

Gli pneumatici come componente fondamentale anche per la sostenibilità del settore

Continental, fra tech e partner

Sviluppare veicoli del futuro grazie al lavoro coi costruttori

DI MARCO LIVI

Un lavoro continuo con le case produttrici di automobili per costruire i veicoli del futuro e uno sforzo per migliorare l'impatto ambientale, importante per un componente critico come gli pneumatici. L'amministratore delegato di Continental Italia, **Alessandro De Martino**, sottolinea come il suo gruppo sia oggi più che mai aperto alle partnership e focalizzato sulla tecnologia, due elementi fondamentali perché l'intero settore riesca ad affrontare le sfide che gli si pongono davanti.

«Siamo una delle tre o quattro aziende al mondo che sviluppano i veicoli del futuro grazie al lavoro che portiamo avanti assieme ai costruttori. Bisogna provarle in tutti i modi a valorizzarle, e per farlo al meglio bisogna allearsi. Sono necessarie collaborazioni ra-



L'a.d. di Continental Alessandro De Martino

mificate ed estese, perché la complessità di ogni fase nel processo di creazione della tecnologia che si vuole realizzare richiede competenze diverse ed è impensabile che una singola realtà possa avere a disposizione tutte le risorse necessarie», ha detto l'a.d. che ieri ha partecipato a Verona a LetExpo, la fiera della logistica e del trasporto merci e persone organizzata da Alis, per parlare di sicurez-

za e sostenibilità. «Continental è un assistente, un consulente alle aziende», ha continuato De Martino. «Si lavora sempre più di integrazione e di collaborazione, perché noi possiamo dare delle soluzioni, ma le aziende devono saperle prendere e integrare nel loro processo operativo. Quindi si lavora insieme, si lavora in partnership che è l'unica soluzione per andare verso il futuro in modo si-

curo».

Fra le novità portate da Continental, nuovi pneumatici sviluppati per migliorare l'impatto ambientale e l'efficienza, fino ai programmi di ricostruzione e riciclo che offrono una nuova vita al prodotto. Fra questi la Generazione 5 di pneumatici Conti Hybrid con chilometraggio fino al 20% superiore e la possibilità di essere ricostruito con il processo ContiLifeCycle. Il VanContact A/S Ultra invece è lo pneumatico all seasons per i furgoni con bassa resistenza al rotolamento e fianchi rinforzati per gli urti contro i marciapiedi.

Secondo De Martino, «si parla tanto di sostenibilità competitiva, io preferisco l'espressione "competitività sostenibile". Oggi nelle grandi aziende non è più accettabile il ricorso al green washing; non si può più fare finta. Bisogna davvero migliorare la situazione, gli impegni sono seri e compor-

tano dei costi che devono essere accettati dai clienti finali, altrimenti l'Europa rischia di uscire dal contesto competitivo. Stiamo lavorando quindi affinché l'innovazione green, oltre a essere efficace, sia accettata cercando di coniugare al meglio sostenibilità ambientale ed economica».

Continental è anche diventato il primo produttore di pneumatici a introdurre nella sua produzione nel 2022 filato di poliestere riciclato ottenuto da bottiglie in Pet. Ciò consente di sostituire completamente il poliestere utilizzato convenzionalmente nella carcassa dello pneumatico. Per ogni set di pneumatici per auto standard, ha spiegato l'azienda, vengono utilizzate circa 40 bottiglie in Pet riciclato che altrimenti sarebbero finite in discarica perché provenienti da paesi dove non fanno parte di un sistema di riciclaggio.

© Riproduzione riservata

Hotel, Egnazia punta a 20 strutture entro il 2027

Diventare un punto di riferimento per gli imprenditori e per le realtà alberghiere che puntano alla valorizzazione dei territori e delle tradizioni. Questo l'obiettivo di Egnazia Ospitalità Italiana, il gruppo di gestione alberghiera lanciato da Aldo Melpignano. Il nuovo gruppo metterà a disposizione un modello di gestione operativa, per valorizzare la cultura dell'ospitalità con tecnologie e competenze innovative, sempre ponendo al centro delle proprie strategie il cliente. «Vogliamo lavorare promuovendo o scoprendo luoghi della nostra Italia, anche quelli meno noti, ma proprio per questo

ricchi di potenziale da sviluppare secondo il nostro modello, che è fatto di rispetto e valorizzazione dei luoghi, dei territori e delle persone che ci vivono», ha commentato Melpignano, fondatore e amministratore delegato di Egnazia.

Una nuova sfida per l'a.d., che ha iniziato la sua esperienza nel mondo dell'ospitalità con l'apertura della **Masseria San Domenico**. Di Egnazia fanno parte diverse strutture distribuite in tutta la Penisola; tra queste la Masseria Le Carube a Ostuni, il **Santavenere** di Maratea e l'**Hotel de Len** a Cortina d'Ampezzo. Nel 2024 sono previste due nuove aperture, una a Brunico e una a Roma. Il gruppo punta al raggiungimento di 20 strutture gestite entro il 2027. Per tutelare le caratteristiche del patrimonio alberghiero, ciascun hotel del gruppo Egnazia conserva una propria identità e viene posizionato nel mercato a seconda delle potenzialità della struttura. Per la promozione dell'italianità, Aldo Melpignano ha siglato un accordo con la società di investimenti immobiliari e di ospitalità di Renzo Rosso, Red Circle.



Aldo Melpignano

© Riproduzione riservata

BREVI

Rana pasta ufficiale del Giro d'Italia. Il Pastificio Rana si conferma, per il terzo anno consecutivo, pasta ufficiale del Giro d'Italia 2023 con una nuova gamma di ravioli freschi in edizione limitata. Caponata, Porchetta di Ariccia Igp, Burrata, Cime di rapa e acciughe e il grande ritorno di Crudo, squacquerone e rucola, premiata con la maglia rosa in cucina 2022: sono le quattro golose tappe regionali delle nuove paste fresche ripiene dedicate alla competizione su due ruote, un omaggio alla cucina di Puglia, Lazio, Sicilia ed Emilia-Romagna. La linea «Rana Giro d'Italia», in confezioni da 250 g per due persone, è disponibile solo per sei mesi, da oggi fino a settembre 2023.

Ferragamo nelle vetrine della Rinascenza. La nuova collezione primavera-estate 2023 di Ferragamo, curata dal direttore creativo Maximilian Davis, sarà la protagonista delle vetrine della Rinascenza di Milano. In occasione della presentazione, la facciata del palazzo si illuminerà con il logo e l'iconico rosso vibrante del brand. Sulle vetrine dello store ci saranno dei pin wall rossi e la riproduzione oversize della borsa Wanda rossa Ferragamo. Saranno proprio i pin wall a esaltare le forme della borsa, in lucida pelle spazzolata, e dei sandali Elina.

Chiquita sponsor della Stramilano 2023. Il brand di banane diventa official sponsor e fornitore di banane della 50esima edizione di Stramilano, corsa non competitiva dedicata alle famiglie e agli appassionati di tutte le età. Stramilano 2023, in programma il 19 marzo, offrirà tre modalità per vivere la corsa milanese: la Stramilanina, il percorso da 5 km per i runner più piccoli, la Stramilano, una corsa da 10 km e la Stramilano Half Marathon da 21,097 km, per i runner professionisti. In qualità di sponsor, Chiquita supporterà i partecipanti presso i punti di ristoro situati lungo tutto il percorso, per fornire il giusto apporto di nutrienti prima e dopo la gara.

Despar porta la sana alimentazione nelle scuole. Despar Italia estende il progetto «Le buone abitudini», nato per promuovere la sana alimentazione e stili di vita sani, a tutte le scuole primarie delle regioni in cui è presente l'insegna. Il progetto, studiato come ciclo educativo per insegnanti, alunni e famiglie, offre una piattaforma digitale con contenuti scientifici gratuiti e proposte interattive da sperimentare in classe e a casa. Nello specifico, si tratta di cinque percorsi di educazione alimentare realizzati in collaborazione con un team di specialisti e differenziati per ciascuna classe.

Fondazione Cdp a sostegno dell'Ucraina. «Emergenza Ucraina» è il primo bando della Fondazione Cdp che mira a contrastare la crisi umanitaria causata dal conflitto in Ucraina. La Fondazione mette a disposizione 500 mila euro a favore di enti o imprese sociali che propongono progetti in grado di rispondere ai bisogni socio-sanitari, educativi e logistici della popolazione ucraina. I progetti, da presentare attraverso l'apposito portale entro il 17 aprile 2023, potranno avere una durata minima di 6 mesi e massima di un anno. Ciascun progetto avrà a disposizione dai 100 ai 200 mila euro.

Barilla festeggia il record di Mikaela Shiffrin con Publicis Italy. Per celebrare il record di vittorie in Coppa del mondo dell'atleta e medaglia d'oro olimpica Mikaela Shiffrin, Barilla ha lanciato un nuovo progetto con la collaborazione di Publicis Italy/Le Pub. In occasione della vittoria dell'87esimo titolo, Barilla ha ideato 87 pezzi di uno speciale pack che al suo interno contiene una pasta a forma di «8» e «7». La prima confezione sarà regalata a Mikaela, mentre 9 delle 87 confezioni saranno disponibili sulla piattaforma Charity Star e le altre 77 saranno vendute a un prezzo prefissato. Il ricavato andrà a Food for Soul, organizzazione no-profit dello chef Massimo Bottura.

© Riproduzione riservata