

# e-KONomy

RACCONTARE L'IMPRESA PER CRESCERE



## VENTIVE: le start-up come DNA

### Editoriale

Imprese e le sfide della sostenibilità

[Pagina 2](#)

### move.ON

DEAGLE

[Pagina 11](#)

### Compliance Update

Le novità introdotte dal D.Lgs. 24/2023 sul cd. "Whistleblowing"

[Pagina 19](#)

### Destinazione Usa

America Buys Italian 2023: grande successo per la seconda edizione dell'evento organizzato da ExportUSA e dalla Italy-America Chamber of Commerce (IACC)

[Pagina 22](#)

REDAZIONE

Via Masaccio, 191  
50132 Firenze  
Tel. 055 5535405  
[info@kon.eu](mailto:info@kon.eu)

I dati relativi ai destinatari della Newsletter vengono utilizzati esclusivamente per l'invio della pubblicazione e non vengono ceduti a terzi per nessun motivo. Resta ferma la possibilità per l'interessato di esercitare i diritti di cui all'articolo 13 della legge 675/96.



@kongroup



[linkedin.com/company/kon-spa](https://www.linkedin.com/company/kon-spa)

[www.kon.eu](http://www.kon.eu)



Sono di nuovo con il mio amico e **"fornitore ufficiale di novità" Lorenzo Sciadini**, che avete già avuto modo di leggere in altri editoriali (fondatore di Circular Camp, Professore, Formatore ecc.. ecc..) ed il tema odierno è "imprese e sostenibilità". L'economia circolare e la sostenibilità sono sempre state al centro dell'interesse personale e professionale di Lorenzo, quindi una persona con la quale poter affrontare l'argomento odierno.

***Allora Lorenzo, grazie per essere di nuovo con noi, aggiornaci sul tema sostenibilità riferito all'impresa, è possibile?***

Grazie Vezio, come sai è sempre un piacere fare due chiacchiere con te su tali argomenti. Di impresa e sostenibilità ne ho parlato recentemente in un articolo scritto per il magazine di una banca friulana. "Business is business" è il titolo di un film dei primi del Novecento e sottolinea la natura pragmatica degli affari. Da sempre le considerazioni economiche sono al centro delle decisioni

aziendali e questo ha condizionato nel bene e nel male un intero secolo di crescita apparentemente inarrestabile.

Forse più nel male che nel bene, visto che di recessione in recessione i punti deboli di una certa finanza e le criticità di una certa economia sono sempre più evidenti: scarsità degli impieghi ben retribuiti, sottoccupazione, debiti, povertà, disuguaglianze, crisi climatica, insomma un sistema più vulnerabile che nel migliore dei casi tende a ripristinare sé stesso (resilienza) invece di evolvere.

### ***Quindi il binomio **Impresa-sostenibilità** è sempre più d'interesse?***

Certo ed ecco perché, con un certo senso di urgenza, altre "questioni" sono entrate a pieno titolo nella sfera del "business". Si tratta delle cosiddette questioni ambientali, sociali e di governance: ESG (Environmental, Social, and Governance) per chi ama le sigle scritte in maiuscolo. In una manciata di anni quello che era uno stratagemma di marketing o una sensibilità sociale di talune imprese è diventato un imperativo. In prima linea anche le banche, obbligate a richiedere una valutazione

complessiva dei criteri ESG per la concessione del credito. Capito perché, finalmente, tutti ne parlano?

### ***Tutti ne parlano perchè sono obbligati a parlarne?***

Guarda è come quando cambiando il presidente della repubblica si cambia il suo ritratto, dal giugno del 2021 la "responsabilità sociale" e "l'etica" sono andati in cantina ed sono entrati in scena "l'ESG" e la "sostenibilità" (fonte Google Trends, ultimi 5 anni). Non è più solo questione di etica, insomma ma puro "business" con la ESG maiuscola!

### ***Ma le imprese lo hanno capito?***

Tutto molto bello ma le imprese non hanno ancora capito il "salto quantico" che le aspetta e continuano a cercare abiti comodi nell'armadio del Novecento. Qui si devono chiarire due aspetti centrali:

- 1) ESG è buono ma non è la sostenibilità;
- 2) ESG è buono ma non fornisce di per sé alcuna strategia.

### ***Interessante facci comprendere***

Per il primo punto è sufficiente pensare alla differenza tra "ESG e sostenibilità" come a

quella tra “glicemia” e “salute” in un contesto di diabete. Se hai il diabete, misurare la “glicemia” è essenziale, ma da sola non garantisce alcuna “salute”. Allo stesso modo, mentre l'ESG valuta specifiche pratiche aziendali, la sostenibilità guarda all'approccio complessivo rispetto a un futuro di lungo termine. In sintesi, rincorrere solo il “rating ESG” non è sufficiente.

Mentre per il secondo punto ESG fornisce criteri di valutazione rispetto a questioni cruciali, ma non fornisce di per sé alcuna direzione strategica. In altre parole, la mera adozione di criteri ESG senza una visione strategica chiara non conduce necessariamente alla sostenibilità. Una sorta di miopia che potrebbe costare cara a banche e imprese.

***Allora i due punti sopra incidono non secondariamente sull'economia odierna?***

Infatti è una questione di sistema. L'economia a cui siamo abituati non è sostenibile a causa soprattutto della sua impronta negativa. Ma è sufficiente ridurla?

Il chimico Michael Braungart, autore di uno degli approcci più autorevoli dell'economia circolare, afferma: “non è sufficiente che un padre si impegni a ridurre il numero di schiaffi al figlio per essere un buon padre”.

***Lorenzo una sintesi, vedi soluzioni?***

Un'ultima riflessione. Sostenibilità e questioni ESG sono un'occasione per lasciare un'impronta positive del fare impresa, non solo ridurre quella negativa. Aziende che innovano, attraggono le persone migliori, costruiscono fiducia ma soprattutto si impegnano a dare al Pianeta e alle comunità più di quanto prendono.

*Grazie Lorenzo. Quindi abbiamo capito che le imprese devono attaccare alla parete un neon lampeggiante con le tre lettere ESG maiuscole, sotto tale neon deve esserci un tavolo che lavori per una visione strategica, che potrebbe, innovando, condurre l'impresa ad essere sostenibile e quindi avere un migliore rapporto fiduciario con una banca, attrarre persone migliori al proprio interno ed infine contribuire in modo positivo alla comunità alla quale appartiene. Un ottimo programma... Forza imprese datevi da fare il tempo a disposizione è breve.*

## VENTIVE: le start-up come DNA



Ventive è una società di investimenti e consulenza per Startup e PMI innovative, fondata nel 2019, con la missione di supportarle nella loro crescita. Aiuta le imprese a superare gli ostacoli durante il loro percorso di crescita per raggiungere il successo in modo sostenibile e duraturo.

Abbiamo intervistato per voi Roberto Sfoglietta, Amministratore Delegato e Fondatore di Ventive nonché leader del giovane team di consulenti/imprenditori di Ventive.

1. ***Come è nata l'idea di business e com'è nata la società?***

Siamo partiti da una solida base accademica, completando un percorso triennale e magistrale in management e innovazione, svolto sia in Italia che all'estero. La nostra collaborazione è radicata in un'amicizia di lunga data, avendo stretto legami sin dai tempi del liceo e degli studi universitari.

La nostra prima esperienza comune in una startup durante gli anni universitari ci ha aperto gli occhi sulle lacune significative presenti nell'ecosistema italiano. Infatti, nonostante il successo iniziale di questa startup, abbiamo identificato una serie di carenze nell'ecosistema, in particolare la mancanza di operatori di mercato focalizzati sulle fasi iniziali di sviluppo delle start-up. Nel contesto italiano, notavamo una presenza consolidata di operatori dedicati alle fasi avanzate di sviluppo, ma una quasi assenza di investitori e player attivi nelle fasi iniziali. L'ecosistema delle startup in Italia, a nostro avviso, risultava giovane anche dal punto di vista anagrafico, con la sfida aggiuntiva per giovani imprenditori di

reperire adeguate risorse finanziarie e investire senza un sostegno significativo o un network consolidato. Un altro aspetto critico che abbiamo rilevato era la carenza di competenze specifiche nel mondo delle startup, che spesso portavano a errori significativi nel percorso di crescita. Questi ostacoli ci hanno ispirato a creare Ventive per colmare queste lacune nell'ecosistema. Inizialmente, il nostro approccio prevedeva l'investimento delle nostre risorse finanziarie personali in startup, con l'obiettivo di coinvolgere successivamente altri investitori in un club deal composto da 20 imprenditori. Oggi, siamo orgogliosi di essere diventati una società che ha investito complessivamente 27 milioni di euro nelle fasi pre-seed e seed di startup digitali B2B e B2C in Italia, con ticket che variano da 100.000 a 500.000 euro. Abbiamo completato con successo 33 operazioni, ottenendo complessivamente un ROI di circa quattro volte l'investimento. La nostra peculiarità risiede nel nostro club deal, che conta

oggi 200 imprenditori distribuiti in tutta Italia. Riconosciamo che nel nostro settore alcune operazioni possono non andare come previsto, ma siamo attualmente lieti di annunciare che tutte le nostre operazioni si sono chiuse positivamente.

## **2. Quali sono i servizi su cui concentrate il vostro lavoro? Come si compone il vostro organico?**

La nostra attività ha avuto origine come investitori focalizzati sulle start-up, ma ben presto ci siamo resi conto che la nostra scelta di concentrarci sull'early stage comportava la perdita di numerose opportunità a causa della mancanza di competenze finanziarie. Dopo un anno di operazioni seguendo un modello di Venture Capital, abbiamo compreso che alcune start-up necessitavano di preparazione prima di intraprendere iniziative di fundraising. Di conseguenza, abbiamo integrato la nostra offerta includendo servizi di advisory. Attualmente, offriamo servizi di fundraising, investendo in modo

strategico nelle start-up più promettenti che individuiamo sul mercato, e servizi di advisory in ambito corporate finance per supportare le start-up nelle diverse sfide che affrontano specialmente nei primi anni di vita, poiché spesso prive delle risorse interne necessarie a gestire la parte finanziaria. Osserviamo infatti che le start-up, spesso cashflow negative, hanno bisogno di una gestione finanziaria attenta per evitare complicazioni alla fine del percorso, e prepararsi ad una due diligence da parte di potenziali investitori. Il nostro team è composto da 20 professionisti impegnati a tempo pieno, di cui 5 si occupano del deal flow e delle relazioni, 5 sono dedicati all'area corporate finance, 2 sono responsabili delle attività di vendita e il restante personale forma il consiglio di amministrazione. Inoltre, 4 membri del team sono focalizzati in ambito formazione. La nostra presenza si estende a Roma e Milano, posizionandoci strategicamente per affrontare le dinamiche del mercato in entrambe le città.

### **3. A quali settori e tipi di società vi rivolgete?**

Ci concentriamo principalmente sulle fasi embrionali di seed e pre-seed, focalizzandoci in modo essenziale sul settore digitale. Il nostro focus si estende alle start-up italiane digitali B2B e B2C, rappresentando un pilastro imprescindibile della nostra attività. Nel corso delle nostre operazioni, abbiamo affrontato con successo diverse sfide, tra cui food tech, fashion tech, travel e digitech. Il driver dei nostri investimenti è l'impiego avanzato della tecnologia in diverse idee imprenditoriali.



**4. Quale è stata finora la principale difficoltà incontrata nel vostro percorso? E invece qual è stato il vostro primo traguardo?**

La principale sfida affrontata nel nostro percorso è stata la barriera culturale all'ingresso nel settore delle start-up. All'inizio della nostra attività, ci si confrontava con una realtà in cui si parlava così poco di start-up, quasi come un tabù. La scarsa esperienza italiana, rendeva estremamente difficile interagire con i nostri interlocutori, specialmente considerando il livello di cultura finanziaria nel Paese. Un ulteriore ostacolo era rappresentato dall'età: presentarsi come ventenni a imprenditori che superavano i sessant'anni era un fattore non di poco conto. Con determinazione e impegno, abbiamo superato queste difficoltà, ottenendo grande successo in 4-5 iniziative che hanno registrato un notevole incremento di rendimento, con un fattore moltiplicativo di x16-18.

Il nostro primo traguardo significativo è stato "Starting Finance", un'iniziativa

coraggiosa e impegnativa che si è posta l'obiettivo di contrastare l'analfabetismo finanziario diffuso in Italia, affrontando la sfida di spiegare in modo semplice ed efficace il mondo della finanza e superando le stesse difficoltà che noi avevamo incontrato. Questa iniziativa è ora la più grande comunità nel paese dedicata al settore ed è una realtà di successo, con la partecipazione di diversi fondi e la negoziazione di aumenti di capitale con investitori istituzionali italiani ed SGR, registrando anche profitti significativi.

**5. Fundraising: quali sono state le tappe chiave del vostro percorso?**

Il nostro percorso di fundraising ha avuto tappe significative che hanno contribuito in modo determinante alla crescita e allo sviluppo di Ventive. Inizialmente, abbiamo avuto la fortuna di incontrare il nostro attuale Presidente Onorario, Paolo Angelucci, una figura di spicco nel panorama italiano degli investitori privati, noto anche come uno dei business angels più importanti in



Italia. Paolo Angelucci ha investito in Ventive fin dall'inizio e ci ha fornito un sostegno fondamentale nella strutturazione del nostro modello di business.

Un'altra fase cruciale è stata la cessione di Karma Digital, il nostro ramo dedicato alla comunicazione, marketing digitale ed eventi, a Intent S.p.A. Questa acquisizione è stata effettuata da una società di sviluppo software attiva nel Centro Italia, la quale ha successivamente investito anche nella nostra azienda.

**6. Quali le prospettive di crescita per Ventive? Quali strategie per il futuro?**

Nel prossimo futuro, Ventive si propone di consolidare la sua leadership a livello nazionale, con l'obiettivo di effettuare un'operazione straordinaria entro i prossimi 12/18 mesi, mirando a raccogliere almeno 5 milioni di euro. Quello che pensiamo essere l'ultimo round prima dell'exit, sarà un passo fondamentale per creare un ponte strategico tra l'Italia e l'estero, consentendo alle start-up italiane di accedere alle relazioni e alle risorse necessarie per espandersi a livello internazionale, in quanto osserviamo che le realtà italiane sono ancora frammentate rispetto ai player sul mercato estero.



Siamo fiduciosi di affrontare questa sfida grazie al nostro team, che rappresenta uno dei più giovani nel settore, ed alla solida base di supporto fornita dal nostro network di imprenditori straordinari che hanno investito in Ventive. Riteniamo di avere tutte le competenze e le risorse necessarie per competere efficacemente a livello internazionale. La nostra missione sarà quella di creare un polo leader per le start-up digitali, operando

anche su scala internazionale.

Questa visione guiderà l'exit di Ventive, segnando un capitolo chiave nel nostro percorso di sviluppo.

Certo, ci aspettiamo che questa sfida sia impegnativa, ma siamo determinati a massimizzare i nostri sforzi per ottenere risultati importanti. Affrontiamo questa prospettiva con ottimismo e la vediamo come una fase che, seppur ambiziosa, può essere affrontata con successo.



FOCUS

# move.ON

Chi, come e-KONomy, vuole occuparsi dell'economia che cresce, non può assolutamente dimenticare l'economia che nasce ovvero l'idea di riporre fiducia nel futuro con la convinzione che è necessario andare avanti in modo proattivo innovando sempre. Così, all'interno di questa apposita rubrica intitolata «move.ON», ci occuperemo di start up ed incubatori e racconteremo storie e personaggi, sogni ed obiettivi, difficoltà e sfide.

## DEAGLE



### **1. Come è nata l'idea di business e come nascono i progetti Deagle?**

L'origine del nostro progetto imprenditoriale è radicata nella lunga relazione tra i soci, che va oltre il rapporto professionale attualmente in corso. Abbiamo una solida amicizia che risale a circa venticinque anni fa.

Inizialmente, Deagle è stata concepita come una start-up innovativa nel campo dell'ingegneria, con l'obiettivo di sviluppare progetti innovativi e servizi di ingegneria. Abbiamo iniziato concentrando i nostri sforzi nel settore aeronautico, ma nel corso del tempo

abbiamo ampliato le nostre conoscenze e competenze, espandendoci in settori diversi, come l'intelligenza artificiale e l'automazione industriale.

Attualmente, Deagle ha stretto collaborazioni strategiche con diverse istituzioni accademiche, tra cui l'Università di Napoli Federico Secondo, per quanto riguarda l'ingegneria aerospaziale e industriale, l'Università di Caserta Vanvitelli, nel settore dell'ingegneria elettronica, e l'Università di Salerno Fisciano, per quanto riguarda l'ecosostenibilità. Queste partnership ci consentono di avere accesso a esperti e risorse specifiche per ciascuna area tematica.

Inoltre abbiamo stabilito partnership

# move.ON

industriali con aziende consolidate nel settore, come AMS, specializzata nell'automazione specifica per il settore automobilistico, e RES, che si occupa della raccolta dei rifiuti in Molise e della loro trasformazione in prodotti ad alta tecnologia, nel settore della moda, nel settore navale, etc... Infine, tra i nostri partner industriali spicca Novotech, un'azienda leader nel settore dei materiali compositi.

Per quanto riguarda il lancio dei progetti, adottiamo diversi approcci. Ad esempio, per SEM, abbiamo proposto all'inventore dell'idea di diventare socio di Deagle, ed attualmente è uno dei quattro soci che costituiscono la nostra società. In altri casi, le idee emergono all'interno dei nostri team, mentre in altre situazioni agiamo come incubatori, supportando soggetti con iniziative già avviate ma che hanno bisogno di un impulso per decollare. Talvolta, quando riteniamo che un'idea abbia potenziale, offriamo di seguirne lo sviluppo.



**AEROSPACE**



**INDUSTRIAL INNOVATION**



**RENEWABLE ENERGY**

move.ON

# move.ON

Da tali collaborazioni possono derivare joint venture, come nel caso di Flyrotor e Deams, in cui abbiamo un coinvolgimento al 50%.

### ***2. Quale è ad oggi il progetto principale su cui concentrate il vostro lavoro?***

La nostra attività presso Deagle non è incentrata su un singolo progetto, ma è caratterizzata da due anime distintive. La prima anima è radicata nella nostra tradizione nell'ingegneria aeronautica, che rappresenta il nostro settore di provenienza. Utilizziamo la nostra vasta rete di contatti in questo settore per sviluppare i progetti correlati. L'altra anima è quella di una start-up, dedicata a concepire e sviluppare progetti innovativi in base alle opportunità e alle idee che ci vengono presentate oppure generate dai nostri ingegneri. Negli ultimi anni, Deagle ha registrato una notevole crescita del

fatturato, con un incremento costante.

Nei primi sei mesi dalla sua fondazione, abbiamo generato un fatturato di poco meno di 100.000 euro, mentre l'anno scorso abbiamo chiuso con un fatturato di circa 300.000 euro. Quest'anno prevediamo di chiudere con un fatturato di circa 600.000 euro. Va inoltre notato che una delle nostre controllate, Deams, ha ottenuto un primo ordine indipendente da Deagle grazie a un cliente estero, canadese. Attualmente, l'intero fatturato dell'azienda proviene dal settore dell'ingegneria.

### ***3. Come funziona nello specifico SEM?***

Abbiamo lanciato il progetto SEM (Super Energy Mobile), un sistema di generazione di energia trasportabile che opera esclusivamente attraverso fonti rinnovabili, in particolare energia eolica e solare.

# move.ON

Questo innovativo sistema è dotato di batterie avanzate, super condensatori, capaci di eseguire circa un milione di cicli di carica e scarica, ovvero circa 1000 volte di più rispetto alle tradizionali batterie al piombo. Questa caratteristica fornisce al SEM un'autonomia notevole.

Il progetto SEM è stato concepito principalmente per affrontare sfide umanitarie, come quelle affrontate da organizzazioni come la Protezione Civile e la Croce Rossa, in risposta a situazioni di emergenza come alluvioni, terremoti e altre catastrofi. Inoltre, è stato ideato per fornire energia in luoghi dove non è disponibile un'infrastruttura elettrica convenzionale, come nei villaggi africani, dove i costi di costruzione di una rete elettrica tradizionale sarebbero proibitivi rispetto al consumo previsto. Fino a questo momento, abbiamo realizzato un prototipo di SEM che sta alimentando l'azienda di uno dei nostri soci.

#### ***4. Ci sono dei brevetti sottostanti i progetti Deagle?***

Attualmente, il SEM è già coperto da un brevetto sia a livello italiano. Inoltre, siamo in attesa di ottenere ulteriori due brevetti per le nostre nuove idee. Le nostre soluzioni innovative sono sempre protette da brevetti.

#### ***5. Quale è stata finora la principale difficoltà incontrata nel vostro percorso?***

Operando in un settore di emergenza ci sono delle sfide peculiari, dovuti alla necessità di risposte rapide e dalla mancanza del tempo necessario per produrre i nostri dispositivi SEM sul momento. Quando ci fu l'alluvione ad Ischia, fummo infatti contattati per portare cinque SEM sull'isola a causa dell'emergenza che era nata e non abbiamo avuto il tempo necessario a produrre i prodotti richiesti. Oggi abbiamo a disposizione un solo prototipo

# move.ON

completamente funzionante.

La nostra idea è stata di utilizzare il crowdfunding per raccogliere fondi e produrre i primi sette SEM. Quest'approccio potrebbe consentirci di avere già i dispositivi pronti in caso di necessità, migliorando notevolmente la nostra capacità di risposta.

L'obiettivo è di cambiare la metodologia del nostro business per passare da un modello "a domanda e risposta" a un modello che preveda una risposta pronta quando la domanda si presenta. Sarà importante pianificare attentamente questa transizione e sviluppare una strategia solida per raccogliere fondi e produrre i dispositivi SEM in anticipo, in modo da essere pronti a rispondere alle esigenze future.

### **6. Come si compone il vostro organico?**

Oggi c'è il Presidente della Società, il Dottore Starace che è l'imprenditore

Oggi c'è il Presidente della Società, il Dottore Starace che è l'imprenditore storico che ha fondato la Dema circa trent'anni fa. Ci sono io come Amministratore Delegato, c'è un responsabile della parte di ingegneria, l'ing. Benito Deri, che si occupa dello sviluppo di tutti i progetti del settore aeronautico, C'è un responsabile della parte di Ricerca e Sviluppo, l'ing. Miraglia che segue tutti i progetti di finanziamento e di ricerca che abbiamo in corso con le diverse Università. La Dottoressa Anna Acanfora si occupa dello sviluppo del Business Development. Infine, c'è un'ulteriore risorsa che si occupa della parte finanziaria ed amministrativa della società. Questa costituisce la prima linea della società che si occupa dello sviluppo del business e dei progetti di ricerca e sviluppo.

### **7. Fundraising: quali sono state le tappe chiave?**

# move.ON

I soci hanno investito già una grossa parte dei soldi. Abbiamo inoltre fatto uno smart and start con Invitalia, con un percorso della durata di circa 6 mesi e ci siamo aggiudicati il finanziamento che chiuderemo entro giugno 2024. Con Invitalia abbiamo avuto la possibilità di allestire un laboratorio chimico, fisico, meccanico per fare i test sui componenti e per realizzare un'area di assemblaggio dello stesso SEM.

L'investimento lato soci si completerà entro quest'anno con la preparazione dello stabilimento e del laboratorio.

Il progetto crowdfunding servirà a raccogliere fondi, costruire nuovi SEM e renderli immediatamente disponibili al noleggio o alla vendita. Con il crowdfunding, infatti, intendiamo acquisire i componenti, testarli, montarli e rendere il SEM disponibile al noleggio e vendita.

Abbiamo cercato la miglior piattaforma

che ci potesse rappresentare. Per vicinanza al progetto da noi proposto abbiamo scelto la piattaforma Ecomill, che è la prima piattaforma in Italia per i progetti ecosostenibili. Gli advisor della piattaforma ci hanno fatto una sorta di due diligence per circa dieci mesi nella quale hanno definito il valore pre-money della società, abbiamo sviluppato il pitch contenente il Business Plan. Gli advisor ci hanno anche consigliato le linee di business da poter seguire per il progetto e per il prodotto e ci hanno indirizzato ai potenziali investitori interessati. Lo scorso 19 settembre abbiamo lanciato la campagna che si chiuderà il 10 novembre.

Il processo nel nostro caso è stato un po' più complesso del normale perché solitamente chi va in crowdfunding sono aziende monoprodotta e monoidea.

Nel nostro caso abbiamo invece messo a disposizione le quote dell'intera Deagle.



# move.ON

Oltre al progetto SEM, per il quale abbiamo lanciato la campagna crowd, gli investitori acquisiranno anche le quote per gli altri progetti e parteciperanno quindi a tutte le iniziative Deagle, come i progetti di ingegneria, a progetti aeronautici, di intelligenza artificiale in campo medico ed aeronautico e parteciperà ai progetti delle controllate Deams e Flyrotor.

Il rischio per l'investitore è fortemente mitigato e contenuto. Le difficoltà maggiori che abbiamo avuto sono state nel far comprendere agli investitori che saranno tutelati dall'attuale business Deagle già in pancia, senza investire in una specifica idea ed aspettarne il lancio ed il successo imprenditoriale. Gli investitori parteciperanno al business che ha un fatturato già in corso.

**8. Quali le prospettive di crescita per Deagle? e quali strategie per il futuro?**

L'obiettivo è di continuare sulla strada di lanciare nuove iniziative innovative in diversi settori per noi chiave, come l'intelligenza artificiale, l'automazione e l'ecosostenibilità. Poi consolidare quanto già in pancia dal lato dell'ingegneria aeronautica e portare laddove fosse possibile investitori a partecipare alla società stessa, un po' come abbiamo fatto con il crowdfunding.

Partecipare a bandi europei come EIC Accelerator, per il quale siamo già alla fase finale di gara, rappresenta un ulteriore passo nella giusta direzione, poiché potrebbe aprire nuove opportunità di finanziamento e collaborazione a livello internazionale.

Sicuramente i vari progetti richiederanno investimenti specifici per la tipologia di progetto e lato personale ci sarà l'acquisizione di personale dedicato.

Il nostro approccio sarà di focalizzare l'impegno nello sviluppo delle idee e nella

Storie di Start Up

# move.ON

loro industrializzazione, utilizzando al meglio il know-how già esistente all'interno dei team Deagle.

Per maggiori informazioni:

Sito web: <https://deagle.it/>

move.ON

# Compliance Update

Compliance updates è la rubrica di e-Konomy che ha come scopo quello di informare rispetto alle principali tematiche e novità inerenti il mondo della compliance.

## Le novità introdotte dal D.Lgs. 24/2023 sul cd. “Whistleblowing”

Lo scorso 15 Luglio 2023 è entrato in vigore il Decreto Legislativo 24/2023, in attuazione della Direttiva UE n. 1937/2019 del parlamento europeo e del consiglio del 23 ottobre 2019 riguardante la protezione delle persone che segnalano violazioni del diritto dell'Unione.

La nuova disciplina è entrata in vigore il 15 luglio 2023, salvo il termine più ampio del 17 dicembre 2023 per i soggetti del settore privato che abbiano impiegato fino a 249 lavoratori nell'ultimo anno.

Il decreto ha abrogato e modificato la normativa previgente, disciplinando con un unico provvedimento, valido sia per il settore pubblico che per il settore privato, il regime di protezione dei soggetti che segnalano condotte illecite in violazione di disposizioni europee e nazionali.

Il D.lgs. 24/2023 prevede che le segnalazioni possano essere effettuate attraverso tre diversi canali di segnalazione:

- Interna;
- Esterna;
- tramite divulgazione pubblica

Le 3 tipologie di segnalazione devono necessariamente essere utilizzate in modo progressivo e sussidiario, nel senso che il segnalante può effettuare:

- una segnalazione esterna solo se non ha potuto effettuare una segnalazione interna o se questa non ha avuto esito;
- una divulgazione pubblica solo dopo aver effettuato una segnalazione interna e/o esterna senza esito.

Oltre a determinati soggetti del settore

# Compliance Update

pubblico, devono obbligatoriamente dotarsi di un sistema di segnalazione i soggetti del settore privato che:

- hanno impiegato, nell'ultimo anno, una media di almeno 50 lavoratori subordinati con contratti di lavoro a tempo indeterminato o determinato;
- rientrano nell'ambito di applicazione degli atti dell'Unione di cui all'allegato, parti I.B e parte II, del D.Lgs.24/2023 anche se nell'ultimo anno non hanno raggiunto la media di 50 lavoratori subordinati;
- rientrano nell'ambito di applicazione del D.lgs. 231/2001 e adottano modelli di organizzazione e gestione, anche se nell'ultimo anno non hanno raggiunto la media di 50 lavoratori subordinati. Questi ultimi soggetti saranno tenuti ad istituire i canali di segnalazione interni, anche se impiegano meno di 50 dipendenti, solo se adottano i modelli di organizzazione e gestione già

previsti dall'articolo 6 del decreto legislativo n. 231/2001.

I canali di segnalazione interna devono garantire la riservatezza dell'identità della persona segnalante, della persona coinvolta e della persona comunque menzionata nella segnalazione e del contenuto della segnalazione e della relativa documentazione.

La gestione del canale di segnalazione può essere affidata a una persona o a un ufficio interno autonomo dedicato e con personale specificamente formato per la gestione del canale di segnalazione, oppure ad un soggetto esterno, anch'esso autonomo e con personale specificamente formato. Le segnalazioni possono essere effettuate in forma scritta, anche con modalità informatiche, oppure in forma orale.

L'ANAC, Autorità competente a ricevere e gestire le segnalazioni esterne sia per il settore pubblico che per quello privato, può anche applicare sanzioni

# Compliance Update

amministrative pecuniarie nei casi in cui:

- non sono stati istituiti canali di segnalazione;
- non sono state adottate procedure per l'effettuazione e la gestione delle segnalazioni;
- l'adozione di tali procedure non è conforme a quelle fissate dal D.lgs. 24/2023;
- non è stata svolta l'attività di verifica e analisi delle segnalazioni ricevute;
- sono state commesse ritorsioni oppure che la segnalazione è stata ostacolata o che si è tentato di ostacolarla;
- è stato violato l'obbligo di riservatezza circa l'identità del segnalante.

# Destination USA

*Destination USA* è la nuova rubrica di e-KONomy sviluppata in collaborazione con Export USA, società di diritto statunitense basata a New York che aiuta le aziende italiane ed europee ad espandersi sul mercato americano, accompagnandole in tutte le fasi di questo percorso. La rubrica nasce con l'intento di raccontare quelle aziende che sono sbarcate con successo negli Stati Uniti e fornire consigli utili a quelle aziende che ci stanno pensando. Per questo motivo saranno raccontate le storie di imprenditori e delle loro aziende che sono andati con successo negli Stati Uniti. Si ringrazia Export USA per il contributo alla stesura dell'articolo.

## America Buys Italian 2023: grande successo per la seconda edizione dell'evento organizzato da ExportUSA e dalla Italy-America Chamber of Commerce (IACC)



**ExportUSA**

Oltre 250 referenti di 6 catene di supermercati americani e di 73 aziende provenienti da tutta Italia sono stati coinvolti in quasi 300 incontri in due giorni per far conoscere le eccellenze italiane ai consumatori americani.

Si è recentemente conclusa la seconda edizione di America Buys Italian 2023, l'evento internazionale organizzato da ExportUSA e dalla Italy-America Chamber of Commerce (IACC) che ha portato, nel nostro paese, amministratori delegati e manager delle più importanti catene di supermercati indipendenti negli Stati Uniti.

Anche questa seconda edizione di America Buys Italian è stata un grande

successo: 250 referenti di 6 catene di supermercati indipendenti americani e di 73 aziende provenienti da tutta Italia sono stati coinvolti in quasi 300 incontri di business. Un'occasione davvero importante per capire cosa cercano i consumatori americani, come far emergere le eccellenze del nostro paese e come distribuire, al meglio, i prodotti in alcune delle catene di supermercati più importanti degli Stati Uniti.

Tra le catene che hanno partecipato ad America Buys Italian 2023 si annoverano: Wakefern (fondata nel 1946, ha un fatturato di 18.6 miliardi di USD ed è presente in New Jersey, New York, Connecticut, Pennsylvania, Delaware, Maryland, Massachusetts, New Hampshire e Rhode Island, con

Destination USA

# Destination USA

362 punti vendita e 80.000 dipendenti), North State Grocery (fondata nel 1962, ha un fatturato di 220 milioni USD ed è presente in California e in Oregon con 23 punti vendita e 1.000 dipendenti), Lowes Foods (fondata nel 1954, ha un fatturato di 1.6 miliardi USD ed è presente in North Carolina, South Carolina e Virginia con 80 punti vendita e 8.000 dipendenti), Sendik's Food Market (fondata nel 1926, ha un fatturato di 376 milioni USD ed è presente principalmente nella Greater Milwaukee area con 18 punti vendita e 2.000 dipendenti), Busch's Fresh Food Market (fondata nel 1975, ha un fatturato di 300 milioni USD ed è presente principalmente nello stato del Michigan con 16 punti vendita e 1.400 dipendenti) e Buehler's Fresh Foods (fondata nel 1924, ha un fatturato di oltre 382 milioni USD ed è presente nello stato dell'Ohio con 14 punti vendita e 2.100 dipendenti).

**Gli Stati Uniti rappresentano una**

**grandissima opportunità per le aziende italiane del settore Food & Beverage.**

Gli Stati Uniti sono il terzo mercato di destinazione delle merci italiane per esportazioni e il primo fuori dal continente Europeo; l'export verso gli USA rappresenta il 10% di tutti i prodotti targati Made in Italy, per un valore totale di circa 50 miliardi di euro. Il comparto food & beverage registra una crescita costante: +30% negli ultimi due anni e 3,12 miliardi di euro (fonte dati: Osservatorio Economico del Governo Italiano). Numeri che testimoniano quanto sia importante, per le imprese del nostro paese, guardare oltreoceano per allargare il proprio business.

I consumatori americani apprezzano moltissimo le specialità del nostro paese, ma avere il bollino Made in Italy non è più sufficiente per conquistare clienti sempre più esigenti ed attenti.

Occasioni come America Buys Italian sono fondamentali per accorciare le

# Destination USA

distanze tra i due paesi, sia a livello di cultura sia a livello commerciale e per permettere alle aziende di entrare, con successo, in uno dei mercati più importanti e complessi al mondo.

## Autore

Muriel Nussbaumer, CEO di ExportUSA

sito internet: [www.exportusa.us](http://www.exportusa.us)

Destination USA





# News dalle imprese

## End of Waste, cos'è e perché incentiva l'economia circolare

La transizione verso un'economia circolare rappresenta un passo fondamentale nell'affrontare la crescente domanda di risorse naturali del nostro pianeta, che risultano in esaurimento. Questo processo mira a garantire una crescita economica sostenibile ed è stato anche riconosciuto come obiettivo prioritario dalle Nazioni Unite all'interno degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile, promuovendo così il consumo e la produzione responsabile.

Al momento, il tasso globale di materiali recuperati rispetto a quelli utilizzati si attesta a meno del 10%. In aggiunta, ben il 70% delle emissioni di gas serra è direttamente correlato all'estrazione, al trasporto e all'uso di materiali. Raddoppiare il tasso di circolarità potrebbe portare a una riduzione del 40% dell'impronta di carbonio globale rispetto alle attuali tendenze. Per agevolare questa transizione, risulta cruciale incentivare il processo di End of Waste (EoW), che costituisce una fase fondamentale all'interno dell'economia circolare. In questa fase, un rifiuto smette di essere tale grazie alle procedure di recupero, trasformandosi in una risorsa utilizzabile o un prodotto permettendo di reintegrare la materia nel ciclo produttivo, anziché smaltirla. Attraverso l'EoW, è possibile sostituire materiali come il carbone, il pet-coke e il gas naturale con rifiuti trasformati in Combustibile Solido Secondario (CSS). Allo stesso modo, materie prime come il silicio o i suoi ossidi, o rifiuti inerti, possono essere sostituiti con scorie da rifiuti, come il MATRIX®, un aggregato artificiale impiegato nella Green Building.

Le scorie di fonderia trattate possono invece diventare materiali da costruzione, contribuendo così a una gestione più efficiente delle risorse. Dalla trasformazione di rifiuti elettronici ed elettrici è possibile ricavarne materie prime come oro, cobalto, litio, fosforo e rame, riducendo la dipendenza dalle importazioni. Questo processo risulta cruciale per agevolare l'economia circolare, contribuendo alla riduzione dello spreco di risorse naturali e all'impatto ambientale legato all'estrazione e alla lavorazione di tali risorse. Inoltre, il riciclo o la trasformazione dei rifiuti in materiali riutilizzabili richiede spesso meno energia rispetto alla produzione di nuovi materiali, contribuendo al risparmio energetico complessivo. La promozione dell'End of Waste contribuisce ad una gestione più sostenibile dei rifiuti e favorisce l'efficienza delle risorse. Tuttavia, affinché questa rivoluzione possa compiersi, è essenziale una sinergia tra politiche pubbliche adeguate, sviluppo di infrastrutture per il trattamento avanzato dei rifiuti, incentivi fiscali e semplificazione delle procedure amministrative. Inoltre, è fondamentale promuovere una vera e propria trasformazione culturale, sensibilizzando i cittadini sull'importanza dell'End of Waste e influenzando i loro modelli di consumo e smaltimento attraverso campagne educative e informative.



<https://www.econopoly.ilssole24ore.com/2023/09/13/economia-circolare-end-waste/>

## Il riciclo, i dati e la gestione dei rifiuti in Europa

Il Green Deal europeo è il piano per una transizione verso pratiche sostenibili, oltre ad essere il cardine della visione dell'Europa per un futuro verde e sostenibile. Fondamentale in questo percorso è l'adesione all'economia circolare, un nuovo paradigma che ridefinisce i modelli tradizionali di produzione e consumo. Al centro di questa trasformazione si trova la direttiva quadro sui rifiuti, per la gestione ed il trattamento dei rifiuti nell'Unione Europea. La direttiva pone una marcata enfasi sulla prevenzione dei rifiuti, con la discarica che è considerata come l'ultima risorsa. Per ottemperare agli obiettivi di questa direttiva, gli Stati membri dell'UE devono adottare misure mirate a raggiungere specifici obiettivi di riciclaggio entro tempi prefissati. A supporto di quest'impresa, l'Agenzia europea per l'ambiente (EEA) ha reso disponibili dati sul riciclaggio dei rifiuti urbani e da imballaggio, suddivisi per diversi tipi di materiali. L'Unione Europea ha stabilito ambiziosi traguardi di riciclaggio per i prossimi anni: entro il 2025, ogni Stato membro dovrebbe riciclare o preparare per il riutilizzo almeno il 55% dei rifiuti urbani. Questa percentuale dovrebbe aumentare al 60% entro il 2030 e al 65% entro il 2035. Alcuni paesi, tra cui Belgio, Germania, Italia e Spagna, hanno già raggiunto o si trovano molto vicini all'obiettivo del 2030 per il riciclaggio dei rifiuti da imballaggio. Per quanto concerne i rifiuti urbani, la media dell'UE-27 è quasi raddoppiata dal 27,3% nel 2000 al 49,6% nel 2021. Ad esempio, la Germania ha un tasso di riciclaggio del 71,1%, mentre la Slovenia ha visto un significativo aumento dal 6% nel 2000 al 60% attuale. Nel periodo dal 2018 al 2021, la quantità media di rifiuti urbani misurata per abitante è aumentata nell'UE, con le tendenze che tuttavia variano significativamente da uno stato all'altro. In termini assoluti, la produzione di rifiuti urbani per abitante è stata più elevata in Austria, Lussemburgo, Danimarca e Belgio, mentre è stata più bassa in Spagna, Lettonia, Croazia e Svezia.

L'aumento della quantità media dei rifiuti per abitante ha determinato un aumento delle esportazioni di rifiuti dell'UE verso paesi terzi che nel 2020 hanno raggiunto i 32,7 milioni di tonnellate. La maggior parte di questi rifiuti comprende rottami di metalli ferrosi e non ferrosi, oltre a rifiuti di carta, plastica, tessuti e vetro. Le esportazioni di rottami di metalli ferrosi e rifiuti di vetro dell'UE sono principalmente dirette ai Paesi membri dell'OCSE, mentre quelle di rottami non ferrosi, rifiuti di carta, plastica e tessuti sono prevalentemente destinate a paesi non membri dell'OCSE. Nel 2021, le esportazioni verso paesi non appartenenti all'UE hanno raggiunto le 33 milioni di tonnellate, in aumento del 77% rispetto al 2004.



Fonte: <https://www.infodata.ilssole24ore.com/2023/09/10/il-riciclo-i-dati-e-la-gestione-dei-rifiuti-in-europa-in-cinque-grafici/>

## Aree da bonificare, in Italia sono 35mila: necessari 30 miliardi

In Italia, si stima che ci siano circa 300 mila ettari di aree necessitanti di bonifica a causa di idrocarburi, residui di lavorazioni minerarie e altri rifiuti industriali provenienti da lavorazioni ormai dismesse. L'ISPRA (Istituto superiore per la protezione e la ricerca ambientale), in un recente studio, ha effettuato una panoramica dettagliata dello stato delle bonifiche e dei siti contaminati che rientrano nella competenza delle Regioni. Il rapporto si basa sui dati raccolti dalla banca dati nazionale dei siti soggetti a procedure di bonifica, e fornisce una visione dettagliata della situazione attuale. Al 31 dicembre 2020, il numero totale di siti soggetti a procedure di bonifica era di 35.022, di cui 16.199 con procedure in corso (pari al 46% del totale) e 18.823 con procedure concluse (54% del totale). Questi procedimenti sono distribuiti in modo eterogeneo nelle diverse regioni, con una maggiore concentrazione in Campania (20% dei procedimenti in corso nazionali) e Lombardia (17%), seguite da Toscana e Veneto (rispettivamente 12% e 10%). Tuttavia, nonostante il censimento dettagliato, il processo di bonifica rimane molto lento. Infatti, soltanto il 66% delle aree sono stati raccolti dati utili a fornire elementi per lo sviluppo di un modello preliminare, mentre solo il 14% ha un progetto di bonifica approvato di cui meno del 20% delle aree ha concluso il procedimento di bonifica con successo.

Nell'ultimo rapporto dell'ISPRA la situazione non appare significativamente migliorata, con i siti censiti pari a 34.478, di cui 16.264 hanno procedimenti di raccolta dati e campioni in corso e 17.862 conclusi. L'osservatorio sulle bonifiche ambientali ha stimato che gli interventi potrebbero richiedere circa 30 miliardi di euro, sebbene non esistano ancora stime precise dei costi totali degli interventi necessari.

L'ISPRA sottolinea inoltre come sia fondamentale ridurre i tempi necessari per passare dalla fase di "notifica" a quella delle indagini. Una caratterizzazione accurata, seguita da un Rapporto di Caratterizzazione, potrebbe consentire di chiudere numerosi procedimenti di bonifica e restituire aree al loro uso legittimo, riducendo significativamente l'impatto del consumo di suolo.

La bonifica dei siti contaminati in Italia rappresenta una sfida complessa che richiede sforzi coordinati a livello nazionale e regionale. La riduzione dei tempi e l'allocazione adeguata delle risorse saranno cruciali per garantire una gestione efficace e sostenibile di queste aree.



Fonte: <https://www.ilssole24ore.com/art/aree-bonificare-italia-sono-35mila-necessari-30-miliardi-AFosijl>