patrimonio storico-culturale che l'azienda ha costruito nei suoi 150 anni di storia. E ancora l'appuntamento con Brahmino sarà presso il Museo Cifa, l'Archivio Storico del Gruppo Intesa Sanpaolo, la Centrale dell'Acqua di Milano, la Fondazione Mansutti, lo Smemoranda il Museo di Tutti, il Museo OM Carrelli Elevatori, la Galleria Campari. Un tour lungo quasi un anno, che dopo la Lombardia toccherà i musei associati a Museimpresa in tutt'Italia.





## PROGETTO PROMOSSO DA ASSOLOMBARDA E MUSEIPRESA

Alcune immagini che si possono «incontrare» durante il tour alla scoperta della cultura aziendale italiana: al centro il mondo Kartell e sotto (a sinistra) oggetto al Mumac (nella foto accanto). Il maxi tour del progetto «Nel Tempo Di Una Storia» porta gli appassionati in giro nel Belpaese, nei luoghi che fanno grande il «Made in Italy» dei più diversi settori. In campo c'è il fotografo Simone Bramante, in arte Brahmino. Che pubblica gli scatti «industriali» sulle sue pagine instagram





## Su Instagram

«Nel tempo di una storia»  
Le foto nei musei d'impresa  
dell'influencer Brahmino

di **Marta Ghezzi**  
a pagina 15

# Su Instagram Il progetto di Assolombarda La sfida «social» dei musei d'impresa Da Kartell al Mumac, le foto di Brahmino



In quanto tempo si visita, normalmente, un museo? Dipende dal visitatore, direte, dalla sua curiosità, oltre che dalla collezione presentata. Quindi: a volte in un paio d'ore, ma anche un giorno intero. E se il museo fosse chiuso e la visita si spostasse sui social? Risposta facile: «Nel tempo di una storia».

È il titolo del progetto dedicato ai musei e agli archivi d'impresa, promosso da Assolombarda e Museimpresa (joint venture di Assolombarda con Confindustria), che prende il via su Instagram. Negli archivi d'impresa troviamo storie d'eccezione, sono luoghi (quasi) senza tempo, che raccontano il saper fare, quel made in Italy geniale che il mondo ci invidia. Luoghi, però, da cui le giovani generazioni si tengono alla larga. Perché per loro macchinari, oggetti iconici, brevetti e documenti d'epoca,



### Influencer

Qui sopra il fotografo Brahmino, all'anagrafe Simone Bramante, che ha milioni di follower. Nella foto grande un'immagine del Museo Kartell a Noviglio (Mi)

hanno il sapore della polvere, di un passato lontano anni luce dalle immagini di cui si nutrono quotidianamente. Ecco perché i due importanti partner, per coinvolgere (anche) il pubblico più giovane, si sono rivolti per «Nel tempo di una storia» a un influencer da milioni di follower, il fotografo Brahmino (al secolo Simone Bramante). Ogni settimana, sul suo profilo Instagram «What Italy is», compa-

sei e agli archivi d'impresa, per visitare le aziende come se fossero destinazioni turistiche. «La sfida sui social è riuscire a trasferire un messaggio carico di contenuto, superando l'estetica tout court», dice Brahmino. «In questa nuova avventura il messaggio è duplice: cercherò di trasmettere l'identità del prodotto ma anche di incuriosire, ispirare le persone per spingerle a scoprire il patrimonio d'impresa».

Prima tappa, il museo Kartell, nell'edificio razionalista a Noviglio, alle porte di Milano. Un viaggio nella storia

dell'azienda di design, che sarà anche viaggio nella memoria, le lampade dei fratelli Castiglioni, i componibili di Anna Castelli Ferrieri, i servizi per la tavola di Patricia Urquiola, le sedie multicolor di Philippe Starck, con enfasi soprattutto su A.I. l'ultima in

riranno due stories: una modalità super contemporanea per tuffarsi dentro ai mu-



materiale riciclato, simbolo dell'impegno per la sostenibilità.

Seconda sosta al Mumac, il museo della macchina per caffè del Gruppo Cimbali, a Binasco, con la sua collezione di oltre cento modelli di macchine espresso, dalla fine dell'Ottocento ai giorni nostri. E ancora, l'Archivio Storico del TCI, Touring Club Italiano, e il Museo Mondo Milan; l'Archi-

vio Storico Bracco e il Museo Branca; la Fondazione Pirelli e la Centrale dell'Acqua; la Fondazione Mansutti, il Museo OM Carrelli Elevatori, la Galleria Campari.

Il tour prende il via in città, per poi allargarsi alla regione ed estendersi a tutta l'Italia. «La storia di un'impresa ha valenza culturale ma anche, secondo noi, grande valore civile», dichiara Alessandro Spada, presidente di Assolombarda. «Parlo di quel fare impresa che è resilienza, innovazione, tecnologia e creatività. Valori determinanti per superare i momenti difficili, come quello odierno».

**Marta Ghezzi**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## In pillole

● Prende via su Instagram, sul profilo «What Italy is» del fotografo e influencer Brahmino, il progetto «Nel tempo di una storia», promosso da Museimpresa e Assolombarda, che accompagna alla scoperta dei musei e degli archivi di impresa d'Italia, a partire da Milano e la Lombardia

● Ogni settimana verranno pubblicate due *stories* che raccontano due realtà aziendali. Le prime storie sono dedicate al Museo Kartell di Noviglio (Mi) e al Mumac, museo della macchina per caffè, a Binasco (Mi)

**Il dopo pandemia** I bilanci in rosso per i conti della società che gestisce Linate e Malpensa. Pubblico e privato, i piani che preparano il rilancio

# Turisti, si riparte dai voli Covid free

Il primo dagli Usa. Brunini (Sea): le strategie per salvare l'estate. E la città guarda al futuro: via lo stigma del virus

di **Stefano Landi** e **Giampiero Rossi**

Con il turismo azzerato da più di un anno, Milano prova a immaginare strategie promozionali per essere pronta alla ripresa dei viaggi. L'assessore al turismo Roberta Guaineri: «Lanceremo una

campagna pubblicitaria per raccontare cosa abbiamo fatto per rendere più accogliente la città. Per il mercato cinese utilizzeremo il social WeChat». Intervista con l'ad di Sea — la società che gestisce gli aeroporti di Linate e Malpensa — Armando Brunini: «Siamo in rosso per ol-

tre 128 milioni di euro nel 2020. Il 3 aprile arriverà a Malpensa un primo volo covid-free dagli Usa, un segnale di speranza. Per i prossimi mesi servono imbarchi sicuri ma si tornerà ai volumi di passeggeri pre-Covid solo nel 2024».

alle pagine **2 e 3**

## IL REPORT SUL RILANCIO

# Turismo, la città guarda al futuro «Liberiamoci dallo stigma del virus»

## Strutture ricettive, eventi, campagne sui social cinesi Pubblico e privato, i piani per una nuova partenza

di **Giampiero Rossi**

I numeri non sarebbero neanche necessari. Anche perché le doppie cifre che seguono il segno «meno» sono talmente impressionanti da sembrare un'illusione ottica. Basta guardarsi attorno: dal lago di Como a via Montenapoleone è fin troppo evidente che il turismo non c'è. Non esiste più da un anno. Stazioni e aeroporti sono orfani dei trolley trascinati da cittadini di tutto il mondo, alberghi e appartamenti non ospitano più quei volti visibilmente eccitati all'idea di trovarsi in quello che da almeno un lustro era diventato «the place to be». Nel panorama tetro che il virus sta disegnando nell'economia lombarda, il comparto turistico è uno di quelli che sta accumulando più macerie. Non ci sono margini per ragionare sul «salviamo il salvabile», ora si tratta

portuno investire in una campagna di promozione anche sui nostri tram e nelle nostre metropolitane, figuriamoci se non devono farlo Milano e la Lombardia.

«Stiamo lavorando sull'immagine della città — spiega l'assessore comunale al Turismo, Roberta Guaineri — faremo anche noi una campagna di promozione basata sul racconto di ciò che nel frattempo Milano sta facendo per essere più bella, accogliente e interessante». Gli slogan sono ancora in fase di studio e viaggeranno attraverso WeChat, cioè il social media più utilizzato dai cinesi, e tutti i canali

utili a raggiungere i potenziali «utenti di Milano». L'obiettivo è semplice ma decisivo: «In un momento in cui non è possibile spostarsi — aggiunge l'assessore Guaineri — vogliamo tenere vivo l'interesse per questa città».

Attorno alla capitale della moda e del design, poi, c'è un vasto territorio meta di viaggi d'affari e da diporto. E anche l'assessore regionale Lara Magoni ragiona sulle prossime mosse, che non possono pre-

scindere dalla sfida sanitaria: «La condizione principale per ripartire è la vaccinazione per tutta la popolazione — dice prima di entrare nel merito di qualsiasi dettaglio settoriale —. È l'unico modo per rilanciare il turismo internazionale». E poi una nuova formazione per gli addetti e la ri-

qualificazione delle strutture ricettive. L'assessorato ha già investito 17 milioni per questo, ma il problema, ricorda il presidente degli albergatori milanesi, Maurizio Naro, «è liberarsi definitivamente dell'immagine di epicentro della pandemia europea» fissata nella memoria planetaria quel 21 febbraio 2020 con la scoperta del paziente 1 di Codogno. Nel frattempo l'assessore allo Sviluppo economico, Guido Guidesi sta cercando di lanciare un tavolo per-

● Sono stati gli italiani a sostenere il turismo lombardo, grazie a flessioni meno marcate negli spostamenti: a luglio gli arrivi hanno registrato un -38,4%; ad agosto -21,7%

● Ora è tempo di pensare al rilancio, anche grazie al «Convention bureau» per gli eventi. Prevista inoltre una campagna di promozione mirata

di progettare un «dopo», di gettare le basi per una nuova partenza. Lo sta facendo New York, cioè l'ombelico del mondo, che ha ritenuto op-



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

manente interassessorile in cui coinvolgere i principali *stakeholder* per costituire con loro una strategia che metta il tema del turismo all'ordine del giorno dell'agenda politica regionale e costruire una grande campagna di comunicazione nazionale ed internazionale.

Altro nodo: un magnete forte dell'attrattività milanese erano (sarebbero, saranno) gli eventi. Una filiera che ha creato lavoro e ricchezza lungo diverse filiere e che da un anno è letteralmente paralizzata. «Il 70 per cento degli appuntamenti è cancellato — premette Gianluca Scavo, presidente del Gruppo turismo

di Assolombarda —, ma possiamo guardare al futuro immaginando un sistema ibrido, cioè una partecipazione mista tra presenza e remoto. E intanto — aggiunge — è nato il Convention bureau, un soggetto in grado di creare politiche territoriali. Perché non c'è tempo da perdere, mentre città come Vienna investono mi-

lioni per riproporsi come sede di eventi internazionali».

Ripartire, dunque. Ma non esattamente come prima. «Molti lavoratori del turismo soffrivano già prima della pandemia per le pessime condizioni contrattuali, tra cottimo e precarietà — ricorda Roberta Griffini, segretaria della Filcams Cgil milanese —. Quindi occorre ripartire anche da un confronto sulla sostenibilità, compresa quella delle persone che lavorano».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**L'analisi**

● Il report sul turismo lombardo nell'anno della pandemia presenta numeri impietosi: a luglio, nel 2020, gli arrivi dall'estero sono calati del 77,7%, le presenze del 74%. Un lieve miglioramento si è invece registrato nel mese di agosto, con -68,4% di arrivi e -58,6% di presenze

**IL DOSSIER**

**LA CAPACITÀ RICETTIVA IN LOMBARDIA**

Esercizi per categoria (anno 2019)

Alberghieri

Esercizi 5 stelle e 5 stelle lusso	48
Esercizi 4 stelle	618
Esercizi 3 stelle	1.211
Esercizi 2 stelle	453
Esercizi 1 stella	302
Esercizi residenziali turistici	193

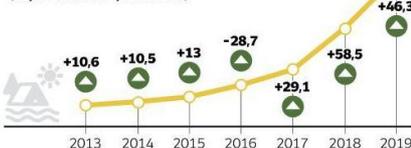
Extra-alberghieri

Campeggi e villaggi turistici	218
Case vacanza	17.778
Alloggi agrituristici	714
Ostelli e altro	263
Rifugi di montagna	194
Bed & Breakfast	2.575

Aperture di alberghi: variazione percentuale (rispetto all'anno precedente)



Aperture esercizi extra-alberghieri: variazione percentuale (rispetto all'anno precedente)



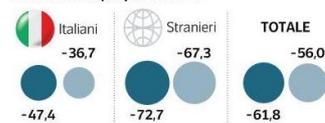
Fonte: elaborazione Polis Lombardia su dati provvisori ISTAT

**LA CRISI NELL'ANNO DELLA PANDEMIA**

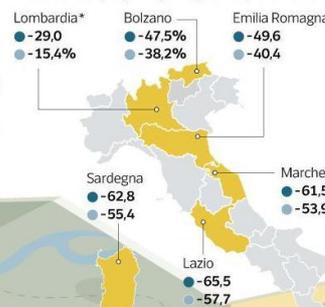
Dati gennaio - ottobre 2020 rispetto allo stesso periodo del 2019 (Lombardia)

● Arrivi ● Presenze

Flussi turistici per provenienza



Flussi turistici per principali regioni di provenienza

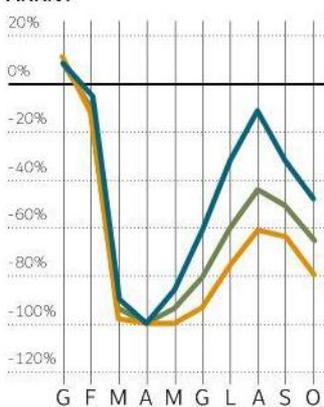


\*mobilità interna

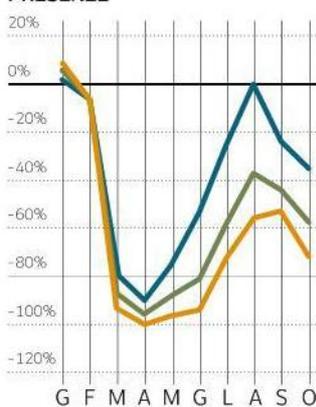
**Flussi turistici per provenienza**

— Italiani — Stranieri — TOTALE

ARRIVI

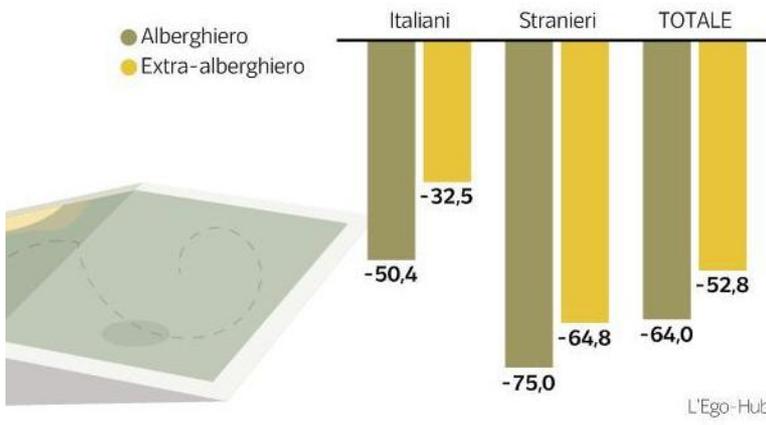


PRESENZE



**Arrivi turistici per provenienza e tipologia di struttura ricettiva**

● Alberghiero ● Extra-alberghiero



**La società**



● Dopo i traslochi e le chiusure degli scali milanesi tra ristrutturazioni (nel 2019) e crollo del traffico causa Covid (nel 2020), oggi il sistema aeroportuale gestito dalla partecipata comunale Sea è attivo tra Linate e il terminal 1 della Malpensa. Resta chiuso il terminal 2 (nella foto l'ad Armando Brunini)

● Nel 2020 la società ha registrato perdite per 128,6 milioni di euro, perso il 73 per cento dei passeggeri: è il primo bilancio in rosso per la Sea. L'ad Brunini precisa: «Abbiamo limitato i danni, se il ministero lo permettesse Linate andrebbe chiuso. Alitalia investa sul Forlanini ma lascino liberi gli slot»

L'Ego-Hub

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato



**2019** Turisti in piazza del Duomo, un'immagine ormai dimenticata



**2021** Pubblicità di vacanze all'estero in una stazione della metro

---

---

### Strategie

«Lavoriamo  
sul racconto di cosa  
Milano sta facendo  
per essere più bella»

---