

SUSTAINABLE FUTURE DAY

ALL'EVENTO DI CLASS EDITORI IL CEO VIGNA SPIEGA COME SI FA INNOVAZIONE SOSTENIBILE

Ferrari punta su brand e hi-tech

La priorità? Fare in casa i componenti strategici. Il primo modello elettrico? Il piacere di guida è centrale, dice l'ad

DI SILVIA BERZONI

Metodo scientifico e gestione della complessità sono i principi che guidano l'innovazione all'università di Pisa, dove si è distinto con lode in fisica nucleare. Passato per il Cern di Ginevra, l'università di Berkeley, il gigante dei chip Stm, da due anni e mezzo Benedetto Vigna ha portato la sua «rivoluzione gentile» in Ferrari, guidando l'azienda al vertice del Ftse Mib per capitalizzazione. La sua ricetta, il trionfo tra lusso, innovazione e sostenibilità, ha spinto la rossa verso traguardi storici: la vittoria di Le Mans, oltre il miliardo di euro di utile netto, il valore di borsa raddoppiato dal suo arrivo alla guida di Maranello. Il ceo l'ha raccontata al Sustainable Future Day di Class Editori, che nasce dall'esperienza dell'omonima trasmissione di *Class Cnbc*.

Domanda. Qual è l'opportunità numero uno per Ferrari?

Risposta. Dimostrare che si può fare innovazione in modo sostenibile. La sfida è complessa, ma disponiamo di strumenti inediti rispetto al passato. Entro la fine del decennio ci siamo posti l'obiettivo di diventare carbon neutral, siamo sulla buona strada, è il modo migliore per dimostrare che lusso, innovazione e sostenibilità rappresentano un trionfo vincente.

D. Avete appena inaugurato l'E-cells Lab, il centro di ricerca sulle batterie al litio.

R. In questa collaborazione ci sono tre messaggi. Primo, per imparare velocemente bisogna lavorare con accademia e indu-

stria, in un'ottica di open innovation. Secondo, per usare al meglio una tecnologia bisogna conoscerla nei minimi dettagli. Terzo, offriamo la possibilità a giovani talenti di esprimersi.

D. Che batterie aspettarsi?

R. Avremo bisogno di due tipi di batterie: quelle ad alta capacità energetica e quelle che rilascino energia velocemente. Il litio è un ottimo candidato ma esploriamo anche altri elementi.

D. A fine 2024 svelerete la Ferrari elettrica. Anticipazioni?

R. La vediamo e proviamo settimanalmente ed è davvero unica. Il team sta facendo un ottimo lavoro su dimensioni e piacere di guida che vogliamo tra-

Benedetto Vigna
Ferrari

smettere al cliente. I brevetti (181 depositati nel 2023, ndr) sono cruciali: proteggono la proprietà intellettuale e dimostrano l'importanza delle proprie idee.

D. Il 21 giugno inaugurerete l'E-building, dove verranno assemblate le celle che arrivano da diversi fornitori. Cosa rappresenta?

R. Rappresenta tre cose. Primo, la possibilità di realizzare all'in-

La sfida dei settori più difficili da decarbonizzare

di Guido Marzetti

Industria marittima e aviazione sono i settori più hard to abate. Come renderli più sostenibili? L'aviazione «è complessa da decarbonizzare

e nel breve periodo non si può sostituire il carburante», spiega Davide Tassi, head of sustainability di Enav, al Sustainable Future Day di Class Editori. «Secondo un recente studio i provider contribuiscono per oltre il 6% alla decarbonizzazione. Enav ha attivato una serie di progetti, su tutti Free Route: gli aerei sopra i 6.500 metri possono spostarsi seguendo una linea retta e non le autostrade del cielo.

Abbiamo già risparmiato un

milione di tonnellate di co2. Un altro progetto, Aman, permette rapidi atterraggi in sequenza, abbattendo le emissioni». Una sfida che riguarda anche l'industria marittima, responsabile del 3% delle emissioni. «Va sviluppata la tecnologia di combustibili e vettori energetici», dice Ugo Salerno, presidente esecutivo di Rina, spiegando quali sono le alternative ai carburanti tradizionali. «Ci sono i combustibili neutri, che emettono co2 recuperata in altre

fasi, e quelli sintetici, che si ottengono combinando idrogeno e co2. Tra i vettori energetici oggi possiamo pensare all'ammoniaca, che trasferisce l'idrogeno sulle navi in maniera efficiente. E i piccoli reattori modulari, che saranno la soluzione più efficace». (riproduzione riservata)

Davide Tassi
EnavUgo Salerno
Rina

mai lineari. Era impensabile una transizione repentina dal termico all'elettrico. Nei miei anni di lavoro ho sempre posto il cliente al centro: bisogna ascoltarlo, è l'asset più importante di un'azienda. La tecnologia va usata in quest'ottica.

sempre più emozionanti e desiderabili a livello globale.

D. Cosa porterà Lewes Hamilton a Ferrari?

R. Ciò che è scritto nel nostro dna: la volontà di progresso continuo che è fondamentale affinché un'azienda continui a essere vincente in futuro.

D. Dopo un 2023 da record, quali attese per il 2024?

R. Mi aspetto di raggiungere gli obiettivi dichiarati a febbraio: 6,4 miliardi di fatturato, ebitda sopra il 38% ed ebit superiore al 27%.

D. Prevedete un'ulteriore espansione dei margini verso fine piano?

R. Abbiamo concluso lo scorso anno la prima fase, aumentando fatturato e margine. Quest'anno stabilizzeremo il margine e poi continueremo ad aumentarlo. (riproduzione riservata)



D. Come sono oggi i clienti Ferrari?

R. Sempre più giovani e donne, soprattutto in Paesi come Corea del Sud, Taiwan, Cina, ma anche in Europa dell'Est. È più probabile incontrare clienti giovani perché le Ferrari diventano

Santino (Oliver Wyman): servono lo sharing e la mobilità diffusa per andare oltre il concetto di auto di proprietà

Trasporti più sostenibili con elettrico e idrogeno

DI GUIDO MARZETTI

Più sostenibilità significa migliorare la mobilità, settore interessato oggi da un trend di decarbonizzazione: lo spiegano gli esperti al Sustainable Future Day di *Class Editori*. «Bisogna andare oltre il concetto delle auto di proprietà con tutta una serie di servizi che vanno dallo sharing alla mobilità diffusa», spiega Marco Santino, partner di Oliver Wyman. «L'elettrificazione è un trend irreversibile. Per non rallentare la penetrazione dell'auto elettrica sul mercato dobbiamo avere un prodotto sostenibile economicamente e convincere chi è spaventato dall'elettrificazione». Un occhio ai costi lo sottolinea anche Giuseppe Ricci, dg Eni Energy Evolution: «Vogliamo decarbonizzare il trasporto al minor costo possibile»

Ma il mercato italiano dell'elettrico incontra degli ostacoli: «Sulla vendita di auto elettriche in Europa, l'Italia è il fanalino di coda», racconta Fabio Pressi, pre-

Fabio Pressi
Motus-E e A2A E-MobilityAndrea Cardinali
UnraeRoberto Vavassori
Anfia

sidente di Motus-E e presidente e ad di A2A E-Mobility. Lo conferma Roberto Vavassori, presidente di Anfia: «Il mercato europeo ha raggiunto un plateau di

co, aggiunge Lorenzo Pireddu, general manager di Uber Italia: «L'Italia è il primo Paese tra i più grandi in Europa per auto private possedute, il motivo è la

scarsa capillarità del trasporto pubblico e i pochi taxi e noleggi con conducente». E il consumatore ha paura, aggiunge Andrea Cardinali, dg di Unrae: «Sulle auto elettriche ci sono troppe fake news, dalle auto che prendono fuoco a quelle che d'inverno perdono autonomia». C'è poi l'alternativa dell'idrogeno. Lo spiega Corrado La Forgia, vicepresidente di Federmeccanica con delega alla Transizione Tecnologica ed Ecologica: «I biocombustibili, l'idrogeno e gli e-fuel permettono di sviluppare l'ingegno per combattere la leadership cinese». Per Annalisa Stupenengo, ad di Landi Renzo, «pensare che l'elettrico sia la soluzione per tutto non è corretto. L'idrogeno è una soluzione per il presente. Esistono già oggi tanti componenti innovativi che traghettano l'idrogeno nei motori a combustione interna». (riproduzione riservata)