ITALIA DEL MERITO

2026



Ministro del Made in Italy

ADOLFO URSO

“La forza del Made in Italy risiede nel ‘saper fare”

Indice

04 Editoriale:
Diamo vita al valore

05 Fabrizio Piccoli:
Fare impresa
con chi fa impresa

12 Giangiacomo Ibba:
L'impresa che costruisce
comunità

17 Matteo Bottin:
Sicurezza strategica per
il Made in Italy

Rubriche

1. Editoriale
Il Valore del Merito

2. Uomini che hanno fatto Storia

3. Storie di Impresa
Eccellenze Italiane

4. I Premiati

5. Made in Italy
Patrimonio Strategico

6. Istituzioni e Impresa

7. Global Excellence. Italian Mindset
Reinterpretano e guidano la filosofia
del Made in Italy nel mondo.

8. Leadership & Vision

9. Innovazione e Futuro

10. Economia del Valore

11. Cultura del Merito

12. Speciale Annuale
Oscar dell'Eccellenza

Editoriale



DIAMO VITA AL VALORE

...per imprese che vogliono eccellere

“Credo che la vera imprenditoria debba essere esercitata anche con senso di maternità: perché un’impresa non appartiene solo a chi la guida, ma al futuro che contribuisce a generare. Una società non si governa soltanto con numeri e strategie, ma con la capacita di costruire capitale umano e sociale. È in questa funzione “rigenerativa” che l’economia trova il suo senso più profondo: trasformare l’iniziativa privata in benessere collettivo. Ed è per questo che dobbiamo custodire ciò che ci ha sempre distinto nel mondo:
il genio italiano. Inimitabile. Non replicabile. Capace di incidere sull’economia reale con la forza della sua stessa visione.”

Katia La Rosa

COLOPHON

SEDE LEGALE - VIA GIORGIO RIBOTTA 11, ROMA
PERIODICITÀ - SEMESTRALE
REGISTRAZIONE TESTATA - TRIBULALE DI ROMA
STAMPA - LITOGI SRL, VIA IDRO 50, MILANO
IN COPERTINA - ADOLFO URSO

DIRETTORE RESPONSABILE - KATIA LA ROSA
ART DIRECTOR - ALESSANDRO BUONAIUTO
SEGRETERIA DI REDAZIONE - MATILDE DIANA

Verum Partners. Fare impresa con chi fa impresa

Fabrizio Piccoli
Amministratore Delegato
VERUM PARTNERS



Quando la finanza diventa alleata dello sviluppo e il Made in Italy torna a essere un progetto di sistema

In un'Italia che continua a generare eccellenze imprenditoriali, ma che troppo spesso fatica a trasformarle in crescita strutturata, c'è chi ha scelto di riscrivere il rapporto tra finanza e impresa. Non come leva speculativa, ma come strumento di costruzione, accompagnamento e responsabilità.

È da questa visione che nasce, nel 2011, **Verum Partners S.p.A.**, holding di investimento con sede a Milano, in via Varesina, oggi punto di riferimento per oltre cento aziende italiane e una squadra composta da circa **130 tra dipendenti e collaboratori.**

A guidarla è **Fabrizio Piccoli**, imprenditore con un passato nel mondo dell'e-commerce, che ha scelto di portare nel settore finanziario una mentalità operativa, orientata al risultato e soprattutto al partneraggio vero con le imprese.

La sua frase-sintesi è diventata anche la firma culturale del gruppo:

"Fare impresa con chi fa impresa."

Un principio semplice, ma rivoluzionario in un sistema in cui troppe volte le PMI vengono lasciate sole davanti alla complessità del credito, della burocrazia, dell'accesso agli strumenti di sviluppo.

Per Piccoli, la finanza non può essere un fine. Deve essere un mezzo.

Un acceleratore di competitività, occupazione di qualità, sostenibilità di lungo periodo.

È qui che Verum Partners costruisce la propria identità: **un modello che integra capitale, competenze, tecnologia e visione industriale**, mantenendo come bussola la centralità della persona e la dignità del lavoro.



VERUM INVESTMENT

Holding finanziaria focalizzata su investimenti in start-up e PMI ad alto potenziale, con l'obiettivo di sostenere crescita organica e processi di consolidamento.



VERUM FINANCE MEDIAZIONE CREDITIZIA

Società iscritta OAM e RUI, che affianca le imprese in operazioni di accesso al credito, ristrutturazione del debito, operazioni complesse e coperture assicurative.



INNOVERUM

Struttura operativa dedicata allo sviluppo aziendale: controllo di gestione, marketing, amministrazione, risorse umane, digitalizzazione e operations. Un vero modello di "one stop service".



ARCA

Community che mette in rete imprenditori, manager, investitori e professionisti, creando un ambiente relazionale in cui visione e competenze diventano opportunità concrete.



VISIONE ITALIA

Sostiene e protegge l'"In Made", accompagnando le aziende nel dialogo con le istituzioni e favorendo accordi strategici e proposte a tutela delle filiere.

Made in Italy, giovani, istituzioni

Accanto allo sviluppo delle imprese, Verum Partners ha scelto di investire anche su un fronte più ampio: quello della **tutela del sistema produttivo italiano.** Nasce così **Visione Italia**, incubatore strategico creato per sostenere e proteggere l'"In Made", accompagnando le aziende nel dialogo con le istituzioni e favorendo accordi strategici e proposte a tutela delle filiere.

Attraverso le partecipate, Verum è oggi in dialogo attivo con il Ministero del Made in Italy, enti e istituzioni, contribuendo a costruire una visione di politica industriale che tenga insieme competitività, sostenibilità e valorizzazione del know-how nazionale.



ACCADEMIA DEL MADE IN ITALY

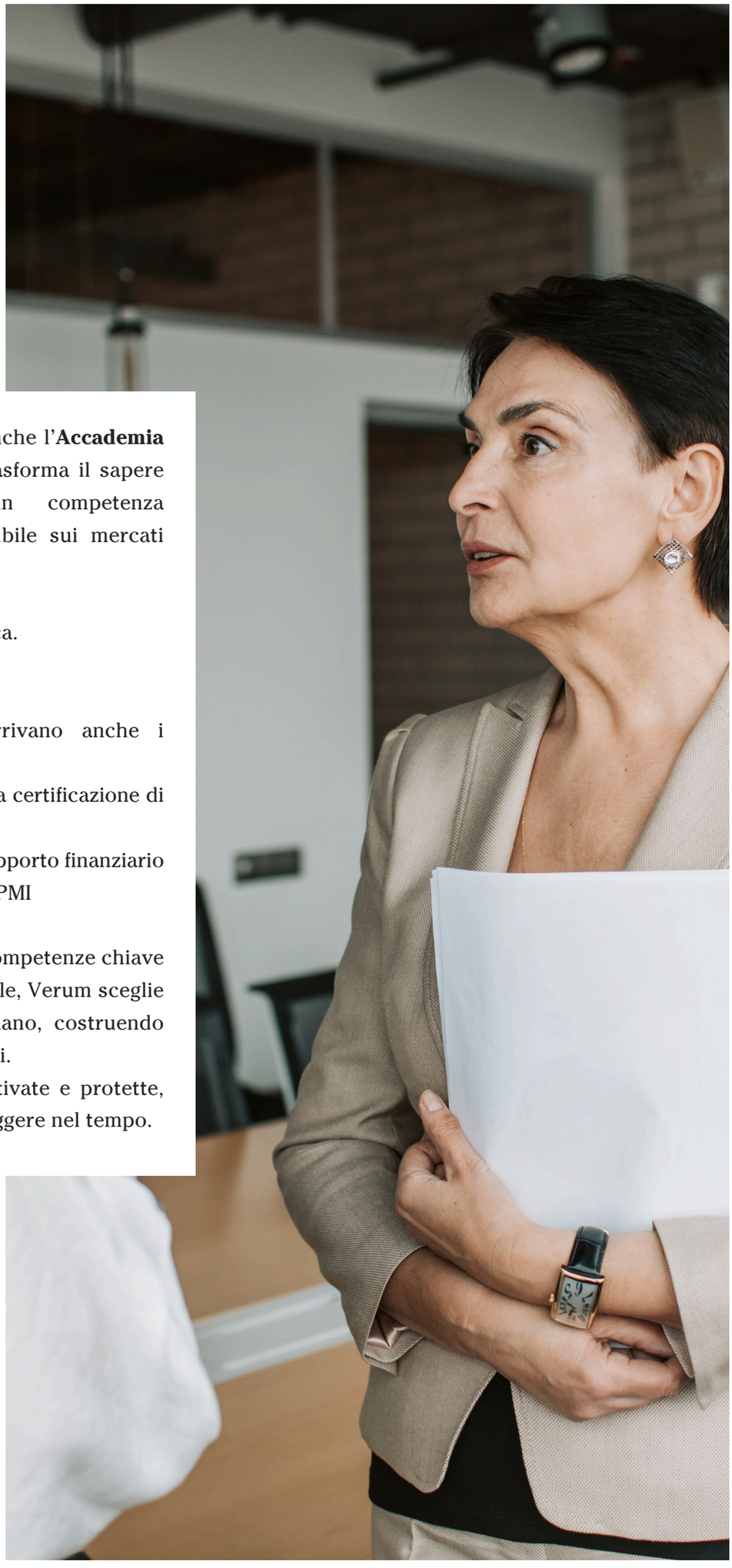
All'interno di Visione Italia opera anche l'**Accademia del Made in Italy**, progetto che trasforma il sapere artigiano e imprenditoriale in competenza strutturata, trasferibile e riconoscibile sui mercati internazionali.

Qui la formazione non è solo didattica.
È strategia di posizionamento.

A rafforzare questo impianto arrivano anche i **progetti pilota**, tra cui:

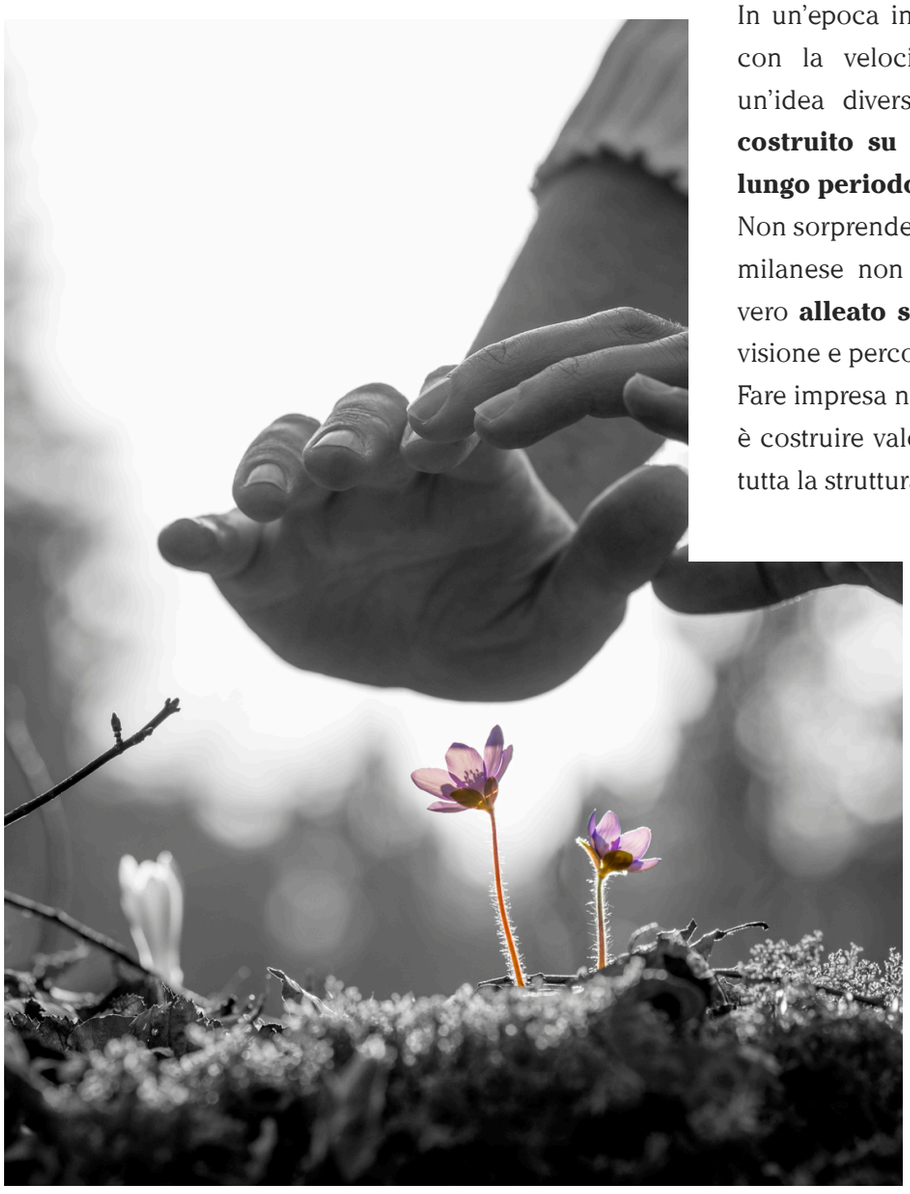
- **Arca**, dedicato allo sviluppo e alla certificazione di filiere
- **Smart Cap 360**, piattaforma di supporto finanziario e industriale per la crescita delle PMI

In un Paese che rischia di perdere competenze chiave per effetto del ricambio generazionale, Verum sceglie di investire anche sul capitale umano, costruendo ponti tra scuola, impresa e istituzioni.
Perché senza persone formate, motivate e protette, nessuna strategia industriale può reggere nel tempo.



Un modello per l’Italia che vuole crescere

C’è una parola che ritorna spesso nel racconto di Verum Partners: ***responsabilità***



Responsabilità verso le imprese accompagnate.
Verso i lavoratori.
Verso i territori.
E, soprattutto, verso il futuro del sistema produttivo italiano.

In un’epoca in cui la crescita rischia di essere confusa con la velocità, il modello Verum propone invece un’idea diversa di progresso: **ordinato, sostenibile, costruito su basi industriali solide e relazioni di lungo periodo.**

Non sorprende che sempre più PMI vedano nella holding milanese non un semplice fornitore di servizi, ma un vero **alleato strategico**, capace di condividere rischio, visione e percorso.

Fare impresa non è solo generare fatturato,
è costruire valore che resti», è il principio che attraversa tutta la struttura del gruppo.



Ed è forse proprio questo equilibrio tra ambizione economica e visione etica che rende Verum Partners un caso interessante nel panorama italiano: un esempio di come la finanza possa tornare a essere **strumento di sviluppo reale**, e non solo di intermediazione.

In un Paese che ha ancora tutte le competenze per competere nel mondo, ma che ha bisogno di sistemi più che di singole eccellenze, esperienze come questa indicano una direzione possibile.

Un'Italia che non rinuncia alla propria identità.

Che investe su imprese, persone e filiere.

E che sceglie di crescere senza tradire ciò che la rende unica.

Un approccio concreto alla crescita,
che unisce visione strategica, solidità operativa
e valore condiviso nel tempo.

CRAI: l’impresa che costruisce comunità

C’è chi apre punti vendita.
E chi costruisce reti umane.

Giangiacomo Ibba
CEO del Gruppo CRAI



CRAI nasce nel 1973 a Desenzano del Garda, non come semplice insegna commerciale, ma come visione condivisa da un gruppo di piccoli commercianti italiani: creare una distribuzione di prossimità capace di essere presidio sociale, cultura del territorio, legame autentico con le persone.

In principio si chiamava Commissionarie Riunite Alta Italia. Poi, per riflettere meglio la sua vocazione alimentare e il radicamento nel tessuto nazionale, l’acronimo è diventato Commissionarie Riunite Alimentaristi Italiani.

Oggi CRAI è molto più di questo:
è un modello di distribuzione che attraversa città e borghi con oltre 1.800 punti vendita, portando con sé non solo prodotti, ma relazioni, ascolto, valore condiviso.
Il cuore della sua crescita? Un’identità che ha saputo restare fedele alla sua origine, evolvendosi con intelligenza: tradizione e innovazione, territorio e visione nazionale, impresa e comunità.
Abbiamo incontrato **Giangiacomo Ibba, Presidente del Gruppo Abbi e Amministratore Delegato del Gruppo CRAI**, per capire come si costruisce un futuro radicato nei valori e pronto alle sfide del domani.



CI RACCONTA IL SUO PERCORSO PERSONALE E PROFESSIONALE?

Il mio percorso imprenditoriale affonda le radici in Sardegna, una terra che custodisce identità profonde e uno spirito di resilienza che ho sempre considerato parte del mio bagaglio personale.
A 27 anni, in un momento difficile segnato dalla scomparsa di mio padre, mi sono trovato a raccogliere il testimone della nostra azienda di famiglia, la Fratelli Ibba. È stato un passaggio improvviso e denso di significato, che ha coinciso con una presa di coscienza: da quel momento in poi, responsabilità e visione non sarebbero più state concetti astratti, ma strumenti concreti
con cui affrontare la realtà, prenderla in carico e trasformarla.
In Sardegna abbiamo costruito un modello imprenditoriale che non ha mai inseguito la crescita fine a sé stessa, ma che l'ha sempre messa al servizio di uno sviluppo più ampio e condiviso, capace di restituire valore ai territori, alle comunità, alle persone.
Questa impostazione si è consolidata e ampliata nel mio attuale ruolo di Amministratore Delegato del Gruppo CRAI, dove ho avuto l'opportunità di estendere quello stesso approccio a un sistema nazionale articolato, composto da realtà diverse per storia e dimensioni, ma unite da una visione comune. In questo contesto, il mio impegno quotidiano è orientato a rafforzare la coesione strategica, migliorare l'efficienza organizzativa
e valorizzare il ruolo degli imprenditori locali, costruendo una rete capace di competere,
ma anche di rappresentare un modello di distribuzione moderno, consapevole e responsabile.

Operiamo affinchè il diritto di restare nei propri territori - di viverli lavorarli, svilupparli - non sia un'eccezione, ma una possibilità reale.

CRAI OGGI È RICONOSCIUTA COME UN PLAYER DELLA PROSSIMITÀ. QUALI SONO LE LEVE CHE GUIDANO LA VOSTRA STRATEGIA?



Abbiamo scelto di attribuire alla prossimità un significato ampio, che va oltre la semplice presenza sul territorio. Per noi significa garantire a tutti – anche a chi vive nei piccoli comuni e nelle aree interne – pari accesso alla qualità, al servizio, alla relazione.

In questo senso, la prossimità è anche una leva di coesione sociale. La nostra rete non segue solo logiche commerciali, ma si fonda su un impegno concreto verso le comunità locali. Operiamo affinché il diritto di restare nei propri territori – di viverli, lavorarli, svilupparli – non sia un'eccezione, ma una possibilità reale.

Per rendere tutto ciò sostenibile nel tempo, investiamo su più livelli: nella personalizzazione dei format, nell'accuratezza dell'assortimento, in una logistica evoluta e nella digitalizzazione dei processi.

In questo scenario, la marca privata assume un ruolo sempre più strategico. Le nostre private label rappresentano oggi oltre il 25% dello scaffale, con oltre 3000 referenze, ma per noi non sono semplici prodotti: sono il riflesso di una visione industriale che valorizza filiere, territori, persone. L'industria CRAI, attraverso la sua marca, racconta valori, promuove la qualità, costruisce un'identità solida e riconoscibile.

Anche la pressione promozionale resta rilevante, ma non può essere l'unica leva. In un mercato affollato e frammentato, a fare davvero la differenza è la qualità dell'offerta. Costruire un assortimento significa assumersi la responsabilità di proporre ciò che serve davvero: non abbondanza, ma essenzialità, chiarezza, sostenibilità. È un gesto di rispetto verso il cliente, che premia l'attenzione, la coerenza, la visione di lungo periodo.

Il nostro obiettivo è costruire una prossimità moderna, efficiente e capace di affrontare le nuove esigenze dei cittadini e delle imprese.



COSA RAPPRESENTA PER LEI IL PROGETTO CRAIFUTURA, CHE HA COLPITO PARTICOLARMENTE L'ATTENZIONE DI IT DIFESA?

CraiFutura è un progetto strategico che nasce dalla volontà di rafforzare la coesione tra le imprese del nostro sistema, dando forma a un'identità comune, più riconoscibile e strutturata. In un mercato complesso come quello attuale, la capacità di "fare sistema" è una condizione imprescindibile per rimanere competitivi.

Con questo progetto vogliamo superare la frammentarietà, dotandoci di modelli operativi condivisi, processi più integrati e strumenti gestionali uniformi. È un'evoluzione che punta a generare efficienza e solidità, ma anche a valorizzare le peculiarità locali, mantenendo intatto il ruolo centrale dell'imprenditore nei suoi contesti di riferimento.

Stiamo costruendo una rete più efficiente, più coesa e più preparata ad affrontare le sfide di domani. CraiFutura non è solo un piano industriale, ma una visione di lungo periodo fondata su integrazione, governance, sostenibilità e crescita equilibrata.

Per competere serve coesione, efficienza organizzativa e valorizzazione degli imprenditori locali

COME DECLINATE IL CONCETTO DI SOSTENIBILITÀ NELLA VOSTRA ATTIVITÀ QUOTIDIANA?

La sostenibilità, per CRAI, è una responsabilità dichiarata e perseguita in modo concreto. Lo abbiamo messo nero su bianco scegliendo di diventare Società Benefit: una forma giuridica che rende esplicito il nostro impegno a generare un impatto positivo sulla società e sull'ambiente, accanto agli obiettivi economici. È una scelta di coerenza, che ci impegna nel presente e ci orienta nel lungo termine.

La nostra prossimità è sostenibile per natura: nasce nei territori, si nutre delle comunità, valorizza le filiere locali, riduce l'incidenza della logistica pesante, promuove stagionalità e relazioni autentiche. È un modello che tiene insieme efficienza, impatto ambientale contenuto e coesione sociale. E che offre risposte concrete ai bisogni di oggi, senza perdere di vista quelli di domani.

A questo si affiancano scelte istituzionali che esprimono un'etica operativa forte. Siamo stati la prima insegna della distribuzione moderna a firmare un Patto di Legalità con il Ministero dell'Interno, a tutela delle filiere sane e della dignità del lavoro. È un segnale chiaro: fare impresa per noi significa anche presidiare il rispetto delle regole, la trasparenza e la qualità delle relazioni lungo tutta la catena del valore.

Ma sostenibilità significa anche guardare al futuro delle persone, favorire il ricambio generazionale, costruire spazi di ascolto e partecipazione attiva. In questa direzione si inserisce il Board dei Giovani CRAI, un gruppo di collaboratori under 35 dell'Hubquarter CRAI che affianca in modo stabile la Direzione Generale. Non si tratta di un progetto formale, ma di un laboratorio vivo, dove le nuove generazioni possono contribuire con idee, proposte e visioni. È un esempio concreto di sostenibilità culturale: creare le condizioni perché il cambiamento sia alimentato da dentro, con energia nuova e responsabilità condivisa.



Sicurplanet: sicurezza integrata e intelligenza investigativa per proteggere il valore delle imprese

Sicurezza strategica per il Made in Italy: difendere valore, identità e competitività



Nel panorama contemporaneo, la sicurezza non è più un semplice servizio accessorio, ma una leva strategica per la continuità e la competitività delle imprese. In un contesto in cui le minacce si evolvono rapidamente – dal rischio fisico alle vulnerabilità digitali – emerge la necessità di modelli integrati, capaci di coniugare tecnologia, investigazione e visione manageriale. È in questo scenario che si inserisce Sicurplanet, realtà nata a Verona dall'intuizione imprenditoriale di Matteo Bottin, e sviluppata attraverso una sinergia manageriale con Maria Tosoni.

L'azienda si distingue per un approccio innovativo che integra sicurezza fisica, cyber intelligence e servizi investigativi avanzati attraverso la divisione Sicurlogic. L'introduzione precoce dell'intelligenza artificiale nella video analisi, unita a una licenza investigativa che garantisce piena validità legale delle prove raccolte, posiziona Sicurplanet come interlocutore privilegiato per settori ad alta esposizione al rischio: dalla grande distribuzione al lusso. Abbiamo incontrato Matteo Bottin per comprendere visione, strategia e traiettorie future di un modello che ridefinisce i paradigmi della sicurezza aziendale.



SICURPLANET NASCE A VERONA, DALL'ESPERIENZA VENTENNALE NEL SETTORE DELLA SICUREZZA CIVILE E INDUSTRIALE. CI RACCONTA LA GENESI DELL'AZIENDA E L'INTUIZIONE INIZIALE?

La storia di Sicurplanet affonda le radici in un'osservazione tanto semplice quanto decisiva. Nei primi anni di attività, maturati all'interno di importanti istituti di vigilanza, ho avuto modo di rilevare una criticità sistemica: molti clienti, pur investendo in tecnologie avanzate, non ricevevano un supporto adeguato nella gestione e manutenzione degli impianti. Da qui nasce l'intuizione. Superare il modello tradizionale e costruire un'offerta che integrasse tecnologia, assistenza e continuità operativa.

Sicurplanet prende forma come risposta concreta a questa esigenza, introducendo un sistema a canone mensile che include non solo dispositivi all'avanguardia, ma anche manutenzione costante e supporto continuativo. È stato un cambio di paradigma. Non più un servizio frammentato, ma una soluzione all-inclusive, progettata per garantire al cliente serenità, trasparenza e performance nel tempo.

















Strategie concrete per accompagnare le imprese in ogni fase di crescita, affrontando le complessità del mercato con un approccio integrato alla sicurezza. Per costruire un business solido, protetto e pronto a evolvere nel tempo.

L’INNOVAZIONE TECNOLOGICA È UNO DEI PILASTRI DELLA VOSTRA CRESCITA. QUALI SONO LE PRINCIPALI EVOLUZIONI CHE AVETE INTRODOTTO NEL SETTORE?



Innovare, oggi, significa anticipare. In Sicurplanet abbiamo investito con decisione nella video analisi avanzata e nell’intelligenza artificiale, riconoscendone fin da subito il potenziale trasformativo.I sistemi che proponiamo oggi rappresentano una vera evoluzione rispetto alla videosorveglianza tradizionale. Non si limitano a registrare, ma interpretano. Analizzano i comportamenti, individuano anomalie, generano alert mirati. È un passaggio cruciale: dalla reazione alla prevenzione. A questo si affiancano piattaforme software integrate, in grado di centralizzare il controllo e semplificare la gestione. Il cliente dispone di strumenti intuitivi, capaci di offrire una visione completa e immediata della propria sicurezza, trasformando dati complessi in informazioni operative.

QUALI SONO OGGI LE RICHIESTE PIÙ FREQUENTI DA PARTE DI AZIENDE E PRIVATI IN MATERIA DI SICUREZZA?

La domanda è cambiata profondamente. Oggi clienti, sia corporate che privati, chiedono sistemi intelligenti, capaci di dialogare in tempo reale con l’utente. Le applicazioni mobili rappresentano un elemento centrale. Consentono un controllo immediato e diretto, senza la necessità di competenze tecniche avanzate. È una democratizzazione della sicurezza: strumenti sofisticati resi accessibili e intuitivi. Parallelamente, cresce l’esigenza di filtrare e interpretare i dati.

Le aziende non vogliono essere sommerse da informazioni, ma ricevere indicazioni chiare su eventi rilevanti. In questo senso, la video analisi e i sistemi intelligenti diventano veri e propri supporti decisionali, capaci di orientare le scelte operative e strategiche.

QUALI SONO I VOSTRI NUOVI OBIETTIVI, IN PARTICOLARE RISPETTO ALLA TUTELA DELLE IMPRESE DEL MADE IN ITALY?



Oggi la sicurezza non può più essere considerata un servizio tecnico. È una questione strategica, direi quasi identitaria, soprattutto per le imprese del Made in Italy. Il nostro obiettivo è chiaro: diventare un partner strutturale per la protezione del valore industriale italiano. Parliamo di know-how, filiere produttive, proprietà intellettuale, reputazione. Asset che rappresentano il vero capitale competitivo delle nostre aziende e che, sempre più spesso, sono esposti a minacce ibride: fisiche, digitali e organizzative. Stiamo lavorando per sviluppare modelli evoluti di sicurezza integrata che combinino intelligenza artificiale, analisi predittiva e capacità investigativa.

Non solo per intervenire quando il danno è già avvenuto, ma per anticiparlo. Questo è il punto di svolta. Vogliamo aiutare le imprese a passare da una logica difensiva a una cultura della prevenzione consapevole. Significa costruire sistemi in grado di leggere i segnali deboli: comportamenti anomali, vulnerabilità interne, rischi latenti nella supply chain. Parallelamente, puntiamo a rafforzare la protezione del Made in Italy nei mercati internazionali, dove il rischio di contraffazione, concorrenza sleale e sottrazione di informazioni strategiche è sempre più sofisticato. La nostra visione è semplice, ma ambiziosa: contribuire a rendere le imprese italiane non solo più sicure, ma più forti. Perché un'azienda protetta è un'azienda libera di crescere, innovare e competere nel mondo senza compromessi

Il nostro obiettivo è supportare le imprese del Made in Italy trasformando la sicurezza in un vantaggio competitivo. Proteggiamo ciò che le rende uniche: persone, competenze e reputazione, garantendo continuità e crescita.

OGGI IL TEMA DELLA DIFESA – FISICA E SOPRATTUTTO INFORMATIVA – È SEMPRE PIÙ CENTRALE. QUANTO È IMPORTANTE PER UN PAESE COME L'ITALIA PRESIDIARE DIRETTAMENTE LA SICUREZZA DEI PROPRI DATI E DELLE PROPRIE INFRASTRUTTURE?



La difesa, oggi, non è più confinata ai confini geografici. È diventata invisibile, pervasiva, sistemica. E soprattutto, si gioca sui dati. Parliamo di un asset strategico nazionale. Le informazioni aziendali, industriali e istituzionali rappresentano il cuore pulsante della competitività di un Paese. Per questo motivo, la sicurezza informativa non può essere delegata né esternalizzata in modo indiscriminato. L'Italia deve sviluppare una piena sovranità tecnologica e operativa nella gestione dei dati sensibili. Non è solo una questione di protezione, ma di controllo. Quando le infrastrutture critiche o i sistemi di sicurezza dipendono da tecnologie o piattaforme esterne, si apre inevitabilmente un tema di vulnerabilità.Casi internazionali come quello di Israele, ed il caso Epstein dimostrano quanto il dominio tecnologico e informativo sia oggi un elemento chiave di potere strategico. Chi controlla i dati, controlla i processi. E, in ultima analisi, influenza le decisioni.Per le imprese italiane – soprattutto quelle del manifatturiero avanzato, del lusso e dell'agroalimentare – questo significa esporsi a rischi concreti: sottrazione di know-how, accesso non autorizzato a informazioni sensibili, vulnerabilità delle filiere.

Il nostro approccio è molto chiaro: costruire architetture di sicurezza che siano gestite, monitorate e governate sul territorio nazionale. Integrare tecnologia avanzata, ma con piena consapevolezza di dove risiedono i dati, chi li gestisce e come vengono protetti.La difesa oggi è prevenzione intelligente. È capacità di leggere i rischi prima che diventino attacchi. Ma soprattutto è una scelta strategica: decidere di proteggere il proprio valore, senza cederne il controllo. Perché nel mondo contemporaneo, la sicurezza non è solo protezione. È indipendenza



PERCHE SI DISTINGUE?

Il modello Sicurplanet si distingue per una visione integrata che unisce tecnologia e investigazione. La sinergia con Sicurlogic consente di intervenire su un ampio spettro di criticità: dalle verifiche pre-assunzione alle indagini su comportamenti fraudolenti, dall'analisi forense delle reti interne alla tutela contro la concorrenza sleale. In un contesto economico sempre più esposto a rischi reputazionali e finanziari, la capacità di far emergere il "sommerso" diventa un fattore competitivo. La sicurezza evolve così da funzione difensiva a leva strategica, in grado di incidere direttamente sulla stabilità e sulla crescita dell'impresa.

ITALIA DEL MERITO
Premio Internazionale

“Il futuro del Made in italy
scritto da chi lo crea.”