

**CONSULENZA** > DAL 2016 L'AZIENDA TORINESE ASSISTE I PROPRI CLIENTI IN DIVERSI SETTORI, SEGUENDOLI IN OGNI PASSO DEL PERCORSO VERSO L'ADERENZA AI CRITERI ESG

# Adesso la crescita è sostenibile e crea valore

**F**ondata nel 2016 dagli imprenditori Gianpaolo Ronaldo e Marco Marini, la Ares4F è una società di consulenza strategica aziendale con sede a Torino, specializzata sui temi della sostenibilità aziendale e nei servizi di Strategic Business Solutions, Strategic Marketing, ESG & Sustainability. «La nostra azienda nasce nel 2016 con un ampio intervento di ristrutturazione aziendale di un grande gruppo manifatturiero piemontese, che è proseguito fino al 2022», racconta il cofondatore Gianpaolo Rolando. «Poi nel 2022 siamo usciti sia dal direttivo del gruppo che dal partenariato e abbiamo deciso di

mettere la nostra esperienza nel campo della sostenibilità e dei processi produttivi al servizio degli imprenditori italiani», prosegue Rolando. Ares4F, dunque, oggi è una realtà altamente qualificata su tutto ciò che riguarda i passi da compiere nel percorso di un'azienda verso la sostenibilità.

## I SERVIZI

«Si tratta di solito di un affiancamento nei processi decisionali, con nostri suggerimenti su come intraprendere le scelte nel modo considerato più sostenibile e nel rispetto dei parametri ESG. In particolare, su ciò che è legato al passaggio generazionale e alle operazio-



GIANPAOLO ROLANDO E MARCO MARINI, COFONDATORI DI ARES4F



ni di Merging & Acquisition», spiega il cofondatore Marco Marini. Ares4F, insomma, si occupa di strategia di sviluppo e ristrutturazione, oltre che di sviluppare accurati sistemi di controllo di gestione, mentre, nell'ambito dello sviluppo aziendale per linee esterne, l'azienda torinese ha esperienza in attività di Merger and Acquisition, spin off di rami d'azienda, joint ventures e alleanze. Il metodo per guidare la crescita sostenibile dell'azienda è sempre "data-driven", guidato, cioè, da numeri e informazioni, reali e sempre attuali, che permettono all'azienda di prendere decisioni altamente strategiche basate su considerazioni chiare ed oggettive: un processo decisionale, dunque, creativo, ma a partire dai dati oggettivi e con risultati costantemente presidiati attraverso strumenti e analisi finalizzati, ad esempio, ad aumentare la presenza di-

gitale, potenziare la forza vendita e ad acquisire nuovi clienti, sia in Italia che all'estero. «Per le operazioni di M&A - prosegue Marini - i parametri ESG diventano sempre più importanti, soprattutto quando ci si rivolge al mondo finanziario perché ormai questi aspetti fanno parte dei criteri di valutazione della finanziabilità aziendale».

## I SETTORI

I settori che attualmente sono più attenti alla sostenibilità e ricercano maggiormente consulenze in questa dire-

**Gianpaolo Ronaldo, Cofounder di Ares4F: «Il cambiamento impatterà tutti i settori del mercato».**

zione sono quello dell'abbigliamento, della farmaceutica, dell'automotive, anche se, precisa Gianpaolo Ronaldo, «il fulcro della consulenza nell'ambito della sostenibilità è proprio questo: non c'è un settore di mercato ben definito in cui lavorare ignorando tutti gli altri, perché tutti verranno inevitabilmente impattati». Per chi non rispetta certi criteri, d'altra parte, la multa più salata da pagare è quella della ricaduta sull'immagine aziendale, assicura Ronaldo. Per quanto riguarda il mercato, il più attivo è quello «della Germania e dei paesi del nord Europa, che in questo modo di ragionare sono molto più avanti di noi - prosegue Ronaldo - Per quanto ci riguarda, noi abbiamo avuto un'esperienza europea e una in Cina, sappiamo muoverci anche all'estero». **Per informazioni** [www.ares4f.eu](http://www.ares4f.eu)

**STRATEGIA** > SOSTENIBILITÀ È SINONIMO DI DURABILITÀ E CAPACITÀ DI RESISTERE AI CAMBIAMENTI FUTURI

## Oltre il profitto: fare impresa per i dipendenti e il territorio

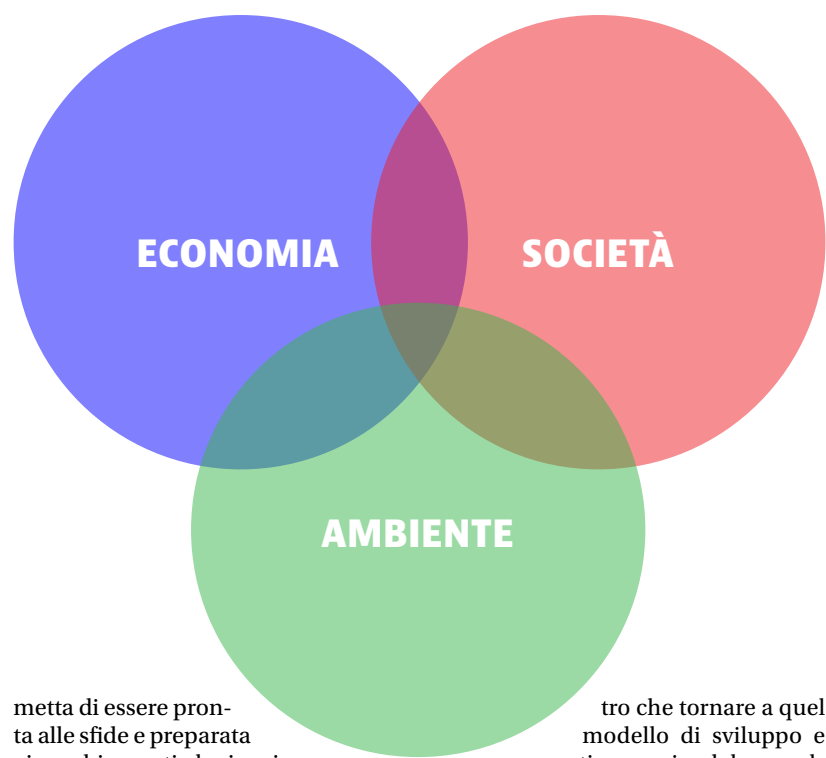


«Ogni giorno si rende sempre più necessario sensibilizzare le aziende sulle tematiche della sostenibilità, per fare in modo che questa non sia più vista solo come un costo, ma come un'opportunità. Stiamo cercando di "evangelizzare le aziende in questo senso"», spiega Marco Marini, cofondatore di Ares4F. L'imprenditoria, infatti, prosegue Marini, è certamente legata al profitto, ma produce anche valore e beneficio alla società: «Questo aspetto, spesso - dice Marini - non

viene capito, e tutto viene visto semplicemente nell'ottica dei costi e dei guadagni. Adesso, invece, la sfida deve essere costruire un ragionamento e fare delle nuove scelte anche in

**Marco Marini, cofondatore di Ares4F: «Il consumatore sta cambiando e preferisce prodotti sostenibili»**

base al valore e all'impatto sociale e ambientale». In questo modo, ogni azienda, attraverso il proprio operato, potrà contribuire a costruire un mondo economico più sostenibile e, allo stesso tempo, garantirà a sé stessa la possibilità di continuare a lavorare nel proprio settore anche in futuro. «In effetti - aggiunge il cofondatore Gianpaolo Ronaldo - il significato di "sostenibile", in fondo, è "durevole nel tempo". Noi lavoriamo perché l'azienda si doti di una struttura che le per-



metta di essere pronta alle sfide e preparata ai cambiamenti che inevitabilmente arriveranno. Se un'azienda riesce a mettere in atto tutte le varie pratiche di sostenibilità, guadagnerà anche in termini di stabilità sul lungo termine».

## IL MODELLO DEL PASSATO

Per cambiare approccio rispetto all'impresa e rimettere al centro la creazione di valore, per Marco Marini basterebbe guardare al modello degli imprenditori del passato: «Se pensiamo a vecchi imprenditori, come ad esempio Olivetti, ci accorgiamo che loro erano già in quest'ottica. Facevano azienda con l'obiettivo, sì, di fare profitti ma cercando sempre di valorizzare i dipendenti e fare del bene al territorio. Poi questi modelli sono stati un po' messi da parte per lasciare sempre più spazio al concetto di profittabilità. La sfida, dunque, non è al-

tro che tornare a quel modello di sviluppo e gestione aziendale, quello che caratterizzava gli imprenditori illuminati del passato. Quando non si riesce a creare una struttura orientata in questo senso, è più difficile che duri». Fortunatamente anche in Italia, secondo i due fondatori di Ares4F, le cose stanno cambiando e «ci sono sempre più imprenditori con una visione integrata di profitto e valore». D'altra parte, è il consumatore stesso che sta cambiando, acquisendo molta più consapevolezza, rispetto al passato, del proprio potenziale ruolo di agente di cambiamento: «Oggi le persone - spiega ancora Rolando - preferiscono acquistare prodotti sostenibili e da aziende che applicano i criteri ESG». A maggior ragione, affidarsi all'esperienza di professionisti nel cammino verso la sostenibilità non può che risultare una scelta vincente.