

COMUNICATO STAMPA

OLTRE LE REGOLE, DENTRO IL SOGNO: LA VISIONE DI UN IMPRENDITORE RIBELLE

Una storia vera di riscatto, visione e passione, raccontata da Federico Ficcanterri, che ha entusiasmato gli studenti dell'Università Cattolica di Milano



È stato un successo oltre le aspettative l'intervento di Federico Ficcanterri, CEO di Icon Collection che gestisce 5 strutture di prestigio in Toscana, tenutosi lo scorso 9 giugno all'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano. Davanti a una platea numerosa e partecipe, l'imprenditore ha lasciato un segno profondo, non solo per il suo carisma, ma soprattutto per la forza travolgente del suo messaggio: essere imprenditori significa, prima di tutto, avere un fuoco dentro.

In un mondo dominato da modelli aziendali razionali, numeri e business plan, **Federico Ficcanterri ha ribaltato il paradigma**, raccontando una storia vera e viscerale fatta di errori trasformati in capitale, sogni nati dallo scontro, bellezza come valore d'impresa e **valori autentici come bussola decisionale**. Una testimonianza che ha risuonato potente, autentica, lontana anni luce dai discorsi patinati e autocelebrativi tipici di certa imprenditoria **"tradizionale"**.

Con il suo stile diretto, concreto e profondamente umano, Ficcanterri ha catturato l'attenzione della platea ripercorrendo le tappe - spesso dure, mai scontate - del suo percorso imprenditoriale. Un viaggio iniziato in una macelleria di famiglia, **passato per i mestieri più umili dell'hotellerie, fino alla guida di un gruppo alberghiero toscano** che oggi conta cinque strutture d'eccellenza, tra cui il prestigioso **The Sense Experience Resort 5*L** di Follonica. Ogni passo, ha raccontato, è stato mosso da una determinazione ostinata e da un'insoddisfazione positiva che lo ha spinto a volere sempre di più da sé e per sé. *"Non ho una laurea, ma studio la vita"*, ha affermato con orgoglio, sottolineando come la sua vera formazione sia avvenuta sul campo: notti di lavoro, cadute affrontate a testa alta, errori trasformati in apprendimento, incontri che hanno lasciato segni profondi. Una **'università esistenziale'**, fatta di pragmatismo, visione e un desiderio instancabile di evolvere, che lo ha portato a credere in un modello d'impresa in cui **il valore umano e la bellezza** contano quanto se non più dei numeri.

Il pensiero di Federico Ficcanterri ha stimolato riflessioni profonde, grazie a uno stile diretto e senza retorica. Ha condiviso una visione dell'imprenditore come figura non alla ricerca di libertà personale, ma consapevolmente orientata alla responsabilità verso gli altri e verso il proprio progetto: *"L'imprenditore vero non è quello che cerca libertà, ma quello che sceglie la responsabilità"*. E non ha evitato di toccare temi scomodi, come **il rapporto tra successo e percezione sociale in Italia**, affermando con lucidità: *"In Italia si perdona tutto, ma spesso non si perdona il successo"*. Considerazioni che hanno aperto spazi di confronto tra i presenti, alimentando dialoghi vivaci e autentici.

Controtendenza è stata anche la sua visione dell'impresa: non una macchina per generare utili, ma **una comunità che genera significato**. E su questo ha portato esempi concreti come l'iniziativa **We Plant**, con cui ad ogni collaboratore che resta tre anni nell'azienda gli viene dedicato una pianta o un albero: un gesto simbolico che **lega crescita personale e impatto sul territorio**.

Lontano da tecnicismi, ma vicino alla sostanza, Federico Ficcanterri ha introdotto il concetto di **"Kalopatia"** una parola antica e quasi dimenticata, che indica la passione per la bellezza come forma di coerenza, visione e permanenza. Per l'imprenditore, la bellezza non è un orpello estetico né un lusso per pochi, ma **un principio fondativo dell'impresa**: una bussola valoriale che orienta ogni scelta, dal progetto architettonico al modo in cui si accolgono le persone. *"Solo ciò che nasce con bellezza ha la possibilità di durare nel tempo"*, ha affermato, sottolineando come la bellezza se vissuta come cura, armonia e attenzione diventi una strategia capace di generare valore solido e duraturo. **La sua sfida è chiara**: progettare aziende non solo efficienti, ma anche ispiranti, **dove il bello non sia un fine, ma il segno di una visione più alta, responsabile e umana**.

Per molti, non è stato solo un intervento: è stato **un confronto che ha fatto emergere nuove domande**, stimolando riflessioni profonde più che offrire risposte preconfezionate. Un momento capace di ridefinire il modo di intendere l'impresa e chi la guida. In un tempo in cui il conformismo imprenditoriale dilaga, Federico Ficcanterri ha mostrato che **è possibile generare valore autentico** anche e soprattutto percorrendo strade non convenzionali, con coraggio, coerenza e visione.

Icon Collection

È una società di consulenza del gruppo imprenditoriale Ficcanterri, nata nel 2019, che si occupa di gestire in maniera sinergica una serie di servizi (marketing, revenue, booking, acquisti, amministrazione, controllo di gestione, etc.) per le strutture **The Sense Experience Resort, Park Hotel Marinetta, Antico Podere San Francesco, Borgo Verde** e **Hotel Botticelli**. Icon Collection ha il compito di condurre tutte le strutture verso l'innovazione sia nell'ambito dell'offerta di servizi, nel marketing, revenue & sales, nei sistemi di controllo ed efficientamento economico che nell'ottimizzazione dell'impiego delle risorse umane e finanziarie.



Icon Srl

Via dei Cavalleggeri Nord, 5

57020 Bibbona (LI)

+39 0586 090657

www.iconcollection.it

Travel Marketing 2
Public Relations & Press Office

Ufficio Stampa Travel Marketing 2, Roma

Alessandra Amati Cell. 335 8111049

www.travelmarketing2.com

E-mail alessandra.amati@travelmarketing2.com