

# MANAGER

VERONA ONLINE



**Dal tornio ai big data.  
Al via la nuova edizione de Il Cenacolo**

**Risorse Umane: Quali sfide ci aspettano  
Come ottenere ricercatori  
altamente qualificati a costo zero**

www.confindustria.vr.it

**MANAGER**  
VERONA ON LINE

Anno 4 - Numero 25 Ottobre 2017



Storia di Copertina

**Dal tornio  
al big data  
Al via la nuova  
edizione de Il  
Cenacolo  
Clicca qui**

### Verona Manager Online

è a cura di Confindustria Verona. Hanno collaborato a questo numero: Arianna Andrioli, Paola Bendinelli, Marta Bortolazzi, Micol Bottacini, Valentina Bottega, Sara Callisto, Sara Lovato, Chiara Fasolo, Sonia Giovannoni, Eugenia Iannello, Liana Laiti, Rita Perini, Francesco Pizzeghella, Davide Vertullo.

Progetto grafico e programmazione di Bravo Communications.

PER CONTATTARE VR  
MANAGER ON LINE  
E PER LA PUBBLICITA'  
SULLA RIVISTA  
T. 0458099414 - 419  
comunicazione@confindustria.vr.it

### Editoriale

**3 La forza dell'export spinge la ripresa**

### Storia di copertina

**5 Imprenditore 3D: come gestire la presenza on line. Intervista a Salvatore Russo**

### Piazza Cittadella

**9 Con le nostre convenzioni le aziende risparmiano e fanno business**

**13 Risorse Umane: quali sfide ci aspettano**

**16 I Giovani Imprenditori di Verona e Trento ospiti di Giuseppe Vicenzi**

**19 Telethon: sinonimo di ricerca sulle malattie genetiche in Italia**

**22 SIFACOSI: come far nascere e crescere il brand**

### Aziende

**25 Consultique riunisce il mondo della finanza a Verona**

**27 Girardi Pubblicità: 40 anni di attività e qualità**

**30 La Ronda: passione per la sicurezza**

### Rubriche

**33 Nuove Associate**

**36 Notizie dalle Aziende**

**37 Servizi Associativi**

### Europa per le imprese

**38 Marie Curie: Come ottenere a costo zero ricercatori altamente qualificati in azienda**

### Focus Economia

**40 Le analisi del Centro Studi e le previsioni di settembre**

### Approfondimenti Tecnici

**44 Fronius: un'azienda con 24 ore di sole**

**47 Il nuovo Sisma bonus profili fiscali**



## La forza dell'export spinge la ripresa

L'export corre. Il made in Italy nel mondo va forte.

È questo quanto emerge dai numeri. Le esportazioni italiane infatti nel primo semestre segnano +8% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso, quelle veronesi +9% sopra la media nazionale e miglior performance regionale. Fanno da traino USA e Russia.

Nel mondo c'è fame di made in Italy e gli spazi di crescita sono ancora molti. Secondo un'indagine di Prometeia la sola meccanica veronese ha un potenziale di export ancora inespresso che potrebbe valere un +12% nel triennio 2017/2019.

Valori che possono essere recuperati non senza fatica. Tutti sappiamo quanto sia complesso entrare in un nuovo mercato. Occorre preparazione, il prodotto giusto e molte, moltissime informazioni.

Informazioni che possono essere condivise tra chi quel mercato già lo conosce ed è questa l'idea di Sharexp.

Il nostro progetto che permette di condividere e mettere a disposizione delle altre nostre aziende associate le preziose conoscenze delle imprese che un certo mercato lo hanno già affrontato.

Ma per avvicinare un nuovo paese non sempre è necessario essere presenti. Oggi la tecnologia e le nuove abitudini dei consumatori rendono meno lontano il mondo dell'e-commerce e del digital export.

Per quanto riguarda l'e-commerce per la prima volta quest'anno infatti il valore dei prodotti supererà quello dei servizi con una quota di mercato del 52% e diventa così un canale di vendita pari alla moderna distribuzione.

In quest'ambito anche il digital export cresce a due cifre soprattutto in settori come il fashion.

Un segmento relativamente nuovo e poco conosciuto per questo abbiamo pensato a Check e-business un servizio che aiuta le imprese a valutare gli strumenti attualmente in loro possesso ed eventualmente come implementarli.

Per andare all'estero occorre una velocità di reazione e un portafoglio mercati ampio perché gli scenari cambiano in maniera rapidissimi. Se infatti a giugno gli USA erano un mercato di traino per il nostro paese i dati di agosto lo danno in flessione forse a causa del cambio sfavorevole.

Viste queste repentine fluttuazioni per agganciare una ripresa più solida. Nonostante i buoni risultati e le stime al rialzo del nostro PIL rimane la necessità di rafforzare la ripresa. Il terreno perduto, a differenza degli altri paesi europei, non è ancora stato recuperato e il mercato interno non ha riacquisito vivacità.

Se quindi l'export può essere un buon punto di partenza non possiamo ancora pensare che la nostra economia sia avviata in una fase di ripresa solida e duratura.

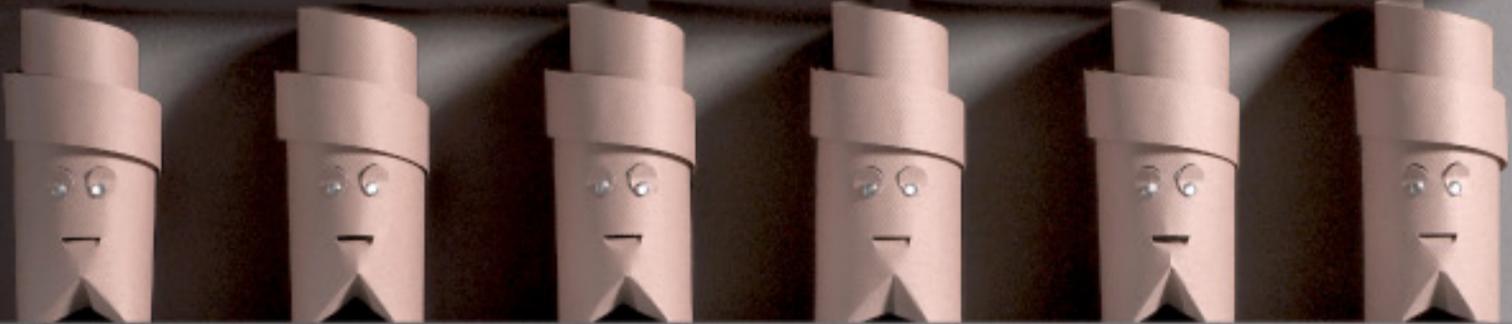
È necessario pertanto insistere sulla strada delle riforme e sulla politica industriale per questo è un'ottima notizia la proroga degli incentivi del piano Impresa 4.0 che possono non solo spingere gli investimenti ma anche rinnovare il nostro sistema produttivo.

**Michele Bauli**  
Presidente di Confindustria Verona



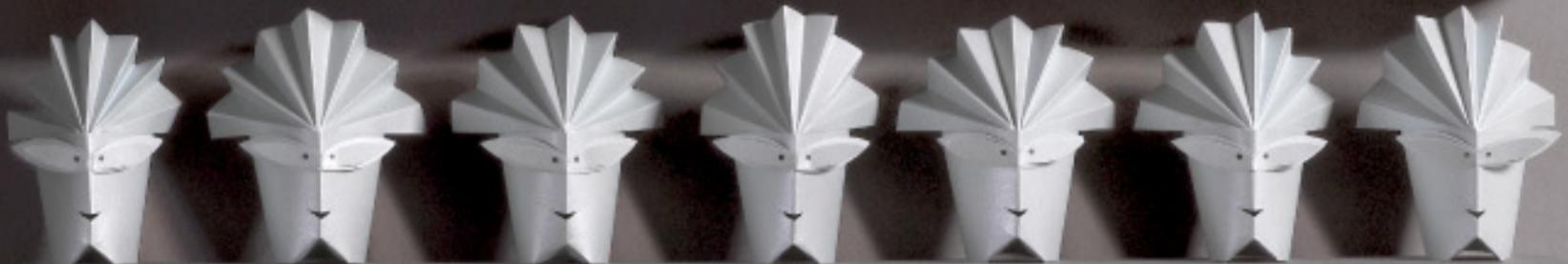
## ISPIRA I MIGLIORI DESIGNER.

Con carte speciali, lucide, opache, trasparenti, goffrate, vellutate, patinate, adesive. Di ogni colore.



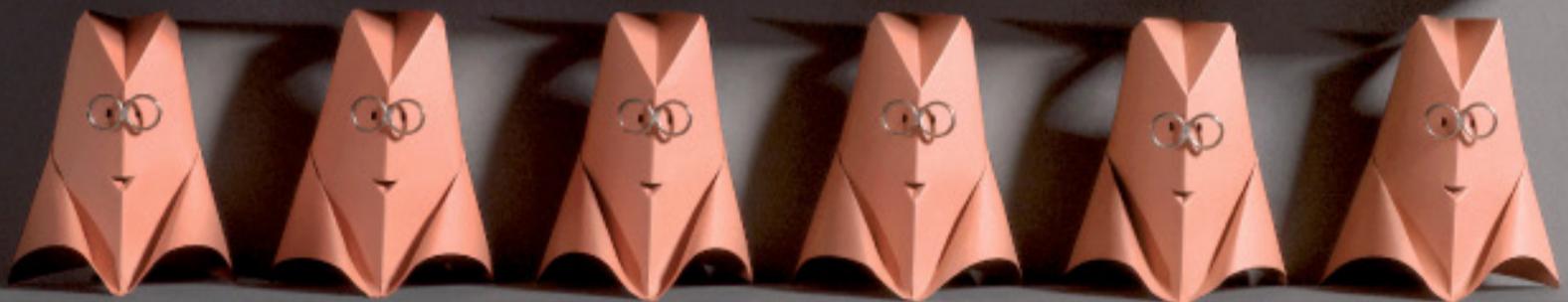
## ACCRESCE L'ECCELLENZA DEI GIGANTI DEL LUSSO.

Dà qualità alle etichette dei migliori champagne, alle scatole per gioielli, cosmetici e profumi.



## ESALTA LO STILE DEI MARCHI DELLA MODA.

Dedica prodotti superbi ai maestri del gusto: Ferragamo, Dior, Gucci, Swarovski...



## DÀ SICUREZZA ALLE BANCHE NAZIONALI.

Produce carta per le banconote emesse dai governi dei maggiori paesi del mondo.



## FEDRIGONI È LEADER DELLA CARTA DI PREGIO.

Con oltre 13.000 varietà e tutte le lavorazioni speciali, dalla filigrana ai prodotti olografici.



# IL CENACOLO<sup>®</sup> dell'Impresa

## Dal Tornio ai Big Data Imprenditore 3D

### Dall'operatività alla visione strategica, alla personal brand reputation, al ruolo sociale

È ripartito martedì 3 ottobre Il Cenacolo dell'Impresa che al DB Hotel di Sommacampagna ha ospitato Cesare Zaborra Avesani, direttore scientifico del Parco Natura Viva, Stefano De Fanti presidente di Nival Group realtà specializzata nella logistica integrata per l'industria alimentare e Salvatore Russo, marketing manager, moderati da Mario Puliero.

Parco Natura Viva e Nival Group due realtà tanto diverse ma accomunate dal medesimo bisogno: la digitalizzazione e l'analisi dei big data come fattore chiave per la competitività.

Oggi il ruolo dell'imprenditore è cambiato, si è evoluto e il suo intuito è sì necessario ma non più sufficiente e deve essere supportato dai dati. Una strategia che va a braccetto con i servizi offerti dalla rete.

Ci spiega qualcosa in più Salvatore Russo marketing manager che abbiamo intervistato a margine dell'evento.



Paolo Errico

#### Esserci o non esserci?

**Rispetto alla presenza web un'azienda può veramente pensare di non esserci o comunque direttamente o indirettamente ormai tutti siamo presenti nella rete?**

Non è necessario utilizzare tutti i canali offerti nel mondo digitale, ma è fondamentale avere un presidio delle informazioni della propria azienda. Il nostro



**Salvatore Russo**

business può essere totalmente offline, ma le persone si informano online.

Se non ti racconti, lo faranno gli altri al posto tuo e qualche volta ti costa davvero molto caro. Guarda cosa è successo nel mondo turistico, Booking.com intercetta la maggior parte delle richieste degli utenti e rosicchia il 25% del fatturato delle strutture costrette a pagare le sue commissioni. Qualche anno fa anche gli albergatori dicevano *“Perché dovremmo spendere soldi per un sito web? Abbiamo sempre lavorato senza e continuiamo lo stesso ad avere clienti”*.

Se non ti racconti, lo faranno gli altri al posto tuo e non sempre è un bel racconto. Ad esempio Google raccoglie tutte le informazioni inerenti un'azienda, numero di telefono, indirizzo, compreso l'orario di apertura e chiusura. Prima eseguiva queste operazioni in completa autonomia, commettendo a volte degli errori grossolani, dovuti a dati sbagliati forniti dagli utenti o obsoleti. Ora finalmente è

possibile, tramite un servizio gratuito chiamato Google My Business, fornire informazioni puntuali e pertinenti (testi, immagini, video) della propria attività.

### **Una volta presa la decisione di essere parte attiva anche nel mondo virtuale, qual è la considerazione preliminare?**

Spesso i social network vengono rappresentati come un semplice megafono a disposizione del reparto marketing. Questa visione è estremamente riduttiva. È come dire che lo smartphone è un telefono. I canali social ci cambiano usi e costumi, modificano le dinamiche delle relazioni sociali e scoperchiano come un uragano i tetti del pudore e dell'etica.

Il cliente offline e il cliente online potrebbero non comunicare alla stessa maniera. I social network sono come una casa degli specchi: convivono diversi livelli di verità e di noi stessi.

Avendo ben chiare queste dinamiche, è necessario uno studio degli utenti del proprio settore di business e lo sviluppo di una consona strategia di comunicazione digitale per raggiungere i propri obiettivi nel modo più efficace e in linea con i valori aziendali.



**Mario Puliero, Cesare Avesani, Stefano De Fanti**



### **Quali sono le tre cose da fare assolutamente?**

Analizzare tutte le opportunità e scegliere i canali di comunicazione online che facciano sentire il *profumo del brand*. Consiglio caldamente di partire dal proprio sito per poi declinare il messaggio sulle altre piattaforme social.

Preparare un piano editoriale che abbia come obiettivo il coinvolgimento del potenziale cliente e, al contempo, che porti alla sua fidelizzazione. Un cliente coinvolto da una buona esperienza è come un ventilatore: il nostro profumo andrà più lontano, spesso anche offline.

Analizzare ogni attività svolta. Rivedere le azioni poco produttive, enfatizzare quelle positive e ricominciare con nuovi test.

### **Quali sono le tre cose da evitare?**

Facile accesso non vuol dire facile utilizzo. Spesso si sottovalutano le risorse necessarie per gestire in maniera efficace una presenza online. Le piattaforme social sono in continuo mutamento, Google cambia il suo algoritmo e così anche la tecnologia per la corretta fruizione dei siti web. Servono competenze specifiche, presidio costante e budget adeguati.

Non prestare adeguata attenzione alle normative vigenti, come ad esempio quelle riguardanti la privacy o diritto d'autore. Errori che possono avere conseguenza davvero gravi per l'immagine aziendale, ma anche per il conto economico, a causa di sanzioni salatissime.

Realizzare attività a singhiozzo, senza una vera sinergia con il resto della comunicazione aziendale.



**Un momento del Talk-Show**

### **Le principali difficoltà che un'impresa potrebbe incontrare?**

Le difficoltà sono molteplici e dipendono dalla complessità e tipologia di progetto online realizzato. Un conto è aprire una pagina Facebook, un altro è aprire un blog aziendale, un altro ancora è sviluppare un e-commerce.

È fondamentale che sia coinvolta l'intera azienda nel processo di digital transformation. A volte la difficoltà non è tecnica, ma di approccio.

Sicuramente una grande difficoltà è gestire le critiche degli utenti. Ecco perché è fondamentale avere una strategia ben precisa di comunicazione e predisporre un piano di intervento, per gestire al meglio situazioni che possono intaccare la brand reputation.

L'altra difficoltà è dovuta alla errata definizione dei KPI dell'attività online, quindi dopo l'euforia iniziale si sprofonda nella depressione più nera. A volte i KPI sono giusti, ma è completamente sbagliato il timing. Anche in questo caso è fondamentale un'analisi dettagliata a inizio progetto in modo tale da non avere sbalzi di umore durante il percorso.

## e le opportunità?

Elenco quelle più importanti e con maggiori impatti sul business:

Conoscere meglio il proprio cliente. Arricchire i dati già in nostro possesso con quelli provenienti dal mondo online, così da avere un'ottima panoramica di chi acquista il nostro prodotto/servizio e cosa si aspetta da noi.

Aumento del bacino di interesse: la visibilità e la capacità di propagazione dei contenuti online, permette di crescere più velocemente in termini di contatti e brand awareness.

Ottimizzazione Customer Care: molte aziende hanno proposto modelli vicenti di customer care online, riducendo i costi, migliorando l'esperienza dell'utente e contribuendo sensibilmente all'ottimizzazione della comunicazione e dei processi aziendali.

Miglioramento delle performance del reparto commerciale: lo studio e l'esplorazione del potenziale cliente e i primi passi della trattativa possono essere comodamente svolti seduti in ufficio.

Nuove modalità di vendita o proposizione del proprio prodotto/servizio con possibilità di monitorare in maniera molto precisa il ROI di ogni attività.

Nuove opportunità di business. Ho seguito molte aziende, con un business ben specifico, che grazie al blog aziendale sono riuscite nel tempo a creare nuove forme di guadagno e attivare importanti partnership, in precedenza impensabili.

## Il prossimo appuntamento





# Risparmia con noi

## Grazie alle nostre convenzioni le aziende risparmiano e fanno crescere il loro business

Martedì 26 settembre nella splendida cornice del Palazzo della Gran Guardia si è svolto l'evento dedicato alle convenzioni. Un incontro che ha voluto evidenziare la **forza del network** di Confindustria, grazie alle **74 convenzioni locali e nazionali**. Gli accordi consentono alle **aziende associate** di ottenere significativi risparmi sull'acquisto di prodotti o sull'utilizzo di servizi e sono stipulate da Confindustria Verona a livello locale e da Confindustria a livello nazionale attraverso la propria società Retindustria che, per l'occasione è stata anche main sponsor dell'iniziativa.

Settantuno i partner convenzionati che hanno preso parte a questa giornata con numerose offerte che le aziende presenti hanno potuto approfondire durante il Workshop e che toccano la telefonia e connettività, i buoni pasto e buoni acquisto, le tessere per l'acquisto scontato di carburante, la cancelleria. E ancora la selezione e formazione del personale, l'utilizzo di carte

di credito, recupero crediti, prestazioni su proprietà intellettuale, prestazioni sanitarie, servizi assicurativi, traduzioni e hosting, sconti sugli ingressi in parchi tematici e molto altro. Solo nell'ultimo anno e mezzo il numero degli accordi stipulati a livello nazionale e locale ha subito un incremento di oltre il 25%.

“ Questo è un momento favorevole che consente alle aziende nuovi investimenti, e le convenzioni hanno un ruolo strategico per aiutarle ad andare in questa direzione. ”

**Michele Bauli**  
**Presidente Confindustria Verona**



Tra queste il recente accordo con Crédit Agricole FiulAdria, sponsor dell'evento per la categoria "Contributi", che offre servizi dedicati alle aziende associate con particolare focus sul settore agro-alimentare e l'internazionalizzazione.

Gli accordi offrono scontistiche dedicate alle aziende associate che non trovano riscontro in nessun altro accordo dei partner sul territorio. Aderendo, le aziende associate hanno la possibilità di risparmiare e di liberare risorse economiche che possono investire in quelle che sono le loro attività "core". Nel 2016, le aziende associate hanno risparmiato, con le sole convenzioni nazionali, 16 milioni di euro, circa 370 euro a contratto.

"Questo è un **momento favorevole per consentire alle aziende di porsi non più in fase difensiva, tamponando situazioni critiche**, - ha affermato **Michele Bauli**, Presidente di Confindustria Verona- ma di essere finalmente **pronte a nuovi investimenti**, e le convenzioni hanno un ruolo strategico per aiutarle ad andare in questa direzione".

La Vice Presidente per l'organizzazione di Confindustria, **Antonella Mansi**, ha evidenziato la potenzialità delle convenzioni, il cui **fatturato**

“ 74 accordi consentono alle aziende associate di ottenere significativi risparmi sull'acquisto di prodotti o sull'utilizzo di servizi. ”

**Michele Bauli**  
**Presidente Confindustria Verona**



**totale - degli accordi nazionali - equivale all'85% delle entrate contributive del sistema Confindustria.** Un potenziale ancora non completamente espresso, considerato che solo il 33% delle aziende associate ad oggi le utilizza.

Il dettaglio dei singoli accordi è consultabile sul sito [www.confindustria.vr.it](http://www.confindustria.vr.it) cliccando sul banner "Risparmia con noi" nell'Home Page. Il sito raccoglie, in un'area appositamente dedicata, la descrizione

dei principali vantaggi offerti da ogni accordo e, in un'area protetta da login e accessibile solo alle aziende associate, eventuali listini per un riferimento immediato dei vantaggi offerti, oltre che le modalità per aderire e i contatti del referente dedicato alla convenzione a disposizione per ogni approfondimento.

Anche **Sara Mozzo, Vice Presidente per il Marketing** e servizi per lo sviluppo aziendale di Confindustria Verona ha evidenziato come l'associazione abbia nel tempo modificato le proprie

offerte per rispondere alle mutate richieste delle aziende e tenendo sempre a mente la creazione di valore per le imprese associate.

**“L'idea di fare business sul territorio, di sostenere l'occupazione, di poggiare i rapporti commerciali su relazioni di fiducia si è molto rafforzata con la crisi degli ultimi 10 anni**, ha riferito, e da lì sono nate molte proposte. Le convenzioni stesse sono un'iniziativa di networking, perché mettono in presa diretta fornitori e clienti.”





  
RETINDUSTRIA

# UN CONCENTRATO DI RISPARMIO PER IL TUO BUSINESS

Le convenzioni nazionali di Confindustria: oltre 30 partner che ti offrono vantaggi ed opportunità dedicati e in esclusiva su prodotti e servizi legati alla tua attività imprenditoriale.



# Risorse umane: quali sfide ci aspettano

## Le questioni aperte nel dibattito tra gli specialisti HR

La gestione delle risorse umane, come ogni altro aspetto del funzionamento aziendale, è soggetto a forti cambiamenti. Oggi più veloci di sempre e, in un momento di forti investimenti produttivi come sta vivendo l'Italia, ancora più cruciali.

In questa fase storica si è aperto un dibattito all'interno del mondo HR su quali siano i trend del momento, considerando anche il fatto che si ha a che fare con una nuova generazione di forza lavoro che porta con sé idee innovative e nuove sfide da affrontare.

Lo sviluppo della leadership, la trasformazione della cultura organizzativa, l'engagement dei dipendenti e la semplificazione del lavoro rappresentano alcune delle principali questioni al centro del dibattito nel mondo HR.

Formare **leader** di livello è stato e rimarrà una grande preoccupazione per gli HR manager in tutti i settori. Le aziende dovranno individuare e far crescere i leader nella forza lavoro dei **Millennials**, investendo in formazione e strutturando adeguati piani di coaching per motivare i giovani leader ad una crescita professionale.

La seconda sfida più grande per le aziende è relativa alla **cultura organizzativa**. La forza di un'azienda sta nell'engagement dei dipendenti e nell'abilità a coltivare le persone di valore nel tempo. Gli HR manager devono lavorare per costruire una cultura aziendale focalizzata a costruire ruoli professionali ricchi di significato, a ingaggiare le persone, a formare leader efficaci. Le aziende che sviluppano **engagement** tendono ad attrarre talenti migliori e hanno meno turn over. Questo è ormai evidente.



Le persone cambiano, le organizzazioni devono per forza evolversi. Industria 4.0 sta portando il suo contributo in questo senso. La digitalizzazione dei processi documentali, l'evoluzione di quelli produttivi e la gestione di una grande quantità di dati sta potrebbe rendere il lavoro eccessivamente complesso e difficile da gestire per le organizzazioni. **Semplificare** il lavoro in relazione alla crescente complessità delle organizzazioni è una questione al centro del dibattito tra gli specialisti HR. Le organizzazioni dovranno investire molto sulla tecnologia per rendere il lavoro più semplice e più integrato nella vita, favorendo quello che è definito con **work life balance** con l'obiettivo di migliorare il clima aziendale e il benessere dei dipendenti ed aumentare la produttività dell'impresa. Un'altra questione aperta riguarda la valutazione delle **prestazioni** e del **potenziale**. Questo è un trend in grande evoluzione. I vecchi sistemi di gestione delle prestazioni utilizzati fino ad ora dalle aziende non sono stati sufficienti a creare motivazione e sviluppare le persone. Per mettere in atto un reale cambiamento, nel futuro prossimo le aziende stanno arrivando a reinventare il loro processo di premiazione delle prestazioni, attraverso l'adozione di un

sistema valutativo moderno. Secondo Josh Bersin di Deloitte vedremo "un profondo cambiamento nel modo di pensare che ci costringerà a ripensare alla nostra cultura, ai premi, al ruolo dei manager e al modo in cui allineiamo le persone agli obiettivi aziendali".

Questi e altri argomenti verranno raccontati periodicamente all'interno dell'HR Outlook, l'approfondimento che Confindustria Verona farà periodicamente sul tema Risorse Umane.



Ogni numero racconterà con articoli e video un aspetto legato al mondo delle risorse umane seguendone l'evoluzione e filtrandola con le nostre competenze. HR Outlook è uno strumento del progetto People, il nuovo servizio di Confindustria Verona per potenziare e sviluppare la gestione delle risorse umane in azienda.



**PEOPLE**, il nuovo servizio di Confindustria Verona per potenziare e sviluppare la gestione delle risorse umane in azienda è a disposizione delle aziende associate.

Per info sul progetto e per ricevere il primo numero di HROUTLOOK: [people@confindustria.vr.it](mailto:people@confindustria.vr.it)

Si struttura in due fasi:

- **Check Up** in cui vengono individuati assieme all'azienda i bisogni e gli ambiti di intervento per la crescita organizzativa interna. Intervento gratuito per le aziende associate
- **Strategia** in cui l'azienda attraverso una consulenza specialistica, anche attraverso partnership selezionate, sviluppa le azioni previste



# IL CONTO **DEDICATO** ALLE IMPRESE CORPORATE

- COSTI **CONTENUTI E CERTI**
- OPERATIVITÀ A **360°**

L'offerta è valida per i nuovi clienti.

Scopri di più su [bancobpm.com](http://bancobpm.com)

  
**BANCO BPM**



# “La ricetta vincente? Insistere di fronte agli ostacoli”

## Giuseppe Vicenzi ospita in azienda i Giovani Imprenditori di Verona e Trento

Non arrendersi davanti alle situazioni che appaiono più difficili. Questo è stato il monito di **Giuseppe Vicenzi, presidente di Vicenzi Spa**, alla delegazione di Giovani Imprenditori di Confindustria Verona che, assieme ad un gruppo di colleghi di Confindustria Trento, ha avuto la possibilità di visitare l'azienda e di incontrarne il fondatore. Classe 1932, veronese di nascita, Giuseppe Vicenzi è pasticciere da generazioni “Mia nonna Matilde era pasticciere come mio padre e me. Io ho iniziato da giovanissimo ad incartare biscotti e amaretti, gli stessi per i quali oggi i consumatori ci riconoscono e ci scelgono”. Il core business per l'azienda, una tra le ultracentenarie veronesi, è la pasticceria fine industriale, contando 4 stabilimenti su tutto il territorio nazionale: due a Verona, a San Giovanni Lupatoto e Bovolone, uno a Nusco (Av) e uno a Fiorenzuola (Pc), tutti con una precisa specializzazione. Qualche numero. Il 2016 la quota ricavi ha toccato 106 milioni di euro, segnando un +5,2% sull'anno precedente, un Ebitda di 8,9 milioni (+6,1%) e un risultato netto di

“ Conoscere da vicino le eccellenze del nostro territorio un'occasione di crescita incredibile per noi Giovani Imprenditori. La trasversalità e la condivisione di esperienze sono la nostra più grande opportunità. ”

**Davide Zorzi**



2 milioni (+98%). Forte la quota export: attualmente la Vicenzi distribuisce i suoi prodotti in oltre 100 paesi esteri e il paese che ne importa di più sono gli Stati Uniti.

La storia affascinante di Vicenzi parte da lontano. Nel 1905 a San Giovanni Lupatoto, Matilde Venturini, vedova di Sante Vicenzi, 39 anni e quattro figli ancora in tenera età, decise di prendere in mano la gestione dell'attività familiare, un forno da pane e pasticceria, affiancando alla vendita di generi alimentari anche quella di dolci fatti in casa, tipici della tradizione pasticceria locale: amaretti, savoiardi, maronati, nadalini, biscottini, sfogliatine, torte e budini.

Una donna coraggiosa e tenace che non si perse d'animo nelle avversità e che riuscì a trasmettere, prima ai figli e poi ai nipoti, i segreti del mestiere e la passione per la ricerca. Alla morte di Matilde, nel 1944, l'azienda "Vicenzi Matilde e Figli", passò sotto la guida di Angelo il quale, coadiuvato dai tre giovanissimi figli Beppina, Giuseppe e Mario, le impressero un nuovo impulso pur mantenendo quell'immagine artigianale, pulita e familiare, che ne aveva decretato il successo. Nel 1968 fu Giuseppe, già al timone da cinque anni, a decidere di dare una nuova svolta all'azienda per trasformarla in piccola impresa industriale, trasferendo la produzione nell'attuale stabilimento dove venne installata la prima linea meccanizzata dell'amaretto. Il suo obiettivo iniziale era sviluppare il marchio nel settore della pasticceria, trasferendo tutto il know how dell'artigiano a livello industriale. «L'intuito che mi ha indotto 40 anni fa a specializzarmi e a scegliere solo nicchie di mercato per non scontrarmi con i grandi colossi è lo stesso che mi ha spinto, nel 2005, ad acquisire tutto il ramo da forno della Parmalat, quindi merende e pasticceria, senza tralasciare attività inizialmente considerate fondamentali. Un'operazione di rilievo per entità e complessità che ha permesso all'azienda di divenire in un solo colpo il terzo operatore italiano nel mercato della pasticceria industriale, e di realizzare il raddoppio del fatturato, passato dai 50 milioni di euro del 2005 ai 99 previsti per il 2006.”



**Giuseppe Vicenzi**

Vicenzi ha dato vita nel 2005 alla Linea Oro di Matilde, dedicata a sua nonna. «Nell'anno del centenario ho voluto rendere un piccolo omaggio a una grande donna», conclude Giuseppe Vicenzi. Il centenario è stato festeggiato con una mostra-omaggio di tre fotografi di fama mondiale, Carl De Keyzer, Stefano De Luigi, e Mauro Fiorese, chiamati a documentare Verona attraverso la gente, i monumenti, l'arte, la storia, la quotidianità e l'economia. Un passato che ha visto il raggiungimento di molti traguardi, un futuro ancora ricco di iniziative nel nome della tradizione e dell'innovazione. Intanto nel primo semestre del 2017 le vendite di Vicenzi aumentano del 20% con una stima annuale di fatturato di 120 milioni.



Il Presidente dei Giovani Imprenditori di Verona Davide Zorzi, alla guida della composita delegazione, alla fine della giornata ha commentato “Conoscere da vicino le eccellenze del nostro territorio, che vanta una segmentazione di settori importante, è un’occasione di crescita incredibile per noi Giovani Imprenditori. E la sinergia con le territoriali vicine che condividono con noi l’ambizione di creare un patrimonio di conoscenza prezioso in questo senso è assolutamente strategico. La trasversalità e la condivisione di esperienze sono la nostra più grande opportunità”.



**“La storia di un uomo”**





FONDAZIONE



# Telethon

## Da 27 anni sinonimo di ricerca per le malattie genetiche in Italia

Telethon nasce nel 1966, negli Stati Uniti Jerry Lewis inventa una non stop televisiva per raccogliere fondi a favore della distrofia muscolare. Una formula di successo che viene adottata, a partire dal 1987, anche in Europa dall'Associazione francese contro le Miopatie (Afm). Nel 1990, grazie all'incontro tra Susanna Agnelli e la veronese Lina Chiaffoni attiva nell'Unione italiana lotta alla distrofia muscolare (Uildm), Telethon sbarca in Italia con la prima maratona televisiva.

Da allora Telethon è diventata sinonimo di ricerca per la malattie genetiche così rare da essere spesso dimenticate dai grandi investimenti pubblici o privati in ricerca. La rete Telethon finanzia ricercatori ed istituti di ricerca, grazie ai quali sono stati raggiunti risultati importanti per la cura delle malattie genetiche.

Traspare tutta la passione per il suo ruolo dalle parole di **Giannantonio Bresciani, ambasciatore e Coordinatore veronese dell'associazione**

mentre ci racconta la storia di Telethon "Grazie alla presenza di Glaxo da subito Verona è diventata un centro importante per l'attività di Telethon" e prosegue "Verona inoltre ha una solidarietà fortemente radicata, infatti la raccolta fondi la pone tra le prime 20 provincie italiane."

### Come si svolge l'attività di Telethon a Verona?

Ci sono due piani di attività: la ricerca e la sensibilizzazione del territorio. Per quanto riguarda la ricerca qui a Verona abbiamo l'ospedale di Borgo Roma che è un centro di screening regionale e quindi ogni anno vengono effettuate tra le 50 e le 60 mila analisi genetiche su bambini e poi c'è tutta l'attività di Glaxo.

### E la sensibilizzazione?

Telethon opera sul territorio nazionale grazie alla forza di tre alleati: UILDm, AVIS e BNL. A Verona inoltre ci affianchiamo a grandi organizzazioni come Veronafiere

e Fondazione Arena per essere presenti ai loro eventi. Possiamo contare inoltre sul supporto delle ProLoco, degli Alpini, della Protezione Civile e dell'ACI. Una rete fittissima di persone capace ed appassionata che arricchisce la nostra associazione.

Abbiamo anche un fitto calendario di testimonianze nelle scuole e nelle aziende.

### **Quindi se un'azienda volesse essere attiva nei progetti Telethon cosa potrebbe fare?**

Un'impresa può collaborare con Telethon su due piani da un lato con donazioni e dall'altro lato coinvolgendo e sensibilizzando i propri dipendenti per avvicinarli alla

nostra attività e per avvicinarli alla rete dei volontari Telethon. Possiamo inoltre realizzare iniziative ad hoc e raccolte specifiche sulla base delle esigenze di ciascuna impresa. Ad esempio in occasione del Natale è possibile sostenere la ricerca di Telethon con l'acquisto dei regali aziendali per citare un esempio semplice con altre aziende invece abbiamo avviato collaborazioni stabili. L'impresa infatti può realizzare prodotti marchiati Telethon attraverso i quali sostenere la nostra attività di ricerca diffondendo l'immagine di Telethon e contribuendo all'opera di sensibilizzazione e di conoscenza fondamentale per un'organizzazione come la nostra.

## **ATTIVITÀ DI RICERCA TELETHON**



### **Fuori dal buio. Ogni giorno al fianco di tutte le persone con una malattia genetica**

- Oltre 2570 sono i progetti che abbiamo finanziato in questi anni per portare luce su patologie spesso dimenticate dai grandi investimenti pubblici e privati.
- Un lavoro che ha prodotto oltre 10mila risultati scientifici riconosciuti e validati dalle più prestigiose riviste scientifiche di settore.
- Sono ben 475 le malattie genetiche studiate in questi anni nei laboratori Telethon.
- Oltre 451 i milioni investiti per non far fermare mai questa lotta durissima.
- Circa 1600 sono i ricercatori che abbiamo reclutato in questi anni. I veri alleati pronti a battersi per sconfiggere queste terribili patologie.

### **Migliorare la qualità della vita. Una rete di clinici all'avanguardia nel mondo**

- Grazie al bando Telethon-Uildm è stato possibile formare nel tempo la migliore rete di clinici esperti di patologie neuromuscolari.
- Uno sforzo che si affianca al lavoro quotidiano condotto all'interno dei 4 centri clinici dedicati interamente a persone con una malattia neuromuscolare.
- Infine lavoriamo insieme a enti, associazioni e istituzioni italiane ed europee perché siamo convinti della forza delle alleanze per raggiungere prima il traguardo della cura.

## **La cura. Terapie in grado di migliorare significativamente la vita dei pazienti affetti da malattie genetiche.**

Tra i risultati più importanti ci sono il successo della terapia genica nei confronti di tre gravi malattie genetiche dell'infanzia, ma grazie alla ricerca ci stiamo avvicinando a grandi passi verso la cura anche di altre patologie.

Per tutti i bambini affetti da Ada-Scid, una rara immunodeficienza, è finalmente disponibile la terapia genica. Grazie infatti a un accordo siglato nel 2010 con GlaxoSmithKline, i brillanti risultati ottenuti dai ricercatori dell'Istituto San Raffaele Telethon per la terapia genica di Milano sono stati tradotti in una terapia accessibile a tutti i pazienti in Europa.

Grazie a un'intuizione di Luigi Naldini, i ricercatori dell'SR-Tiget - Istituto San Raffaele Telethon per la terapia genica di Milano hanno messo a punto la terapia genica anche per altre malattie genetiche dell'infanzia come la leucodistrofia metacromatica e la sindrome di Wiskott-Aldrich. Caratteristica peculiare è l'impiego di vettori derivati dal virus HIV responsabile dell'Aids.

### **RIFERIMENTI TELETHON VERONA**

Ambasciatore, coordinatore: Giannantonio Bresciani

Contatto: [giannantonio.b@alice.it](mailto:giannantonio.b@alice.it)

Palazzo da Lisca via Interrato Acqua Morta 54 37129 Verona VR

Mobile 346 5041857



## PERFORMANCE



# Sifacosi: come far nascere, crescere ed evolvere il brand

## Il nuovo percorso di formazione triennale dei Giovani Imprenditori

“Toccare tutti gli aspetti del fare impresa: dall’dea, alla nascita e la tutela del marchio, dalla strutturazione dei processi aziendali alla gestione economica e finanziaria, dalla comunicazione del brand alla scoperta dei vantaggi del Sistema Confindustria, per arrivare alla proiezione nei mercati internazionali. L’obiettivo è quello di segmentare le attività dell’impresa e di studiarle attraverso focus tematici per accrescere le nostre competenze tecniche e manageriali, di confrontarci per guardare al futuro.” Così il **Presidente dei Giovani Imprenditori Davide Zorzi** ha presentato al Gruppo in una serata dedicata ospiti al Meet Garda Lake Hostel di Peschera del Garda **“SIFACOSI. Costruire il successo dall’idea al pensiero globale”**, il nuovo progetto formativo che accompagnerà in chiave assolutamente innovativa tutto il mandato triennale di presidenza. Si tratta di un piano di formazione pensato e rivolto ai Giovani Imprenditori che avrà inizio nell’autunno 2017 e si concluderà nella primavera del 2019 nel quale verranno proposti 7 moduli formativi su altrettanti ambiti strategici aziendali che verranno sviluppati





sia dal punto di vista tecnico, attraverso interventi e incontri con docenti e professionisti di diversi settori, sia dal punto di vista esperienziale attraverso incontri con imprenditori e testimonial d'eccellenza, visite aziendali in realtà di primo piano del panorama economico veronese.

Fiore all'occhiello saranno poi delle attività di coaching e di training molto personalizzate per sviluppare e sperimentare metodologie manageriali di gestione e soft skill. Il percorso del triennio si concluderà con una missione imprenditoriale all'estero. La partecipazione è gratuita, ciascun modulo prevedrà un'iscrizione dedicata e scadenze specifiche che verranno comunicate in sede di avvio dell'attività formativa. "La formazione è la risposta alla necessità di crescere, la vera chiave per un'evoluzione professionale e personale. E' quello che cerchiamo di trasmettere ai ragazzi quando andiamo a fare testimonianza nelle scuole delle nostre attività in azienda, ed è quello che sperimentiamo in prima persona anche attraverso questa nuova attività. La formazione è la leva più forte al cambiamento."

Per maggiori informazioni:

email [gruppo.giovani@confindustria.vr.it](mailto:gruppo.giovani@confindustria.vr.it)

phone 045 8099419

*“ Conoscere da vicino le eccellenze del nostro territorio un'occasione di crescita incredibile per noi Giovani Imprenditori. La trasversalità e la condivisione di esperienze sono la nostra più grande opportunità. ”*

**Davide Zorzi**

## SIFACOSI: COME FAR NASCERE, CRESCERE, EVOLVERE IL BRAND.

Il percorso di formazione ha l'obiettivo di **approfondire tutte le fasi dell'impresa**: dalla nascita al posizionamento sul mercato, allo sviluppo, all'apertura internazionale.



Si compone in **7 moduli** che prevedono ciascuno **approfondimenti tecnici, incontri con imprenditori e testimonial d'eccellenza, visite aziendali** in realtà di primo piano del panorama economico veronese.

Nell'ottica di favorire il networking trasversalmente e allargando il più possibile i confini territoriali, le attività verranno aperte anche ad altre territoriali.



# I MERCOLEDÌ DELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE



## Quattro appuntamenti

per guardare all'internazionalizzazione sotto diversi punti di vista,  
quattro appuntamenti per ricevere spunti e informazioni utili per l'approccio ai mercati esteri

**08** novembre ore 9,00 - 13,00

### CERTIFICARE I PRODOTTI PER L'EXPORT

Un incontro di formazione in materia di certificazioni prodotti obbligatori e volontari per fare export. In collaborazione con SGS ITALIA SPA, con la quale è stata siglata una convenzione, verranno fornite istruzioni per l'emissione di certificati di conformità agli standard vigenti e certificati di ispezione obbligatori per esportare in molti Paesi esteri.

(max 20 partecipanti)

**15** novembre ore 9,00 - 13,00

### IL DISTACCO DI PERSONALE IN AREA UE

L'incontro, organizzato in collaborazione con ECA Italia, si articolerà in una prima sessione seminariale – con focus su alcuni Paesi di particolare interesse scelti in base alle segnalazioni aziendali – e in una seconda sessione durante la quale si svolgeranno incontri b2b fra le aziende e i relatori esperti di distacco transnazionale comunitario. L'incontro si terrà presso la Camera di Commercio di Verona.

**22** novembre ore 9,00 - 13,00

### FONDI UE: COME FARSI FINANZIARE RICERCATORI IN AZIENDA E PROGETTI ALTAMENTE INNOVATIVI

In collaborazione con Contec Industry, un incontro ristretto a carattere operativo per approfondire due opportunità estremamente interessanti per le imprese offerte da Horizon 2020: Marie Curie, ricercatori "in prestito" da centri di ricerca esteri per condurre progetti di ricerca in azienda interamente spesi, e lo Strumento PMI, contributi a fondo perduto per attività di dimostrazione e di prima applicazione commerciale. (max 15 partecipanti)

**29** novembre ore 9,00 - 13,00

### APPALTI NAZIONALI, EUROPEI E INTERNAZIONALI

Incontri individuali con i funzionari di Horienta, la piattaforma che, in convenzione con Confindustria Verona, fornisce un servizio di segnalazione delle gare d'appalto e la lista delle aziende aggiudicatrici. Le aziende interessate ad approfondire come cogliere le relative opportunità di business, non solo in Italia, ma anche in Europa e nel mondo, potranno fissare un appuntamento.



# Consultique

## Riunisce il mondo della finanza a Verona in piazza Bra

Un evento di settore di portata nazionale così Consultique ha pensato di festeggiare nel 2011 il proprio decimo compleanno. Un appuntamento quello con FeeOnly che da allora torna ogni anno e che quest'anno è in programma il 6 e 7 novembre.

L'azienda veronese nata nel 2001 da tre soci Cesare Armellini, Presidente e Amministratore Delegato, Giuseppe Romano (Direttore Ufficio Studi) e Luca Mainò (Direttore Commerciale), svolge attività di family office offrendo servizi di analisi, ricerca, pianificazione patrimoniale e consulenza in materia di investimenti a privati, aziende e investitori istituzionali.

Oggi Consultique ha un team di 22 persone, un Centro Studi e Ricerche che analizza tutte le tipologie di prodotti finanziari e previdenziali commercializzati in Italia e collabora dal 2004 con Plus 24 Il Sole 24 Ore, e un network di circa 300 realtà di consulenza indipendente

per famiglie e aziende.

In particolare è stata tra i primi nel 2003 a far emergere la questione dei derivati.

### **Come è nata l'idea che poi si è concretizzata in Consultique?**

Consultique è nata con l'obiettivo di creare una voce di consulenza sugli strumenti di finanziamento e di investimento che fosse al di fuori del sistema bancario - ci ha spiegato Cesare Armellini -. Oggi i nostri clienti sono privati, aziende ma anche istituzioni pubbliche e private come alcuni Comuni, fondazioni, associazioni.

### **Quali sono le vostre attività?**

Ci occupiamo da un lato di destrutturare tutti gli strumenti finanziari presenti e di studiarli, dall'altro per i nostri clienti analizziamo tutti i rapporti in atto con gli istituti di credito e valutiamo se esistono punti di miglioramento ed eventualmente intavoliamo un dialogo con le banche.

### **Praticamente siete stati tra i primi in Italia**

Esattamente e proprio per dare voce a questa nuova professione nel 2005 siamo stati tra i fondatori di Nafop, l'associazione di categoria dei consulenti finanziari indipendenti. In particolare abbiamo seguito in prima persona il corretto recepimento della Mifid (Direttiva europea sui Mercati e gli Strumento Finanziari) in Italia.

Attualmente tema caldo è l'avvio dell'Albo di categoria dei consulenti finanziari indipendenti e delle società di consulenza finanziaria.

### **E poi nel 2011 nasce FeeOnly**

Esatto volevamo festeggiare il nostro decimo compleanno in un modo un po' diverso e abbiamo pensato ad un evento di settore. Il nostro è un mondo ancora in fase di definizione, con molti punti in sospeso e con tante novità che lo attraversano. Poter avere un appuntamento fisso in cui discutere e capire dove stiamo andando e soprattutto dove potremmo andare è un'occasione utile a tantissimi.

Negli anni a FeeOnly si è affermato come incontro per tutte le associazioni di settore ma anche per gli stakeholder: professionisti, società di consulenza, intermediari, autorità di vigilanza, Organismo dei consulenti, CONSOB, Ministero dell'economia e delle finanze.

### **Un momento della scorsa edizione di FeeOnly Summit**

### **Quest'anno l'appuntamento sarà il 6 e il 7 novembre in Gran Guardia, a cosa sarà dedicato?**

Al centro della due giorni sarà il futuro inteso come futuro del nostro lavoro. Parleremo dell'albo di categoria, delle nuove normative che riguardano la professione. Ma futuro anche del mondo fintech in generale. Le nuove tecnologie stanno disintermediando sempre più la finanza d'impresa e nuovi soggetti stanno entrando nel mercato pensiamo ai colossi PayPal e American Express.

Si tratta di un mercato potenziale di 50 miliardi di euro di finanziamenti soprattutto per le PMI che hanno maggiore difficoltà ad accedere al canale bancario.

Questo da un lato è sicuramente un'occasione sia per le imprese che possono contare su maggiore offerta sia sugli intermediari che possono abbattere i costi di un settore dai margini sempre più risicati. Certo è che occorre attrezzarsi per poter dialogare alla pari.

[www.consultique.com](http://www.consultique.com)

## **Il programma dell'evento**





# Girardi Pubblicità

## 40 anni di Attività e Qualità

E' questo lo slogan scelto dall'azienda per festeggiare l'importante traguardo raggiunto quest'anno. Abbiamo intervistato il titolare Cesare Girardi con la moglie Donatella e la figlia Flaminia per farci raccontare l'evoluzione dell'azienda, specializzata in pubblicità, nell'arco di questi 40 anni, il passaggio generazionale e i progetti per il futuro.

### **Signor Cesare, com'è iniziata l'attività e di cosa si occupa?**

Girardi Pubblicità è un'azienda a gestione familiare nata nel 1977 nel Comune di San Giovanni Lupatoto. All'inizio era una piccola attività, poi è cresciuta e da una quindicina d'anni ha sede qui in Via Serenissima Repubblica. Realizziamo cartelli pubblicitari e insegne e svolgiamo tutto il lavoro internamente, dalla grafica alla burocrazia, dalla falegnameria alla carpenteria fino all'installazione. Mia moglie Donatella gestisce da 35 anni gli allestimenti fieristici curando la

“ Offriamo ai nostri clienti un prodotto chiavi in mano rigorosamente italiano: dal classico cartellone pubblicitario stradale allo striscione, dallo stendardo all'allestimento fieristico, compresa la parte burocratica relativa alla concessione degli spazi. ”

**Cesare Girardi**

progettazione e la realizzazione “chiavi in mano”; le commesse arrivano soprattutto da Verona ma ne arrivano anche da alcuni paesi europei in occasione di fiere estere.

### **Com'è cambiato il modo di lavorare con lo sviluppo della tecnologia?**

Il mercato pubblicitario è profondamente cambiato in questi quarant'anni con l'avvento della tecnologia, infatti un tempo la creazione dei cartelli era interamente artigianale mentre oggi è tutto elettronico. Ci siamo ovviamente adeguati ai tempi e questo è stato un vantaggio perché le nuove stampanti sono più performanti e la qualità di stampa è notevolmente migliorata.

### **Ci dia qualche dato su fatturato, impianti, personale e mezzi.**

Premetto che siamo una delle 10 ditte pubblicitarie presenti in Veneto su 100 in Italia. Il nostro fatturato è di oltre 3 milioni di euro, gestiamo complessivamente 1.800 impianti nell'intera Regione e operiamo soprattutto a Verona. Con me, Donatella e Flaminia lavorano 5 amministrativi, 4 impiegati dedicati alle attività burocratiche, 5 grafici e 3 architetti progettisti, falegnami e magazzinieri occupati negli allestimenti fieristici. Siamo un team ben strutturato, composto da 35 persone specializzate. Il parco mezzi aziendale comprende 21 mezzi tra, furgoni, macchine, camion, camion vela attrezzati e piattaforme aeree di varie altezze che possiamo noleggiare.

### **Difficoltà con gli Enti pubblici? Successi?**

La burocrazia è da sempre il problema principale perché ogni Ente interpreta a modo suo le norme che regolano gli impianti pubblicitari, e questo rende necessario un confronto sempre attivo e costante per svolgere al meglio il nostro lavoro. Le gratificazioni riguardano i clienti storici che si affidano ancora a noi per realizzare i loro progetti, e a quelli che ci riconoscono la qualità

del lavoro e la professionalità con cui lo svolgiamo. E poi è una soddisfazione partecipare a fiere nazionali ed internazionali realizzando stand di grosse metrature in tempi brevi.

### **Cosa ne pensa del passaggio generazionale?**

Mia figlia Flaminia prenderà le redini dell'azienda. Dopo la laurea in architettura nel 2013 ed un master negli Stati Uniti, dal 2015 ci affianca in azienda e si impegna per imparare al meglio questo mestiere occupandosi della gestione delle vendite e del rapporto con i clienti. A volte ci sono divergenze di vedute ma è naturale proprio perché questo passaggio generazionale prevede un'evoluzione: noi genitori abbiamo l'esperienza, lei la creatività e non sempre si trovano d'accordo, ma ha la volontà giusta per gestire al meglio quanto costruito da noi fino ad oggi.



**Azienda**

**Flaminia, che progetti hai per il futuro?**

Vorrei potenziare i macchinari per massimizzarne il rendimento ed ottenere le migliori performance in termini di stampa, taglio ed assemblaggio dei prodotti pubblicitari; al contempo continuerei ad investire nella formazione del personale, che è una risorsa importantissima per l'azienda. Ed ampliarei le collaborazioni con le fiere internazionali

[www.girardipubblicita.it](http://www.girardipubblicita.it)

*“ Si parte da un'idea, la si sviluppa e poi, assieme al cliente, si sceglie la soluzione più idonea per veicolarla sul mezzo pubblicitario. ”*

**Cesare Girardi**





# La Ronda Servizi di Vigilanza

## Passione per la sicurezza dal 1948

La Ronda S.p.A. dal 1948 è leader nei servizi di vigilanza, sicurezza, trasporto e lavorazione valori a Verona. Con la controllata Rondaservice srl, fornitrice di servizi di portierato, è parte del Gruppo Fidelitas che, con un organico di circa 2.000 collaboratori e 14 filiali, rappresenta oggi uno dei maggiori operatori nel settore della Vigilanza Privata in Italia. Abbiamo intervistato Luigi Ferrara, amministratore delegato di La Ronda Servizi di Vigilanza.

### **Quasi 70 anni di attività: qual è stato il momento più significativo per la vostra azienda?**

In questi anni il nostro settore è stato coinvolto in numerosi cambiamenti sia a livello normativo sia a livello operativo, per l'utilizzo sempre crescente della tecnologia nello svolgimento dei servizi. Per quanto riguarda strettamente la nostra azienda, uno dei momenti più significativi è stato l'ingresso nel Gruppo Fidelitas

avvenuto nel 2008, un grande Gruppo con sedi in tutto il Centro Nord Italia, che ha portato La Ronda ad avere **una visione del settore di respiro nazionale, pur mantenendo un forte legame con il territorio** di origine e un'attenzione alle peculiarità locali.

“ *L'ingresso nel Gruppo Fidelitas, ha portato La Ronda ad avere una visione del settore di respiro nazionale, pur mantenendo un forte legame con il territorio.* ”

**Luigi Ferrara**

### Qual è il vostro cliente tipo?

Piccole medie imprese, esercizi commerciali e privati cittadini, ma anche grandi aziende, banche, fiera ed aeroporto. I nostri servizi infatti coprono tutti gli aspetti legati alla sicurezza, dalla vigilanza fissa a quella mobile, dal collegamento di allarmi alla videosorveglianza e alla gestione integrale del contante, dal trasporto alla lavorazione.

Questo spiega **l'importanza di fornire un servizio personalizzato e non standardizzato.**

Ed è per questo che il servizio viene curato nei minimi particolari per ogni cliente, ad ognuno assicuriamo un'assistenza completa ed attenta ad ogni necessità.

### Clients sempre più esigenti, tecnologie in costante evoluzione e sistemi sempre più sofisticati. Rimanere costantemente aggiornati rappresenta uno stimolo?

L'evoluzione nel nostro settore è presente su più fronti: tecnologico, normativo e del personale. Per anticipare queste tendenze e necessità investiamo prima di tutto in risorse umane: le selezioniamo attraverso un rigido processo di valutazione e poi le formiamo in modo da garantire nel tempo la qualità dei nostri servizi. A tutto il nostro personale operativo è garantito un periodo di training specifico prima dell'entrata in servizio e un costante aggiornamento professionale.

Inoltre il Gruppo sta sostenendo un progetto a medio termine, iniziato nel 2015, che ha permesso **l'inserimento di 30 giovani laureati**, in prevalenza ingegneri ma anche laureati in materie economiche e umanistiche **con lo scopo di anticipare le necessità di rinnovamento che il settore sta vivendo.**

### Siete stata la prima azienda italiana del settore ad ottenere nel 2003 la certificazione Norma UNI 10891. Quanto ha inciso sulla vostra attività?

Questo traguardo rappresenta una conferma del fatto che teniamo molto ad anticipare le esigenze del mercato. Una certificazione che, **prima che un vantaggio competitivo è garanzia per il cliente di sicurezza, affidabilità, competenza e professionalità.** La certificazione pone infatti l'attenzione ad aspetti quali la modalità di esecuzione, le dotazioni tecniche e le modalità di controllo delle singole tipologie di servizi di vigilanza privata.



Trasporto valori

“ *Selezioniamo le nostre risorse attraverso un rigido processo di valutazione e poi le formiamo in modo da garantire nel tempo la qualità dei nostri servizi.* ”

**Luigi Ferrara**



### Qualche anticipazione per il futuro?

Tra i progetti futuri abbiamo, in coordinamento con il Gruppo Fidelitas, l'ampliamento territoriale sulla provincia di Vicenza. Stiamo inoltre lavorando su nuovi prodotti di sicurezza dedicati allo small business e ai privati: si tratta di progetti che colgono le ultime tendenze del mercato della sicurezza e vanno oltre il servizio, poiché combinano strumentazioni di ultima generazione con le potenzialità della nostra centrale operativa e delle nostre guardie giurate presenti sul territorio.

[www.larondavigilanza.net](http://www.larondavigilanza.net)



Pattuglia ispettiva

### La centrale operativa di La Ronda





# Nuove Associate

Conosciamo alcune delle aziende che sono entrate in Confindustria Verona



## AON SPA INSURANCE & REINSURANCE BROKERS

Servizi per la gestione del rischio, consulenza risorse umane, riassicurazione.

[→ Vai al Sito](#)



## ARCHILIVING SRL

Società di Architettura e Ingegneria che offre i suoi servizi a partner pubblici e privati.

[→ Vai al Sito](#)



## ECOSOLUTION DI MERLINI SIMONE

Offre soluzioni per spurgo pozzi neri e fognature, videoispezioni, bonifica cisterne e trasporto rifiuti.

[→ Vai al Sito](#)



## EDISAL FLOOR SRL

Azienda specializzata nelle pavimentazioni rivestimenti e tessuti per interni ed esterni.

[→ Vai al Sito](#)



**FOOD & SWEET**  
Lo stile del ricevere.

### **FOOD & SWEET SRL**

Specializzata in banqueting, catering per matrimoni, feste, eventi aziendali e privati.

[→ Vai al Sito](#)



### **GLOBO SPA**

Una delle più importanti realtà nazionali nell'importazione e distribuzione di giocattoli.

[→ Vai al Sito](#)



### **MYHOMEGALLERY SRL**

Start up innovativa che mette in relazione la vendita di opere d'arte con il turismo esperienziale.

[→ Vai al Sito](#)



### **OSPEDALE P. PEDERZOLI CASA DI CURA PRIVATA SPA**

La Pederzoli è un presidio ospedaliero pubblico con specialità rilevanti in Chirurgia- Epatio-Bilio-Pancreatica, Ortopedia e Urologia.

[→ Vai al Sito](#)

**Panasonic**

Panasonic Electric Works

**PANASONIC ELECRC WORKS ITALIA SRL**

Promuove la vendita sul mercato italiano di componenti elettronici per l'automazione.

[→ Vai al Sito](#)**UGOLINI**  
Viaggi**UGOLINI VIAGGI SRL**

Da più di 50 anni opera nel settore turistico come noleggio autobus, minibus, van e ncc.

[→ Vai al Sito](#)**WELLGOO SRL**

Portale online che mette in contatto l'utente che cerca attività all'aria aperta con strutture e servizi "living outdoor".

[→ Vai al Sito](#)

# Notizie dalle Aziende

## “Be Virtual, Be Real”: in AdpressCommunications va in scena il futuro.



**AdpressCommunications**, storica agenzia di comunicazione di Verona, ha organizzato un doppio appuntamento con i temi della Realtà Aumentata e Virtuale: un workshop dedicato ad imprenditori e manager interessati a comprendere queste tecnologie per adottarle nei processi di innovazione aziendale, dall'area della produzione a quella della comunicazione. “Da tempo integriamo i diversi media, *on* e *offline*, nella pratica di una comunicazione cross-mediale – ci racconta **Valeria Fraccaroli** alla guida di Adpress - Allo stesso modo siamo pronti ad unire *fisico* e *digitale* in un'unica realtà, per una comunicazione sempre più coinvolgente”. Adpress ha realizzato diversi progetti di comunicazione che integrano strumenti di realtà aumentata. “La monografia Logistica Volkswagen Group Italia offre immagini 3D e animazioni video visualizzabili attraverso la RA. Abbiamo inoltre adottato la RA a supporto di importanti eventi promossi da Banca Generali, legati al mondo dell'arte e dello sport. La concretezza e portata di queste tecnologie è dimostrata anche dal fatto di rientrare tra le attività che accedono al superammortamento previsto dal Piano Nazionale Industria 4.0”.



# CERTIFICAZIONI PER L'ESTERO: Convenzione con SGS ITALIA SPA

**Tariffe agevolate e assistenza** per le imprese associate che esportano prodotti soggetti a Certificazioni di Conformità e di ispezione **obbligatorie** per esportare in molti paesi esteri

Il Programma di Verifica della Conformità dei prodotti (PCA) è una procedura che ha lo scopo di assicurare che specifici prodotti (o famiglie di prodotti) destinati all'esportazione rispettino i requisiti e le normative tecniche dettate dalle autorità governative dei paesi di destino. La verifica del rispetto degli standard vigenti viene fatta, prima della partenza della merce, attraverso una revisione documentale (documenti tecnici e commerciali), una visita ispettiva e, talvolta, un audit aziendale.

**La procedura PCA viene effettuata unicamente dagli enti certificatori, che sono qualificati e formalmente incaricati dalle Autorità normative del Paese di destinazione dei beni.**

Al fine di garantire alle proprie aziende associate tariffe agevolate (ove consentito dalle autorità governative straniere), assistenza e rapidità, per l'emissione di Certificati di Conformità e di Ispezione agli standard vigenti obbligatori per esportare in molti paesi stranieri, Confindustria Verona, ha siglato una **convenzione con SGS ITALIA SPA** - società leader incaricata per **Africa e Medio Oriente** dai governi stranieri a svolgere attività di ispezione, verifica, analisi e certificazione di beni, servizi e sistemi.

La convenzione prevede inoltre tariffe agevolate per i rilasci obbligatori dei Certificati di Conformità (**Certificazione EAC**) per i **Paesi dell'Unione Doganale Eurasiatica** (Russia, Armenia, Bielorussia, Kazakistan e Kirghizistan) e per l'attività di Verifica di Conformità ed emissione dei relativi certificati (Verification of Conformity e Certificate of Inspection) per esportazioni verso l'**Iran**.

Nello specifico le aziende associate grazie alla convenzione potranno usufruire delle seguenti agevolazioni:



Tariffe agevolate per l'emissione di Certificati di Conformità obbligatori per esportare in **Algeria, Kuwait ed Etiopia**



Tariffe agevolate per l'emissione di Certificati di Ispezione (previsti anche dalle lettere di credito) per esportazioni verso **Egitto, Etiopia, e Libia**



Ispezione pre-imbarco obbligatoria, gratuita per gli esportatori, che spediscono in **Indonesia e Uzbekistan**



Valutazione tecnica e fattibilità preliminare gratuita e tariffe agevolate per i rilasci obbligatori dei certificati di conformità per i mercati IRAN e Paesi dell'Unione Doganale Eurasiatica (**Russia, Armenia, Bielorussia, Kazakistan e Kirghizistan**)



Concessione gratuita della tariffa annuale di registrazione prodotti (procedura cosiddetta Route B) per le aziende con esportazioni frequenti verso **Algeria, Arabia Saudita e Kenya**



Assistenza e rapidità nel rilascio di Certificati di Conformità per esportazioni verso **Algeria, Arabia Saudita, Burundi, Cameroun, Egitto, Etiopia, Gabon, Kenya, Kuwait, Libia, Nigeria, Tanzania, Uganda e Zanzibar**

Per poter usufruire della convenzione riservate alle aziende associate sarà sufficiente contattare l'Ufficio Internazionalizzazione di Confindustria Verona [estero@confindustria.vr.it](mailto:estero@confindustria.vr.it) - 0458099429



# Marie Curie

# Marie Skłodowska-Curie Actions

## Come ottenere a costo zero ricercatori altamente qualificati in azienda

Le **Azioni Marie Skłodowska-Curie**, inserite nel programma europeo di finanziamento alla ricerca e innovazione Horizon 2020, riguardano la formazione e la mobilità internazionale dei ricercatori. L'obiettivo è promuovere percorsi di accrescimento delle competenze ed esperienze volte allo scambio di conoscenze nel settore pubblico e privato. Fortemente incoraggiata è la **collaborazione ricercatori-imprese, sia di grandi dimensioni che PMI**.

Di particolare interesse per l'industria sono le opportunità offerte dalle **Individual Fellowships** che permettono di reclutare ricercatori con profili di eccellenza scientifica **per condurre un progetto di ricerca, innovazione, formazione e networking presso strutture pubbliche o private** in grado di assicurare loro un contesto ottimale per una crescita professionale e lo scambio di conoscenze.

Le Individual Fellowships si distinguono in European

Fellowships ed in Global Fellowships.

Le prime sono dedicate a ricercatori provenienti da qualsiasi Paese e di qualsiasi nazionalità (fanno eccezione solo alcuni bandi, inclusi in questa categoria, con lo scopo specifico di reintegrare i ricercatori da un Paese Terzo) ed imprese ospitanti in Europa o in un Paese Associato (AC); le seconde sono invece rivolte a due strutture ospitanti, una in Europa o AC e una in un Paese Terzo e a ricercatori provenienti da qualsiasi Paese e con nazionalità in uno Stato Membro Europeo o AC. Entrambe le azioni supportano strutture pubbliche e private nel reclutare i più promettenti ricercatori esperti a livello internazionale. Per ricercatore esperto si intende un ricercatore che abbia almeno il dottorato o quattro anni di esperienza in ricerca al momento della presentazione della domanda.

La durata dei progetti Marie-Curie è di 1-2 anni per le European Fellowship e 2-3 anni per le Global Fellowship. Dal 2016 la partecipazione aziendale nelle Individual

Fellowship è stata incentivata attraverso l'introduzione di una sezione dedicata esclusivamente a "Society and Enterprises". Questa nuova opportunità ha finora goduto di **percentuali di successo elevate** rispetto ad altri bandi europei di Horizon 2020 aperti alle aziende. Partecipare ad un Individual Fellowship, in qualità di organizzazioni ospitanti, per le imprese significa: reclutare ricercatori altamente qualificati aventi competenze negli ambiti di ricerca di interesse, inserirli in azienda godendo della **copertura totale dei costi della risorsa**, generando al tempo stesso un processo di "**contaminazione**" e trasferimento di conoscenze nel contesto aziendale. Inoltre, la partecipazione ad un progetto europeo permette all'impresa di entrare in una **rete di contatti** utile per successive sottomissioni di progetto o per lo sviluppo di nuove iniziative.

Questa opportunità assume particolare interesse anche per le aziende che si apprestano ad inserire al proprio interno nuove tecnologie in seguito ad

investimenti su **Industria 4.0**. La nuova risorsa potrebbe infatti contribuire a sviluppare l'integrazione della strumentazione acquisita nel sistema produttivo aziendale.

Il programma Marie-Curie e, in particolare, le opportunità offerte alle imprese dalla partecipazione alle Individual Fellowship, sarà presentato in occasione di un incontro organizzato da Confindustria Verona e Contec Industry, società di ingegneria dedicata alla consulenza e progettazione meccanica industriale, che vanta uno staff con esperienza pluriennale in euro-progettazione e con esperienza specifica in ambito universitario con le azioni Marie-Curie.

L'incontro è a carattere fortemente operativo ed è rivolto a massimo 15 partecipanti. L'appuntamento è per il **22 novembre alle ore 9.00** presso la sede dell'Associazione. Per informazioni e iscrizioni: Ufficio Internazionalizzazione ([estero@confindustria.vr.it](mailto:estero@confindustria.vr.it); 045 8099447).





# Confindustria alza le stime del pil, spinta da export e investimenti

## Le analisi del Centro Studi Confindustria e le previsioni di settembre



### PIL E DOMANDA INTERNA

Il CSC rivede al rialzo la crescita del PIL italiano all'**1,5% nel 2017 e all'1,3% nel 2018** (da +1,3% e +1,1%). I **consumi** sono previsti in aumento dell'1,3% nel 2017 e dell'1,2% nel 2018. In accelerazione gli **investimenti**: +2,3% quest'anno e +3,1% il prossimo. La spesa in macchinari e mezzi di trasporto continua ad avanzare a un buon ritmo: 3,1% nel 2017 e 4,1% nel 2018. Si conferma il recupero degli investimenti in costruzioni: +1,5% nel 2017 e +2,0% nel 2018.



### SCAMBI CON L'ESTERO

**L'export italiano accelera** (+4,9% nel 2017 e +3,8% nel 2018) e guadagna quote di mercato. È sostenuto dal **rafforzamento della domanda globale**; sarà frenato, specie nel 2018, dall'**apprezzamento del cambio**. L'import continua a salire velocemente (+5,8% e +4,1%), alimentato dalla stessa performance delle esportazioni, che incorporano beni e servizi acquistati all'estero, lungo le catene globali del valore, e dall'incremento della domanda interna. Rispetto ai massimi pre-crisi del 2007, nel 2018 il livello delle importazioni sarà più elevato del 6,4% e quello dell'export del 15,0%. I surplus commerciale e corrente scendono (a causa soprattutto della diminuzione delle ragioni di scambio) dai livelli record ventennali registrati nel 2016 ma restano alti (3,3% e 2,3% del PIL nel 2018), cosicché il debito estero continua a calare (si è quasi dimezzato).



## CREDITO

Il credito alle imprese **non è più un forte freno alla ripresa, ma nemmeno la sostiene**. Sciolto il nodo di alcune situazioni di crisi, c'è minore incertezza. Vari fattori supportano le erogazioni, ma altri agiscono in direzione contraria. L'offerta è meno stretta, i tassi ai minimi, la domanda ai valori pre-crisi. I prestiti alle famiglie sono in crescita (+0,3% al mese), con un'offerta allentata e una domanda in espansione.



## OCCUPAZIONE, RETRIBUZIONI E CLUP

Nel 2017 e nel 2018 l'occupazione sale dell'1,1% e dell'1,0% (+500mila ULA aggiuntive), dopo il +1,4% del 2016. L'allungamento degli orari ancora corti smorza la creazione di posti di lavoro, specie nell'industria. A fronte di un'ampia ricomposizione settoriale (verso i servizi), alla fine del biennio previsivo le persone occupate superano di 160mila unità il livello pre-crisi, mentre le ULA sono ancora di 780mila sotto (ma erano cadute di due milioni). Il **tasso di disoccupazione scende al 10,4%**. La dinamica delle retribuzioni di fatto sopravanza quella delle contrattuali. A fronte del rialzo dell'inflazione, le retribuzioni reali pro-capite arretrano nel biennio 2017-2018 dello 0,6%, dopo essere salite dello 0,8% nel 2016. Il CLUP sale sia nel 2017 sia nel 2018.



## PREZZI E MARGINI

L'inflazione totale è prevista **rimanere ai valori attuali** (+1,4% nel 2017, +1,2% nel 2018). Accelera all'1,2% l'indice al netto di energia e alimentari, dallo 0,5% del 2016. Tornano a cadere, ma mantengono discreti livelli, i margini delle imprese, per il rincaro di commodity e CLUP.



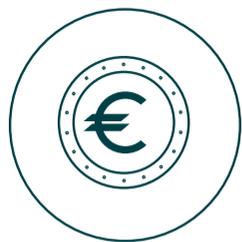
## FINANZA PUBBLICA

**Migliora il deficit pubblico** quest'anno: 2,1% del PIL da 2,4%, senza includere manovra e clausole di salvaguardia, e risale al 2,3% nel 2018. Inizia a scendere il rapporto tra debito pubblico e PIL: da 132,6% quest'anno (come nel 2016) a 131,8% il prossimo. Le previsioni CSC non incorporano la Legge di bilancio che avrà un impatto netto sul deficit di 0,5 punti di PIL e che potrebbe perciò ridurre di 2 decimi di punto il tasso di crescita. A maggior ragione è bene concentrare le risorse su misure che la sostengano e aumentino il potenziale di crescita.



## COMMERCIO MONDIALE

Si rafforza l'espansione degli scambi globali. Le **previsioni sono riviste all'insù**: +4,1% nel 2017 e +3,5% nel 2018, con rischi sia al rialzo sia al ribasso. Positiva la dinamica a metà 2017 e buone le prospettive per la seconda parte dell'anno. Alti gli squilibri nei conti con l'estero: in rientro quelli degli emergenti ma ancora ampia divaricazione tra gli avanzati (specie per quanto riguarda il surplus tedesco).



## EUROZONA

La crescita solida del primo semestre, grazie all'accelerazione di consumi e investimenti, trascina le **previsioni al rialzo nel 2017** (2,2%) e nel 2018 (1,8%). A trainare ancora la Germania.



## STATI UNITI, GIAPPONE, UK, EMERGENTI

Crescita solida grazie alla domanda interna. Per il 2017 lo scenario CSC conferma la previsione (+2,2%); per il 2018 la rivede al ribasso al 2,4% a causa dell'incertezza sulla politica di bilancio. **Giappone** – Il PIL accelera nella prima metà dell'anno, ma il trend di medio-lungo periodo resta debole; la produzione industriale continua a espandersi grazie all'export verso l'Asia. **Regno Unito** – Invariate le previsioni rispetto a giugno: +1,6% nel 2017 e +1,5% nel 2018. Consumi e investimenti iniziano a risentire delle conseguenze della Brexit. **Emergenti** – La crescita dei paesi emergenti viene ritoccata all'insù al 4,7% per il 2017 e resta invariata al 4,8% per il 2018. La Cina avanza lungo la traiettoria di atterraggio morbido (+6,6% e +6,2%), grazie all'ulteriore accelerazione del commercio mondiale. Effetti ritardati dello shock da demonetizzazione inducono una revisione a ribasso delle previsioni per l'India (+7,3% e +7,4%). Risolta l'incertezza sulla tenuta della Presidenza Temer, il Brasile cresce oltre le attese (+0,5% e +1,9%). Migliorano anche le previsioni per la Russia (+1,8% e +2,0%).



## PREZZI MATERIE PRIME

Stabile il prezzo del petrolio: 52 dollari nel 2017 e nel 2018, da 45 nel 2016, sotto l'obiettivo OPEC e con rischi al ribasso. L'estrazione USA, infatti, continua ad aumentare ed è vicina al record, mentre vari paesi OPEC non rispettano il congelamento della produzione. Il quale è comunque insufficiente a sostenere un durevole aumento del prezzo. I prezzi delle altre materie prime restano **volatili e divergenti**, con un equilibrio precario tra domanda e offerta; rincari limitati previsti nel biennio.



## POLITICHE MONETARIE

I **tassi BCE restano fermi ai minimi per tutto il 2018** e il QE verrà prolungato almeno per buona parte dell'anno prossimo a un ritmo mensile più basso. Continuano a salire i depositi delle banche a Francoforte, sintomo di un mercato interbancario ancora frammentato. La FED prosegue il rialzo dei tassi (1,00-1,25% a settembre): il CSC e prevede uno a dicembre e altri due entro la fine del 2018. Inizierà presto a ridurre l'enorme stock di titoli in bilancio (4.251 miliardi di dollari).



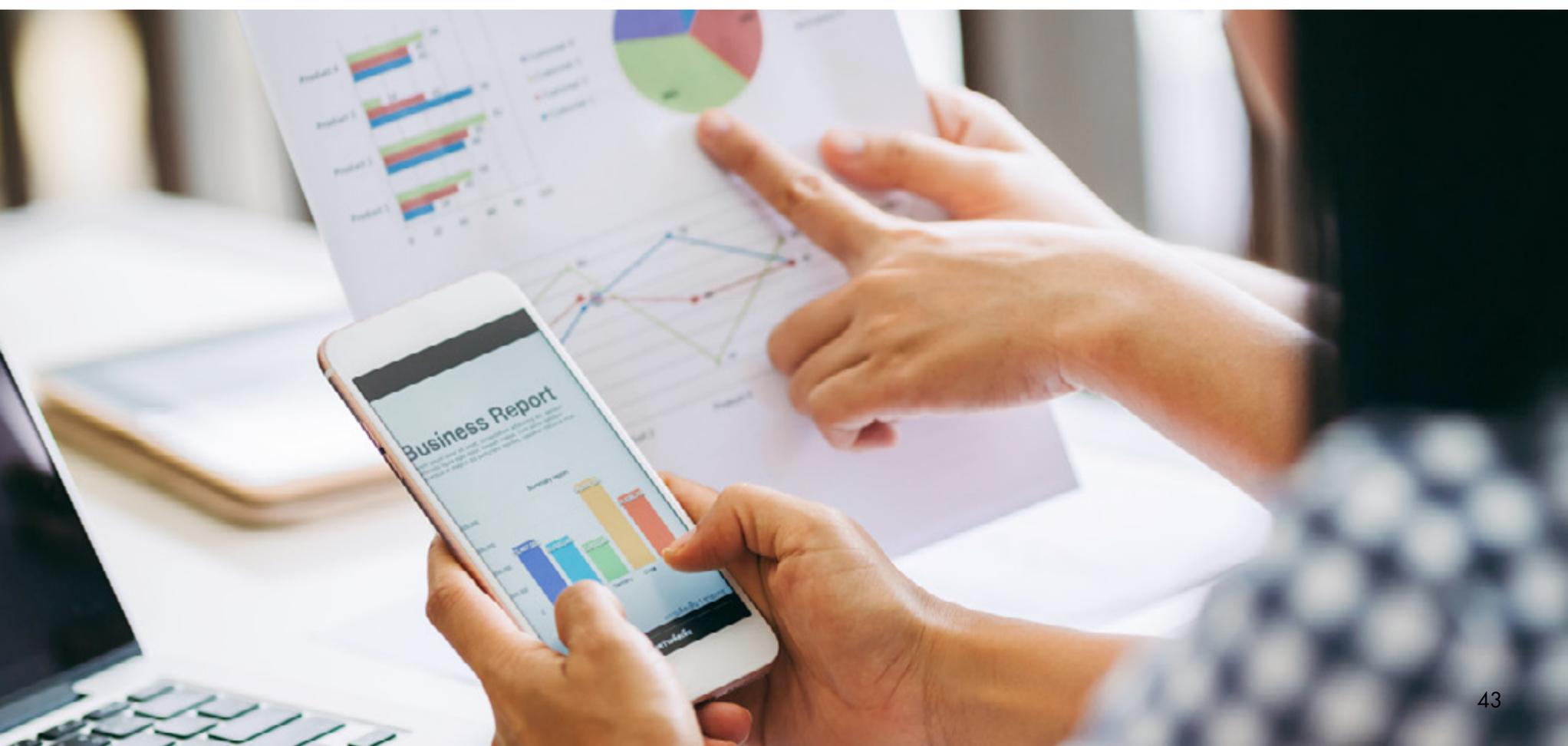
## TASSI, BORSE E CAMBI

I tassi a lungo termine restano **stabili sopra i minimi** (Treasury decennale al 2,1%), Borse record (S&P 500 a +9,5% da inizio anno). L'euro sale a 1,18 sul dollaro, nella media dell'ultimo mese, anche per effetto della ripresa europea più robusta delle attese e dell'elevata incertezza politica USA.

Le previsioni del CSC per l'Italia (Variazioni %)					
	2015	2016	2017	2018	Trend
Prodotti interno lordo	0,8	0,9	1,5	1,3	—
Consumi famiglie residenti	1,5	1,3	1,3	1,2	—
Investimenti fissi lordi	1,6	2,9	2,3	3,1	—
<i>in macch. e mezzi di trasp.</i>	3,5	4,6	3,1	4,1	—
<i>in costruzioni</i>	-0,4	1,1	1,5	2,0	—
Esportazioni di beni e servizi	4,4	2,4	4,9	3,8	—
Importazioni di beni e servizi	6,8	2,9	5,8	4,1	—
Saldo commerciale <sup>1</sup>	3,1	3,6	3,2	3,3	—
Occupazione totale (ULA)	1,0	1,4	1,1	1,0	—
Tasso di disoccupazione <sup>2</sup>	11,9	11,7	11,2	10,6	—
Prezzi al consumo	0,1	-0,1	1,4	1,2	—
Retribuzioni totale economia <sup>3</sup>	0,4	0,7	0,9	1,1	—
Saldo primario della PA <sup>4</sup>	1,4	1,5	1,8	1,5	—
Indebitamento della PA <sup>4</sup>	2,7	2,4	2,1	2,3	—
Debito della PA <sup>4</sup>	132,1	132,6	132,6	131,8	—

<sup>1</sup>Fob-fob, valori in percentuale del PIL, <sup>2</sup>valori percentuali, <sup>3</sup>per ULA, <sup>4</sup>valori in percentuale del PIL che per il 2018 esclude l'attivazione degli aumenti delle aliquote IVA e delle accise sui carburanti. Trend 2015-2018. *Fonte:* elaborazioni e stime CSC su dati ISTAT e Banca d'Italia.

CSC, Scenari Economici, settembre 2017.





# Fronius Italia

## Un'azienda con 24 ore di sole

Fronius International GmbH svolge la propria attività nei settori legati ai sistemi carica batterie, alle tecnologie per la saldatura e per energia solare. Fin dalla fondazione, nel 1945, è impegnata nella ricerca di nuove tecnologie per la trasformazione dell'energia elettrica. La divisione Solare si occupa di fotovoltaico dal 1992, sviluppando costantemente nuovi modi per immagazzinare l'energia solare in modo efficiente. L'obiettivo di Fronius è raggiungere l'autosufficienza energetica. Fronius è tra i primi ad aver creduto nell'importanza e nelle potenzialità delle energie rinnovabili e proprio per questo la Vision aziendale si chiama **"24 ore di sole"**. La sfida che l'azienda affronta ogni giorno è quella di rendere possibile l'efficienza energetica, sviluppando sistemi in grado di fornire energia esattamente quando viene richiesta indipendentemente dall'ora e dalla stagione, assicurando così la massima ottimizzazione sia della sua fornitura che del suo consumo.

La filiale Fronius Italia Srl, inaugurata a Bussolengo nel 2008, vuole essere punto di riferimento e sinonimo di

vicinanza per i clienti italiani grazie alla sua offerta di un supporto tecnico e un servizio post vendita estremamente presenti ed accurati.

Abbiamo incontrato il Direttore Generale di Fronius Italia Srl, Dott. Alberto Pinori, che è anche Presidente di ANIE Rinnovabili, l'associazione che all'interno di ANIE Federazione raggruppa le imprese costruttrici di componenti e impianti chiavi in mano per la produzione di energia da fotovoltaico, eolico, biomasse, geotermia, idroelettrico, solare termodinamico.

Quali sono le parole chiave per definire l'azienda oggi?

Fronius si può raccontare con queste parole: **family company**, esiste dal 1945 fondata da Gunther Fronius che iniziò il suo operato creando i primi caricabatterie e trasformatori di saldatura. L'attività è stata poi portata avanti dai suoi due figli, ed oggi è guidata da una delle



nipoti, Elisabeth Strauss, a capo del Management Board. **Sostenibilità**, ovvero la consapevolezza degli effetti che un'azienda produttrice causa all'ambiente e l'impegno ad utilizzare risorse naturali per ridurre l'impatto ecologico e ridurre l'emissione di CO<sub>2</sub>. **Innovazione** quindi sviluppare ed applicare sempre tecnologie innovative e all'avanguardia. Infine **24 ore di sole**, ovvero la Vision che ci guida in questi ultimi anni: credere in un mondo alimentato al 100% da fonti rinnovabili, per lasciare alle generazioni future un mondo in cui valga la pena vivere, per trasformare la fornitura di energia e la rete elettrica, per essere indipendenti da carburanti fossili, importazioni e sistemi centralizzati di fornitura vulnerabili.

Voi che operate nel settore delle energie rinnovabili, come vi state muovendo nell'ambito dell'innovazione tecnologica?

Per Fronius l'**innovazione** è uno dei maggiori focus su cui puntare la propria attenzione. La divisione Ricerca&Sviluppo in Austria vanta più di 500 collaboratori, coinvolti nello sviluppo di nuove tecnologie per tutte e tre le business units: saldatura, caricabatterie ed energia solare. In ambito di saldatura, Fronius è uno dei maggiori player del mercato, come alto è il suo impegno nel concepire soluzioni di prodotto ad alta efficienza energetica per quanto riguarda i suoi caricabatterie e gli inverter per il fotovoltaico. In particolare la nuova soluzione per l'accumulo domestico incontra la visione delle 24 ore di sole, e quindi poter consumare la propria energia prodotta dall'impianto fotovoltaico anche la sera o di notte quando il sole ormai è tramontato. Questo è un primo passo verso l'autosufficienza e l'indipendenza energetica.

Con quale metodo e con quale strategia affronta Fronius il suo mercato di riferimento ed il proprio business?

Se prendiamo l'esempio della nostra filiale italiana, operativa dal 2008, Fronius ha approcciato una strategia

molto chiara, ovvero sviluppare una rete di collaborazioni molto solide a tutti i livelli del proprio mercato di riferimento. Questo vuol dire per esempio la creazione di un programma dedicato agli installatori elettrici per la manutenzione degli inverter Fronius su tutto il territorio, con notevoli benefici in termini di servizio post vendita e di servizi di marketing offerti loro. La formazione è inoltre uno dei fiori all'occhiello di Fronius Italia, con più di 130 incontri/eventi organizzati nell'anno in corso. Il target è vario e incontra le richieste del mercato, quindi installatori, progettisti, ingegneri ed architetti. Il nostro focus è quello di fornire le corrette competenze a chi opera nell'ambito dell'efficientamento energetico a 360°, dando le corrette soluzioni di prodotto per quanto ci compete, quindi impianti fotovoltaici e soluzioni per l'accumulo dell'energia. Il canale della distribuzione è il nostro collegamento diretto verso la richiesta di mercato di Fronius, anche qui la partnership si è consolidata negli ultimi anni e che ha portato a dei grandi risultati.

Qual è il rapporto di Fronius con i suoi collaboratori, vengono attuate particolari **politiche di engagement**?

Fronius Italia presta elevata attenzione alle persone che vi lavorano. Non a caso è uno dei valori scritti dal nostro fondatore: *"fiducia e rispetto caratterizzano la collaborazione con partner e collaboratori"*. Questo principio è ben espresso da alcuni benefits che vengono offerti a tutti i collaboratori, come ad esempio la corresponsione mensile dei buoni pasto, la possibilità di utilizzare una palestra dotata di diversi attrezzi e macchine all'interno di locali aziendali e la disponibilità all'interno dell'azienda di una cucina dotata di ogni comfort di cui ultimo acquisto è stato un estrattore per succhi.

Molta considerazione viene poi rivolta alla formazione continua di tutti dipendenti, sono frequenti corsi di lingua e corsi di comunicazione, così come corsi di public speaking e corsi di vendita.

Vengono svolte puntualmente riunioni da parte della direzione generale per informare tutti dell'andamento dell'azienda, sia a livello internazionale che per quanto riguarda il mercato Italia. Si è creato un ambiente nel quale delega e trasparenza sono non solo concetti fondamentali, ma elementi che si realizzano nella quotidianità.

Ultimo - *ma solo in ordine cronologico* - benefit che si aggiunge a questa lista è il **Welfare Aziendale** messo a disposizione dell'intera squadra della filiale italiana, sicuramente una leva in grado di creare un'ulteriore positività all'interno dell'azienda.



## INSIEME PER IL WELFARE AZIENDALE

Come diverse aziende negli ultimi mesi, anche Fronius Italia Srl ha, infatti, deciso di attuare questa innovativa politica retributiva quale è il welfare, che consente da una parte di favorire una migliore conciliazione tra lavoro e vita privata dei dipendenti incrementandone la produttività oltre che il loro potere d'acquisto e dall'altra parte di ridurre i costi

aziendali, stante la non imponibilità contributiva e fiscale dei beni e servizi in natura offerti.

Come diverse aziende associate a Confindustria Verona, per la gestione della propria politica di welfare Fronius Italia ha aderito a **WE**, la **piattaforma per il welfare aziendale realizzata da Confindustria Verona e Aon**, azienda multinazionale associata a Confindustria Verona: una piattaforma che propone servizi in convenzione con partner attentamente selezionati, offrendo condizioni economiche particolarmente vantaggiose.

Nell'ambito del proprio piano di welfare, Fronius Italia ha consentito ai propri dipendenti la possibilità di spendere il proprio *bonus welfare* già a partire dagli ultimi mesi del 2017 e poi per tutto il 2018. La spendibilità potrà avvenire in tutte le tasche d'intervento che la normativa fiscale consente, ossia l'assistenza sanitaria integrativa, il sostegno all'istruzione e all'educazione dei figli del dipendente (rette asili nido, libri di testo, scuola materna, elementare, media e superiori Università, ecc.), l'assistenza sociale ai familiari del dipendente (badante, infermiera domiciliare, case di riposo, babysitter), la previdenza complementare ed anche le attività ricreative, culturali e sportive (palestre, circoli, stadio, abbonamenti al teatro e/o al cinema).





# Il nuovo “sisma-bonus”

## Profili fiscali

L'agevolazione fiscale c.d. “sisma-bonus”, nella sua nuova versione introdotta dalla Legge di Bilancio 2017, rappresenta un'opportunità da prendere seriamente in considerazione da parte di tutti i soggetti interessati, **privati e aziende** che, di qui al 2021, intendano porre in essere **interventi antisismici di consolidamento e di messa in sicurezza statica su qualsivoglia tipologia di fabbricato**, a destinazione abitativa o produttiva. Ciò deriva essenzialmente dall'importanza della **detrazione fiscale** prevista (fruibile in concreto attraverso la dichiarazione dei redditi ai fini IRPEF o IRES) che, in determinate condizioni, può arrivare a coprire l'85% delle spese, garantendo il rientro dell'esborso finanziario iniziale nell'arco di soli 5 anni.

Nello specifico, un contribuente che, nei periodi d'imposta dal 2017 al 2021 (si fa riferimento alla data di avvio delle procedure di autorizzazione edilizia),

sostenga spese per i suddetti lavori di messa in sicurezza in chiave antisismica di un edificio di sua proprietà, o sui cui possa esercitare un diverso diritto reale (usufrutto, comodato, locazione, etc.), ubicato nelle zone sismiche 1, 2 o 3 (come da Ordinanza del Presidente del Consiglio dei Ministri, n. 3274 del 2003), potrà alternativamente:

**a) beneficiare del sisma-bonus nella versione base**, che prevede una detrazione del **50%** da ripartire in 5 annualità, su un importo massimo di spesa di **euro 96.000,00** per ciascun edificio (in ciascun anno), edificio che può essere a destinazione abitativa o produttiva; tale misura si presenta comunque più conveniente rispetto all'ordinaria detrazione prevista per le ristrutturazioni edilizie (art. 16-bis, comma 1, lett. i del TUIR e art. 16, comma 1, del D.L. n. 63/2013), di cui peraltro i lavori antisismici costituiscono una tra le fattispecie agevolate, in quanto questa generica agevolazione



fiscale viene ripartita in 10 anni e riguarda solo i privati (oltre ai soci delle società di persone) e i lavori sugli immobili residenziali;

**b) beneficiare del sisma-bonus nella versione rafforzata**, che prevede detrazioni del **70** o dell'**80%**, a condizioni specifiche, da ripartire in 5 annualità, sull'importo massimo di spesa sopra indicato; queste detrazioni rafforzate spettano a condizione che gli interventi eseguiti determinino, sulla base di un'attestazione rilasciata da un professionista abilitato, il passaggio della costruzione, rispettivamente, ad **una** (70%) o a **due** (80%) **classi di minor rischio sismico**; le predette aliquote di detrazione vengono elevate al **75** o all'**85%**, sempre alla predetta condizione di abbattimento del rischio sismico, laddove si tratti di **interventi sulle parti comuni di edifici condominiali**; in questo caso, l'importo massimo di spesa detraibile ammonta a **euro 96.000,00 moltiplicato per il numero delle unità** immobiliari facenti parte dell'edificio; per i lavori condominiali, i beneficiari possono scegliere di **cedere il credito pari alla detrazione fiscale** loro spettante (75-85% delle spese sostenute o deliberate, pro quota, dal condominio) ai fornitori degli interventi o ad altri soggetti privati, con esclusione degli istituti di credito e degli altri intermediari finanziari (le modalità operative di cessione sono state delineate dal Provvedimento del Direttore dell'Agenzia delle Entrate del 8 giugno 2017).

È, pertanto, evidente il maggior appeal insito nelle detrazioni rafforzate, che rappresentano il premio fiscale pensato dal Legislatore attraverso la Legge di Bilancio 2017, e attuato mediante i **Decreti attuativi del MIT** e le allegate "**Linee Guida per la classificazione del rischio sismico delle costruzioni**" (Allegato

A al D.M. 28 febbraio 2017, n. 58, come modificato dal D.M. 7 marzo 2017, n. 65), a beneficio dei soggetti che, nella realizzazione degli interventi di messa in sicurezza statica degli edifici, optino per adottare l'approccio della **classificazione e della mitigazione del rischio** sismico delle costruzioni esistenti.

Riguardo all'applicabilità dell'agevolazione alle imprese, le Linee Guida hanno previsto, relativamente alle **strutture assimilabili ai capannoni industriali**, che il passaggio ad una classe di minor rischio sismico possa essere ottenuta attraverso criteri meno rigorosi rispetto alle regole generali, cioè solo con interventi locali di rafforzamento e di eliminazione di carenze strutturali specifiche, anche in assenza di una preventiva attribuzione della classe di rischio.

Quanto alle spese concretamente eleggibili rispetto all'agevolazione, sarebbero auspicabili chiarimenti dal parte dell'Amministrazione finanziaria su come declinare, anche solo a titolo esemplificativo non esaustivo, la generica espressione "**esecuzione di opere per la messa in sicurezza statica**" contenuta nell'art. 16-bis del TUIR e richiamata dalla norma istitutiva del sisma-bonus. In mancanza, non si vede come limitare in alcun modo l'alveo delle spese detraibili, purché riconducibili alla predetta finalità.

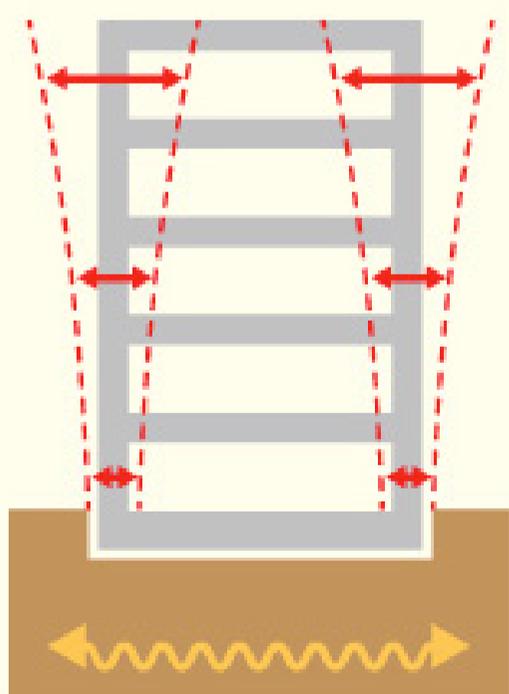
Invece, non vi è alcun dubbio, in quanto normativamente previsto (art. 16, comma 1-sexies del D.L. n. 63/2013), sul fatto che si possano computare tra i costi agevolati **quelli sostenuti per la classificazione e verifica sismica degli immobili**, con evidente riferimento alle spese di natura professionale necessarie all'attuazione della procedura prescritta dai Decreti attuativi e sopra richiamata.

Infine, con riferimento ai **profili di cumulabilità con altre agevolazioni**, per espressa disposizione di legge (art. 1, comma 3, L. n. 232/2016), il sisma-bonus non può essere fruito in cumulo con altre agevolazioni, di natura fiscale e non, già spettanti sulla base di norme speciali per interventi in aree colpite da eventi sismici. Al di là di questo divieto, non si registrano altre esprese limitazioni (è dunque possibile il contestuale utilizzo della detrazione al 50% per altre

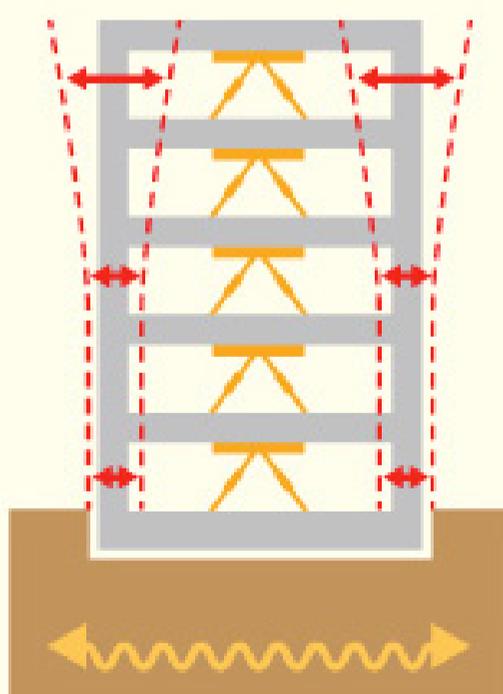
fattispecie di ristrutturazioni edilizie e, per interventi di natura differente, della detrazione del 65% prevista sulle spese per il risparmio energetico).

In ogni caso, ai fini dell'effettivo contemporaneo utilizzo delle varie agevolazioni si suggerisce in via prudenziale, con specifico riferimento a quelle di natura non fiscale, di verificarne attentamente, **volta per volta**, i limiti di cumulo, secondo quanto disposto dalle relative norme istitutive.

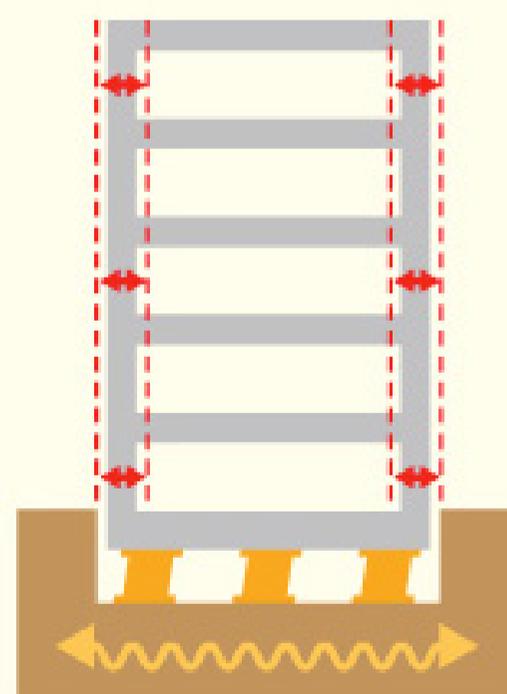
## Earthquake-Resistant Building



**Seismic Resistance**



**Vibration Control**



**Base Isolation**



CONFINDUSTRIA

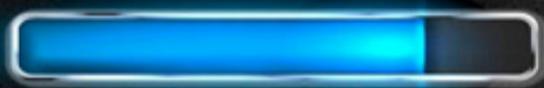
Verona

Gruppo Giovani

# NEXT

SCENARI,  
SCELTE,  
OBIETTIVI

FUTURE LOADING...



## SAVE THE DATE

**57<sup>^</sup> ASSEMBLEA PUBBLICA**

**Giovani Imprenditori Confindustria Verona**

**Giovedì 9 Novembre 2017 - ore 18.00**

**AUDITORIUM CAMERA DI COMMERCIO, VERONA**

Corso Porta Nuova, 96 - 37122 Verona

**ISCRIVITI ON-LINE**

**INFO** | [gruppo.giovani@confindustria.vr.it](mailto:gruppo.giovani@confindustria.vr.it) | **T** 045 8099419-484