

Etica imprenditoriale, l'insegnamento di Olivetti

profitto
sociale

C'è forse bisogno di guardarsi anche un po' indietro, e soprattutto di riflettere su cosa magari abbiamo lasciato per strada, per provare a immaginare e quindi a plasmare il futuro che ci attende in modo diverso. Non è l'unico, ma senz'altro è questo uno dei messaggi lanciati da due innovativi e appunto "diversi" corsi di formazione messi in calendario per i prossimi mesi dalla **Liuc** Business School. L'economista Massimo Folador, che all'Università Carlo Cattaneo di Castellanza - nel Varesotto - insegna business ethics, è direttore e promotore di entrambe le proposte formative. Che si rivolgono primariamente a imprenditori, manager, liberi professionisti, responsabili di area marketing e commerciale.

Il corso in partenza ad aprile è "Storie di ordinaria economia", che riprende il titolo del volume scritto da Folador in cui si raccontano storie di imprese, per così dire, straordinariamente normali e allo stesso tempo diverse. «Vi sono oggi realtà imprenditoriali, in vari settori e di varie dimensioni - dice Folador, che per anni ha approfondito il tema del rapporto tra monachesimo e impresa - , che stanno producendo valore. Ma con una chiave di lettura diversa. C'è

chi le chiama imprese generative: fanno azienda con grande attenzione al capitale umano, relazionale e fiduciario».

La proposta formativa, come si diceva, pesca nel passato più glorioso che ha segnato la storia economica e sociale del nostro Paese, per proporlo come stimolo all'innovazione. Il riferimento è ad esempio all'esperienza di Adriano Olivetti, «il prototipo - sottolinea Folador - quasi eccessivo, perché inarrivabile», ma anche a quella di Enrico Mattei. O alla grande tradizione del pensiero dell'economia civile. C'è ampio ricorso, inoltre, a testimonianze di imprenditori che stanno percorrendo strade nuove, andandoli a conoscere direttamente a casa loro: il corso è infatti itinerante, prevedendo una serie di tappe per toccare con mano, incontrare e confrontarsi con la realtà di aziende che oggi sono sulla frontiera del cambiamento. Nella consapevolezza che spesso chi lavora riesce a essere concretamente innovativo, magari arrivando anche prima di chi studia o ricerca. «Quello che proviamo a fare - spiega Folador - è creare un ponte tra il mondo del pensiero e i luoghi dove si fanno azioni. Per congiungere la riflessione con i modelli, gli strumenti, le prassi, le competenze».

A maggior parte invece il corso "La business ethics a supporto dello svilup-

po commerciale", che intende dare risposte a domande quali: cosa significa vendere eticamente? Che ruolo ha la fiducia e come la si costruisce? Come si rende operativo un Codice etico? «La business ethics - sottolinea Folador - è indirizzata al bene comune. E la vendita è un momento cardine nella costruzione del bene comune, perché è il luogo dove domanda e offerta s'incontrano: non mi riferisco solo al momento della trattativa, ma anche al prima e al dopo. Perché l'acquisto, soprattutto oggi, è in realtà la riconferma di un patto fiduciario. Che sta alla base di ogni relazione».

Andrea Di Turi

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La business ethics? In azienda



Un'altra impresa è possibile. Il libro «Storie di ordinaria economia» di Massimo Folador - docente di **Business Ethics** della **LIUC** Business School - diventa un **corso di formazione manageriale** per far toccare con mano come la business ethics possa diventare un progetto d'impresa

capace di creare un valore maggiore e più sostenibile. I partecipanti andranno a conoscere dal vivo **quattro imprese** che hanno saputo **coniugare etica e valore economico**, bene comune e risultato. Sono Geico, Vistaterra, Basf Italia e l'Orchestra Sinfonica «G.Rossini».



Fare impresa etica conviene a imprenditori e consumatori

Dal 19 aprile un corso di business ethics alla business school della Liuc. Massimo Folador: «Portiamo i partecipanti a conoscere quattro imprese che hanno saputo coniugare nel mercato di oggi etica e valore economico, bene comune e risultato»



I fatti economici si vestono di denaro, ma il denaro svela solo una parte della loro vera sostanza, di quello che connettono e dei valori che esprimono. In uno scambio commerciale, oltre il prezzo, giocano un ruolo importante la fiducia, il rispetto per l'altro, il piacere delle cose ben fatte, l'attenzione al bene comune. Il libro **“Storie di ordinaria economia”** (guerini NEXT) di **Massimo Folador**, docente di **business ethics** presso l'**Università LIUC di Castellanza**, racconta **24 storie di impresa** che hanno scelto percorsi innovativi mettendo al centro della loro azione quei valori.

Folador, che cosa distingue la business ethics dall'approccio classico?

«Affianca allo sviluppo dei capitali dell'economia classica altri tre “capitali”: quello umano, legato alla valorizzazione delle persone; quello relazionale, dato dalla collaborazione interna ed esterna all'azienda con fornitori e clienti; quello fiduciario in cui l'impresa viene vissuta come progetto nel quale la responsabilità sociale è un asset di sviluppo».

Quanto conta in questo cambiamento il contesto in cui operano imprese e consumatori?

«Per uno che fino a ieri vendeva il tema era: vai, colpisci e scappa. E se uno dopo ricomprava, bene, altrimenti non succedeva nulla. Le imprese hanno campato così per decenni. Oggi però il contesto è completamente cambiato e noi dovremmo essere consapevoli del fatto che ha modificato strutturalmente le decisioni di chi compra. I dati dicono che costa abbastanza poco mantenere vivo un cliente piuttosto che acquisirlo per cinque volte. Il rapporto fiduciario funziona perché riduce i costi. Se il mio meccanico mi dimostra subito che è bravo e onesto, la seconda volta lo controllerò un po' meno e alla fine vai, ti fidi».

Mi sta dicendo che il consumatore etico e il produttore etico ragionano in modo utilitaristico?

«La business ethics guarda al mondo interno dell'impresa e al contesto in cui agisce perché è a partire dall'azienda che si modifica la relazione con il cliente. Claudio Casiraghi nel libro "Il marketing etico" dice che ciò che porta acqua al mulino della trattativa è l'atteggiamento rispetto al tipo di prodotto che faccio. Il marketing etico ha un approccio non solo one to one ma anche one to each, cioè io e te. Si sviluppa un rapporto fiduciario, un'esperienza di acquisto che guarda al lungo periodo e non al mordi e fuggi. Devo dare al cliente il meglio e domandarmi se quello che vuole io lo posso fare mettendo in gioco la mia e la sua identità. La trattativa è il cuore, mette in gioco i valori. E il tema del bene comune è di una praticità assoluta: cosa vuoi, cosa posso darti e quale transazione puoi avere».

Il detto che il cliente ha sempre ragione è ancora valido?

«Valeva fino a qualche tempo fa. So che può sembrare strano ma la globalizzazione ha accelerato il processo della trattativa etica. Tra produttore e cliente ci deve essere rispetto reciproco perché chi produce ci mette soldi, passione e tempo. Alberto Aleo e Alice Alessandri lo spiegano bene nel libro "La vendita etica". Se crei una cultura etica attiri anche chi è border line. Il tema della reciprocità è un tema presente da molto tempo nell'economia civile. Che cosa fanno i gas, i gruppi di acquisto solidale, se non riconoscere un contenuto etico a chi produce. Ed è comprando e ricomprando che si rendono sostenibili economicamente quelle attività. L'elemento fiduciario e il riconoscimento reciproco sono le basi».

Quanto conta il passaparola per consolidare la fiducia?

«È lo sviluppo ulteriore, importante. È quasi una conseguenza: dopo aver investito tanto sulla trattativa, se ne parla ad altri e si diventa referenti attivi».

“Storie di ordinaria economia” a partire dal 19 aprile diventa un corso di formazione manageriale della business school della Liuc, con una caratteristica: sarà una formazione itinerante. Perché questa scelta?

«Perché il direttore della Business School, Raffaele Secchi, è molto attento a questi temi e anche all'innovazione nella didattica. Nel nostro caso portiamo i partecipanti al corso direttamente in azienda a conoscere quattro imprese che hanno saputo coniugare nel mercato di oggi etica e valore economico, bene comune e risultato. Faremo tappa alla **Geico spa**, il polo tecnologico più importante al mondo per la verniciatura delle auto, famosa anche per gli spazi fruibili da dipendenti e clienti. Poi andremo a Ivrea per conoscere il progetto imprenditoriale **Vistaterra** e il suo legame con la storia di Olivetti. Passeremo poi a **Basf Italia spa**, azienda multinazionale del settore chimico tra le più importanti al mondo, la cui storia e la cui sede raccontano l'attenzione all'organizzazione e al metodo e, nel contempo, all'umanità e alle persone. Infine conosceremo l'**Orchestra Sinfonica "G.Rossini" di Pesaro e Fano**, unica nel suo genere perché nata come azienda, all'interno della quale i musicisti, che sono anche soci, mettono al servizio dell'orchestra alcune competenze tipiche della gestione aziendale e contribuiscono con i loro talenti allo sviluppo artistico ed economico della stessa».

Il libro di Massimo Folador "[Storie di ordinaria economia](#)" (guerini NEXT) sarà presentato mercoledì 14 marzo al teatro Santuccio di Varese. [Leggi l'articolo](#)

di [Michele Mancino](#) michele.mancino@varesenews.it

Nuovi modelli d'impresa per la complessità



Il libro di **Massimo Folador**, docente di **Business Ethics** della [LIUC Business School](#), **“Storie di ordinaria economia”** diventa quest’anno un **corso di formazione manageriale sviluppato in azienda e dedicato alle imprese**, utile a mostrare e far toccare con mano come la business ethics possa diventare un progetto d’impresa capace di creare un valore maggiore e più sostenibile. La LIUC Business School rivoluziona, così, il format della formazione in aula e porta i partecipanti direttamente in azienda a **conoscere dal vivo quattro imprese che hanno saputo coniugare nel mercato di oggi etica e valore economico, bene comune e risultato**, così che sia possibile comprendere quali siano gli obiettivi che fanno da supporto alle strategie di queste aziende, quali competenze e quali prassi organizzative all’origine dei loro risultati.

La business ethics affianca allo sviluppo dei capitali dell’economia classica altri tre “capitali”: quello umano, legato alla valorizzazione delle persone; quello relazionale, dato dalla collaborazione interna ed esterna all’azienda con fornitori e clienti; quello fiduciario in cui l’impresa viene vissuta come progetto nel quale la responsabilità sociale è un asset di sviluppo. Questo il *fil rouge* delle storie raccolte dal professor Folador, “casi di studio” sui quali la LIUC Business School propone una **seria occasione di formazione**.

Nello specifico, il percorso si snoda in **quattro tappe** in cui verranno incontrati imprenditori e manager che hanno reagito alle sfide della complessità in modo originale, creando un valore sostenibile per l’intero sistema impresa. Si tratta di:

- **Geico Spa**, il polo tecnologico più importante al mondo per la verniciatura delle auto, famosa anche per gli spazi fruibili da dipendenti e clienti, unici per l’originalità e la bellezza come l’area di meditazione, la palestra aziendale, l’area culturale e di intrattenimento;
- Il progetto imprenditoriale **Vistaterra**, ad Ivrea e il suo legame con la **storia di Olivetti**, che ha lasciato una traccia profonda nell’economia italiana e in particolare ad Ivrea. Su questa tradizione, fatta di innovazione tecnologica e culturale, di capacità manageriale e di visione, ha preso vita il progetto Vistaterra che, a partire dai vivai di Olivetti, sta portando avanti un progetto di sviluppo del territorio unico nel suo genere;
- **Basf Italia Spa**, azienda multinazionale del settore chimico tra le più importanti al mondo, la cui storia e la cui sede raccontano l’attenzione all’organizzazione e al metodo e, nel contempo, all’umanità e alle persone;
- **L’Orchestra Sinfonica “G. Rossini”** di Pesaro e Fano, unica nel suo genere perché nata come azienda, all’interno della quale i musicisti, che sono anche soci, mettono al servizio

dell'orchestra alcune competenze tipiche della gestione aziendale e contribuiscono con i loro talenti allo sviluppo artistico, ed economico, della stessa.

Ogni incontro sarà caratterizzato dall'**intervento di un docente LIUC** e dalla **testimonianza dell'imprenditore e/o manager** "padrone di casa".

PROGRAMMA:

19 APRILE 2018 – Cinisello Balsamo (MI)

GEICO Spa – Dall' "innovatività" all'innovazione: la persona e la relazione al centro dei processi di miglioramento.

Ali Reza Arabnia, Presidente e AD Geico Spa

Valentina Lazzarotti, LIUC - Università Cattaneo

Massimo Folador, LIUC Business School

14 GIUGNO 2018 – Ivrea (TO)

VISTATERRA Srl, IVREA E OLIVETTI: quando l'impresa si integra al territorio per generare eccellenza e un valore sostenibile

Erika Ferlito, AD Vistaterra srl

Marco Peroni, storico olivettiano e commediografo

Massimo Folador, LIUC Business School

11 OTTOBRE 2018 – Cesano Maderno (MB)

BASF Italia Spa – La valorizzazione del capitale umano: umanità e metodo

Alberto Busnelli, Direttore HR Basf Italia Spa

Eliana Minelli, LIUC - Università Cattaneo

Massimo Folador, LIUC Business School

5 DICEMBRE 2018 – Castellanza (VA)

ORCHESTRA SINFONICA G. ROSSINI di PESARO E FANO – Un progetto comune: la passione che diventa impresa

Saul Salucci, Presidente Orchestra Sinfonica Rossini di Pesaro e Fano

Michele Graglia, Presidente LIUC - Università Cattaneo

Massimo Folador, LIUC Business School

RESPONSABILITÀ SOCIALE Nel libro di Massimo Folador, docente **Liuc**, 24 aziende che puntano sul capitale umano

Business ethics La Brianza scopre nuovi modelli di impresa

Come valorizzare il personale: tra le esperienze citate due sono nella provincia di Monza, a Cesano Maderno e Desio

di **Paolo Rossetti**

■ Sono aziende in cui il capitale umano, il valore delle persone che ci lavorano, è considerato una priorità. Che cercano di vivere la loro responsabilità sociale consapevoli del legame che hanno con il territorio. Per le quali le relazioni che si stabiliscono all'interno e all'esterno della società, con i dipendenti ma anche con i fornitori e i clienti, devono contribuire alla crescita professionale e umana di tutti. Le strade delle Business Ethics, di quel modo di fare impresa che cerca di coniugare etica e valore economico, bene comune e risultato aziendale, sono più frequentate di quanto si pensi, anche in Brianza. Lo dimostra il volume di Massimo Folador "Storie di ordinaria economia" (edizioni Guerini Next) che racconta in sintesi le storie di 24 imprese che si sono rifatte a questi principi, comprese, appunto, due realtà brianzole come la Basf, la multinazionale che ha sede a Cesano Maderno e la Sacchi, azienda di elettroforniture di Desio. «Ci sono aziende italiane che stanno fortemente innovando dal punto di vista sociale - spiega

il docente proprio di Business ethics della **Liuc** di Castellanza - che vedono l'impresa come sistema che va oltre il fatto di essere impresa. Credo che dietro a questo modo di pensare ci sia la tradizione cristiana, un imprinting, un profumo che ci fa 'italiani brava gente'. C'è una tradizione che spinge a comportarsi così. La Business Ethics, comunque, nulla toglie ai temi cardini dell'economia classica. Queste società sono rette da ottimi imprenditori». Niente voli pindarici, insomma, ma solide realtà imprenditoriali che spesso e volentieri hanno più risultati delle altre, ma che si organizzano in modo da cercare di valorizzare le persone, traendo indubbiamente anche un vantaggio da questo coinvolgimento. L'attenzione al capitale umano, alle relazioni, alla responsabilità sociale, sono visti, insomma, come asset di sviluppo, elementi fondanti su cui puntare per garantire un futuro all'azienda così come al territorio e alle persone che interagiscono con essa. Un libro in cui si parla di esperienze diverse: dal consorzio Goel che opera nella Locride, a Banca etica fino alla storia particolare del Parabiago Rugby. Tutte accomunate dalla stessa visione del lavoro, risultata vincente anche durante una crisi per battere la quale molti hanno intrapreso strade molto diverse, meno rispettose delle persone e del loro lavoro. ■



BASF

Scoprire il talento di tutti

■ Uno dei 24 casi citati da Massimo Folador nelle sue storie di ordinaria economia è quello della Basf e del lavoro svolto dal suo responsabile risorse umane Alberto Busnelli. Il tema è quello della valorizzazione del talento delle persone che operano in fabbrica: «Ciò che mi rammarica maggiormente - spiega il manager - è vedere come tanti lavoratori limitino l'uso del proprio talento e della propria energia, finendo così per limitare anche se stessi». Un errore che anche le aziende a volte contribuiscono a commettere privilegiando «la persona di talento piuttosto che il talento che c'è in ogni persona». Basf, invece, ha iniziato un percorso diverso: attraverso ad esempio le comunità di pratica, team che lavorano anche a distanza condividendo conoscenze. Ma anche organizzando esperienze di volontariato in realtà no profit: una iniziativa che ha permesso di stare insieme scoprendo una umanità che va oltre l'impegno professionale e permette alla persona di realizzarsi in quanto tale. ■ P.Ros.

SACCHI

Un budget per la solidarietà

■ Cinquanta filiali, mille dipendenti e un fatturato vicino ai 500 milioni di euro. Ma la Sacchi di Desio non è tutta qui. Anzi, forse è arrivata a questi risultati anche perchè ha cercato di affrontare il lavoro con un approccio etico. Oltre ai risultati economici c'è un altro aspetto altrettanto importante dell'attività dell'azienda. Si tratta, spiega nel libro l'ad Maurizio Sacchi, della Gerolamo Sacchi onlus, che grazie proprio agli investimenti della società ha promosso decine di progetti di solidarietà in tutto il mondo, comprese oltre 160 adozioni a distanza. Una esperienza nella quale i lavoratori sono coinvolti in pieno. Sì, perchè gli investimenti in questo campo vengono decisi dalle filiali o dalle funzioni di staff alle quali viene affidato un budget che devono decidere come impiegare per sostenere i progetti. Progetti nei quali si impegnano in prima persona. ■ P.Ros.



La sede Basf a Cesano Maderno

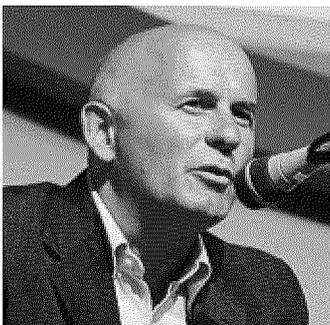
L'INIZIATIVA Si parlerà di etica e capitale umano, visitando i siti produttivi

Corso di formazione nelle aziende Una tappa sarà anche a Cesano

■ Non è solo un libro, ma anche un progetto di formazione che passa attraverso corsi realizzati nelle aziende.

C'è anche la Brianza nel corso della **Liuc Business School** che si svolgerà a partire da aprile e che si propone di portare i partecipanti direttamente in azienda per conoscere da vicino quattro imprese che hanno cercato di coniugare etica e valore economico.

Il primo appuntamento, poco distante da Monza, si terrà il 19 aprile alla Geico di Cinisello Balsamo (il polo tecnologico più importante al mondo per la verniciatura delle auto con spazi per i dipendenti come l'area di meditazione, la palestra aziendale, l'area culturale e di intrat-



Massimo Folador

tenimento) per affrontare il tema "Dall'innovatività all'innovazione: la persona e la relazione al centro dei processi di miglioramento". Si proseguirà il 14 giugno a Ivrea ("Vistaterra srl, Ivrea e Olivetti: quando l'impresa si integra al territorio per

generare eccellenza e un valore sostenibile") dove non si potrà non parlare dell'esperienza della Olivetti, fondamentale in Italia per capire il senso della Business Ethics. Quindi sarà la volta di Cesano (11 ottobre), dove, nella sede Basf, si rifletterà sulla valorizzazione del capitale umano. Un percorso che terminerà a Castellanza il 5 dicembre con una "azienda" totalmente diversa dalle altre, l'orchestra sinfonica G. Rossini di Pesaro e Fano. Un viaggio che riprende i principi sviluppati nel volume "Storie di ordinaria economia" e che punta a scoprire anche altre realtà della Business Ethics che va sicuramente al di là delle 24 significative esperienze citate nel libro. ■





Prima tappa della formazione manageriale Liuc Business School

Al via la prima tappa della formazione manageriale in Business Ethics della Liuc Business School. Geico Taikisha, dove l'impresa si costruisce sulla qualità della vita e il benessere di una comunità

Castellanza – *“Troppo spesso le persone al potere ragionano con la parte sinistra del cervello cioè quella che ci fa comportare in modo estremamente razionale; la differenza tra un imprenditore che pensa ai guadagni veloci ed uno che crede nel futuro è proprio nella parte destra del cervello: cuore, affetto, amore e fantasia; si tratta di un qualcosa di molto qualitativo, di un senso di responsabilità verso il futuro e di rispetto per l'individuo”*, così **Ali Reza Arabnia, Presidente e CEO del Gruppo Geico Taikisha.**

Proprio da Geico, polo tecnologico più importante al mondo per la verniciatura delle auto, avrà inizio il **corso di formazione manageriale itinerante sviluppato in azienda per le aziende dalla LIUC Business School** per far toccare con mano come la **business ethics** possa diventare un **progetto d'impresa capace di creare utile e benessere.**

Tra i casi aziendali raccolti nel libro *“Storie di ordinaria economia”* da **Massimo Folador, docente di Business Ethics della LIUC Business School**, quattro testimonianze diventano **quattro tappe**, terreno di incontro e conoscenza per una modalità di formazione innovativa e intrigante.

Ogni incontro sarà caratterizzato da una presentazione del tema da parte di un **docente LIUC Business School**, dalla **testimonianza dell'imprenditore e/o manager** e dalla **visita dell'azienda ospitante.**

Giovedì 19 aprile 2018, dalle ore 15.30, l'avvio del corso **in Geico, a Cinisello Balsamo**, dove i valori sono *“lealtà, trasparenza, coerenza, determinazione e passione”*. **Dicono dall'azienda:** *“Noi, prima di tutto, crediamo nelle persone. Ciascun imprenditore deve avere consapevolezza della propria responsabilità e del proprio ruolo nell'influenzare la comunità in cui opera, dalla micro comunità dei suoi dipendenti alla macro comunità al di fuori dell'azienda. **Migliorare la qualità di vita e contribuire in maniera attiva e concreta al benessere psicofisico dei propri dipendenti** deve costituire l'humus su cui costruire la propria impresa”*.

A Cinisello Balsamo, dalla palazzina principale degli headquarters, dove ci sono gli uffici di ingegneria, si accede all'anima dell'azienda: il **Giardino dei Pensieri di Laura**, un'area che il Presidente ha dedicato alla moglie Laura e a tutta la famiglia allargata: **i dipendenti Geico**.

In questo spazio, **spiegano dall'azienda**, *“domina la creatività dell'essere umano con un'area di **meditazione**, vero e proprio giardino zen, la **palestra aziendale**, un'area culturale e di **intrattenimento** costituita da un anfiteatro e da una galleria fotografica e, infine, il **Caravanserà**, zona bistrot dove i dipendenti possono assaporare la cucina italiana”*.

Sono state ideate diverse iniziative culturali, formative, di intrattenimento per i dipendenti, ma anche per la comunità in cui l'azienda si inserisce insieme ai suoi stakeholders. Ecco allora, nell'anfiteatro, i **Teasing Fridays**, incontri culturali che vedono protagonisti scrittori, giornalisti, imprenditori e volti noti del nostro Paese che hanno un'esperienza da raccontare e qualcosa da dire. Inoltre **mostre artistiche** di vario genere in Galleria per offrire idee, spunti e riflessioni ai dipendenti; la nascita dell'**Academy Pippo Neri**, in onore del fondatore dell'azienda Giuseppe Neri e l'idea di **Campus** sul modello universitario americano, dove si fondono lavoro e cultura.

E' nella convinzione del **Presidente Ali Reza Arabnia**, che *“ciascuno di noi e in particolare un imprenditore debba impegnarsi per migliorare il territorio e la comunità nella quale opera. Da qui nasce la **Fondazione Pardis** e il progetto **Gate Bridge** che si propone di fare da ponte tra i giovani e le imprese presso cui avranno la possibilità di iniziare un percorso professionale attraverso uno stage totalmente finanziato dalla Fondazione stessa”*.

Esempi che testimoniano il significato di **responsabilità sociale** secondo **Geico** intenta a *“coinvolgere i lavoratori e a creare per loro un ambiente positivo, capace di conciliare al suo interno anima e corpo, lato destro e lato sinistro del cervello, antichi valori e moderni interessi economici”*.

Il corso di formazione “Storie di ordinaria economia” proseguirà:

- il **14 giugno, ad Ivrea**, con il progetto imprenditoriale **VISTATERRA** e il suo legame con la storia di **Olivetti**;
- l'**11 ottobre in BASF Italia, a Cesano Maderno (MB)**;
- il **5 dicembre 2018 alla LIUC – Università Cattaneo con l'Orchestra Sinfonica “G. ROSSINI” di Pesaro e Fano**, nata come azienda e unica nel suo genere.