

PANORAMA

Google
(e i suoi grandi fratelli)

Google vuole



Google vuole **sapere tutto di me**

Google vuole **sapere quando morirò**

Google vuole **consegnarmi i prodotti con i droni**

Google vuole **entrare nel mio cervello**

Google vuole **seguirmi ovunque**

Google vuole **guidare l'auto al posto mio**

Google vuole **governare il mondo**

premi invio per cercare

I nuovi padroni del mondo

Dalla musica alle camicie stirate, dalle amicizie alle carte di credito. I giganti di internet sanno ormai tutto di noi e si preparano alla prossima offensiva: offrirci ogni genere di servizi. Con una potenza economica che mai nessuna azienda privata ha avuto.



4 1 4 4 1 >

9 770553 1109000

Brescia città del fare

DALL'8 ALL'11 OTTOBRE «PANORAMA D'ITALIA» È NEL CAPOLUOGO LOMBARDO. CHE HA UN OBIETTIVO: SUPERARE LA CRISI PUNTANDO SULL'INNOVAZIONE SENZA DIMENTICARE LA GRANDE TRADIZIONE MANIFATTURIERA.

*di Mikol Belluzzi e Gianluca Ferraris
Foto di Alberto Bevilacqua per Panorama*



La rinascimentale
Loggia che dà
il nome alla piazza,
cuore della città.



È qui la festa? No, festa no: ma qui c'è più lavoro, più progettualità, ricerca del nuovo, investimenti privati che in altre parti d'Italia.

Benvenuti a Brescia, prossima tappa di «Panorama d'Italia», dall'8 all'11 ottobre, un viaggio nel «meglio dell'Italia visto da vicino». Diciassettesima provincia per popolazione e sedicesima per Pil pro-capite, con circa 30 mila euro, Brescia ha un saldo attivo del «movimprese», l'anagrafe gestita dall'attivissima Camera di commercio che tiene conto delle attività imprenditoriali: nel secondo trimestre di quest'anno, le nuove imprese iscritte sono state 121.021, 600 in più di quelle che hanno chiuso, con un incremento dello 0,49 per cento, meglio di niente. Una città ancorata alla tradizione (questa terra è stata resa ricca dall'industria manifatturiera siderurgica, oggi più circoscritta di un tempo ma ancora popolata da eccellenze) ma aperta al nuovo, come dimostra la straordinaria esperienza di Talent Garden: una realtà fondata a Brescia e presente in altre sette città italiane, uno dei principali spazi nazionali di coworking oltre che centro generatore di innovative idee imprenditoriali, organizzatrice di Superstarter, un concorso per start-up rivolto a tutti coloro che hanno un'idea imprenditoriale solida non ancora avviata. Il 4 ottobre celebrerà la finalissima tra le 5 migliori idee di impresa selezionate in un contest che assegnerà un premio di 40 mila euro al vincitore. Insomma: Brescia, città del fare. E come documenta la dettagliatissima rilevazione del Centro studi dell'Associazione industriale bresciana, Aib, l'attività delle imprese manifatturiere bresciane ha registrato in luglio un significativo incremento, dopo una battuta d'arresto a giugno. Il campione di imprese ha dichiarato un aumento (43 per cento) della produzione, il 30 per cento in più di chi ha lamentato un calo. Le previsioni sono ancora grigie, l'occupazione non riparte, ma intanto si lavora e si produce. E si apre la mente ad altri business, primo fra tutti il turismo, che nel 2013 ha registrato una crescita di arrivi (14,22 per cento) e di presenze (10,36 per cento). Ora punta a Expo con un ricco cartellone «Fuori Expo», capace di attirare un consistente flusso di visitatori. Brescia c'è: «Panorama d'Italia» la racconterà. (Sergio Luciano)



Roberto Fiegl e Barbara Veronesi, soci fondatori di Aqueodesign.

IL BELLO DELL'OMBRELLO

Come trasformare un oggetto sobrio in accessorio divertente. E anche molto glam.

Un oggetto «povero» che aveva ben poco da spartire con la moda. Un architetto e un imprenditore che, in barba a ogni cabala scelgono un gatto nero come simbolo della loro prima collezione. Un'attenzione maniacale al prodotto. Il risultato, a dieci anni esatti dall'inizio di quell'avventura, è confortante: Aqueodesign, con il marchio H.D.U.E.O, ha sottratto gli ombrelli degli italiani da un triste destino in cui la scelta era tra sobri bastonati scuri e cineserie da pochi euro pronte ad abbandonarci dopo un paio di temporali. «Nel 2004 siamo partiti da una domanda» conferma Barbara Veronesi, cofondatrice e mente creativa del brand: «Perché un ombrello non può diventare bello da sfoggiare?». La ricetta di business più antica del mondo: coprire una nicchia di mercato rimasta vuota, «e che sembrava non aver nulla da comunicare oltre al basso prezzo. Noi eravamo convinti del contrario» puntualizza Roberto Fiegl, amministratore unico. Che può dirsi soddisfatto: il fatturato è cresciuto nonostante la crisi, anche grazie alla diversificazione. Se gli ombrelli valgono ancora il 50 per cento dei ricavi, al core business si sono affiancati una gamma di accessori per la pioggia e l'abbigliamento outdoor, articoli da viaggio e borse da lavoro. Il tutto veicolato da un centinaio di punti vendita, tra negozi monomarca e corner nei grandi magazzini.



Basta la qualità per rilanciare le imprese italiane sui mercati internazionali?

Di' la tua sulla pagina Facebook di Panorama.

CON TUTTE QUELLE BOLLICINE

Il primo semestre è stato positivo. E ora si punta tutto su export e qualità.

“
PER LO
CHARDONNAY
POTREBBE
ESSERE
UN'ANNATA
IMPORTANTE

”

Maurizio Zanella

«La qualità della vendemmia di quest'anno non la conosceremo fino al prossimo gennaio. Inutile azzardare un giudizio adesso». Difficile strappare qualcosa in più a Maurizio Zanella, patron della cantina Ca' del Bosco e presidente del consorzio Franciacorta, che ha fatto delle bollicine made in Italy il suo credo. «Non nascondo che per pinot nero e bianco è stata un'annata difficile a causa delle piogge incessanti, ma per lo chardonnay mi spingo a dire che potrebbe essere un'annata importante». Si vedrà fra qualche mese, ma intanto Zanella si gode la sua ottima annata. «Per Ca' del Bosco i primi sei mesi del 2014 sono stati molto buoni, siamo cresciuti e in questo difficile momento di mercato non è poco, tenendo conto che la gran parte delle bottiglie di Franciacorta è più cara dello champagne» continua il presidente della cantina controllata dal gruppo Zignago della famiglia Marzotto. «Il nostro export ha raggiunto il 16-17 per cento, è ancora basso, il nostro obiettivo è arrivare al 40 per cento». In arrivo ci sono molte novità. La prima è un prodotto in tiratura limitata, con un posiziona-

mento molto alto, mentre nella fascia più bassa continueranno i miglioramenti da un punto di vista tecnico. E presto il milione e mezzo di bottiglie Ca' del Bosco che vanno dalla pregiatissima Cuvée Annamaria Clementi alla più modaiola Cuvée Prestige avranno in comune la matrice biologica. «Al massimo tra un triennio saremo totalmente certificati, ma non aspettatevi grandi proclami o scritte sulle bottiglie» conclude Zanella «perché per noi il biologico è un valore da preservare e non da strillare per fare notizia».

Maurizio
Zanella, patron
di Ca' del Bosco
e presidente
del consorzio
Franciacorta.



Davide Dattoli,
24 anni,
ideatore di Tag.



I GIARDINI DEI TALENTI

Negli spazi aperti da Davide Dattoli si progetta il futuro. In coworking.

Davide Dattoli è sempre stato precoce. A 18 aveva creato una società per campagne virali sul social network. A 20 anni era già alle prese con Talent garden (Tag), primo spazio di coworking in Italia e collocato nella sua Brescia ma presto esportato in tutta Italia: dopo quattro anni le sedi sono diventate otto e oggi Dattoli, a soli 24 anni, gestisce un piccolo impero dello spazio condiviso che va da Torino a Cosenza, passando per Milano, la capitale italiana dei talenti. «A Milano abbiamo avuto un tale successo che si è deciso di quadruplicare gli spazi fino a raggiungere i 6 mila metri quadrati» dice Dattoli, che ha visitato decine di strutture open space e ne ha scelta una a Porta Romana. Roma è in dirittura d'arrivo: entro il 2014 aprirà il primo Tag della capitale, ai Parioli, 1.500 metri quadrati su un unico piano. «Tag vuole essere un divulgatore e un acceleratore d'idee, non solo un contenitore di scrivanie» conferma Dattoli, che lo scorso anno ha visto transitare nei suoi coworking oltre 30 mila persone attratte da ben 300 eventi come lo «Start-up weekend» o il «Supernova Festival» a Brescia. I prossimi passi all'estero: dopo New York, grazie a un finanziamento federale che ha selezionato Tag come uno dei progetti più innovativi, sono previste le aperture a Lugano e in Lussemburgo.

IMMOBILIARE CON BELLAVISTA

Storia di un successo: dall'edilizia alle vigne di Erbusco.

Di solito, quando un imprenditore diventa ricco, scopre la passione per l'edilizia e per il settore immobiliare. Per Vittorio Moretti il percorso è stato esattamente opposto. Partito come manovale e capomastro, si è messo a costruire appartamenti per i familiari e qualche capannone industriale. Appena ha raggiunto un buon livello di liquidità, ha diversificato. Vigneti, alberghi, ristoranti, persino cantieri navali. Fascia alta, lusso. Il gruppo Moretti oggi vale 124,2 milioni di euro di fatturato, con 600 dipendenti, un ampio campo d'azione che spazia dall'edilizia al turismo, passando per sontuose bottiglie di Franciacorta. «Non penso di avere alcuna dote particolare» dice con incredibile modestia questo signore classe 1941, ancora saldo al timone della holding di famiglia ma con tre figlie a dargli man forte sul ponte di comando. Una vita di soddisfazioni (l'ultima, il restyling di ristorante e bistrot del resort di lusso L'Albereta, affidato dopo l'uscita di Gualtiero Marchesi allo chef emergente Fabio Abbattista) che non nascondono ai suoi occhi le difficoltà del presente: «L'orizzonte, o meglio il non-orizzonte che abbiamo di fronte ci fa pensare che

a fine 2014 saremo bravi se riusciremo a chiudere in pareggio. Ed è tutto merito della diversificazione: la nautica non tira più, l'hospitality soffre, ma nell'edilizia abbiamo commesse fino a metà 2015 e il vino, nonostante un anno complicato, continuerà a difendersi molto bene». Moretti ama raccontare che deve la sua fortuna ai comunisti: «Negli anni 70, in Italia, c'era l'incubo del sorpasso: il Pci sembrava destinato a superare la Dc. Molti proprietari vendevano, io compravo: ho iniziato con una casa e un terreno qui a Erbusco con l'idea di fare un buon vino da bere con gli amici. Oggi a Erbusco produciamo il Bellavista, uno spumante che se la gioca alla pari con gli champagne». A proposito di sinistra e politica economica, qual è il giudizio su Matteo Renzi, che ha da poco sconfessato Cernobbio a favore dell'hinterland bresciano, «dove ci sono il Paese e l'impresa reale»? «Renzi ha ragione, anche io a Cernobbio non vado più da anni. La sua attenzione ai nodi da sciogliere mi pare sincera, e alcune idee buone. Ma quella fiducia che tenta di infondere ancora non la si respira: qui la crisi ha impattato meno che altrove, ma ora servono fatti, e bisogna fare in fretta».



Vittorio Moretti
con le figlie
nelle vigne
di Erbusco.