



MANAGER

VERONA ONLINE



Industria 4.0 Il futuro è oggi

Serate di Marca

Dal nome di famiglia al marchio di fabbrica

Forum Biennale CSC

Imprenditori, geni dello sviluppo



<http://www.confindustria.vr.it/>

MANAGER
VERONA ON LINE

Anno 4 - Numero 18 Giugno 2016



→
Storia di
Copertina

**Industria 4.0,
il futuro è oggi**

Pagina 4

Verona Manager Online

è a cura di Confindustria Verona. Hanno collaborato a questo numero: Arianna Andrioli, Paola Bendinelli, Marta Bortolazzi, Micol Bottacini, Sara Callisto, Francesco Campagnari, 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

- 3 → Editoriale
- Storia di Copertina
- 4 → **Industria 4.0, il futuro è oggi**
- 7 → **Serate di Marca.
Da nome di famiglia a marchio di fabbrica**
- Piazza Cittadella
- 16 → **Metalmeccanici: la proposta di rinnovamento
del contratto nazionale**
- 19 → **L'Iran del post sanzioni: via libera al commercio
ma con prudenza**
- 21 → **TAV. Accelera l'iter sul territorio dell'Est veronese**
- 23 → **Il Cenacolo dell'Impresa. La Finanza su misura,
strumenti e opportunità**
- 25 → **Federmanager. Tra i nostri associati competenze
importanti al servizio della collettività**
- 28 → **Scuola per l'imprenditoria, il sistema Verona punta
sui giovani imprenditori**
- 31 → **Aperitivo in Air Dolomiti** 32 → **E' mancato Mario Battistini**
- Rubriche
- 33 → **Cittadella Flash** 36 → **Notizie dalle Aziende**
- 34 → **Nuove Associate**
- Aziende
- 37 → **Mago Merlini "Flessibilità, esperienza e differenza:
il mix del nostro successo"**
- 40 → **Umana. Un'analisi del mercato del lavoro
da un osservatorio d'eccellenza**
- 43 → **Clab comunicazione: creatività e strategia per comunicare**
- 46 → **Pakelo. Dalla bottega all'impresa internazionale**
- Politiche Sociali
- 49 → **Il Parco Natura Viva fa 47. Questo è l'anno della
biodiversità di casa nostra**
- 52 → **A scuola di afrobusiness**
- Europa per le imprese
- 54 → **Horizon 2020: un marchio di eccellenza per le PMI**
- Focus Economia
- 56 → **Trend economici. L'FMI taglia le stime di crescita globale.
La domanda interna sostiene l'Italia**
- 58 → **Forum Biennale CSC 2016. Imprenditori,
geni dello sviluppo**
- Approfondimenti Tecnici
- 61 → **Bonificare l'amianto: da oggi più facile**



Un sogno da realizzare

Piccola ripresa dell'occupazione, secondo l'ISTAT sono oltre 180 mila i nuovi posti di lavoro nel 2015 con la disoccupazione che scende sotto il 12%.

Stime del Pil in crescita, +1,1% nel 2016 secondo il FMI.

Lieve ripresa degli investimenti, +0,8 di investimenti fissi lordi nel manifatturiero nel 2015.

Sono i principali dati sullo stato dell'economia del nostro Paese.

Tutto questo non ci fa esultare, ma ci rasserena nonostante rimanga un po' di preoccupazione. Preoccupazione perché si stenta a vedere una netta inversione di tendenza

Perché ogni volta che sembra intrapresa in maniera decisa la strada della risalita ecco che qualcosa frena la scalata. Qualcosa che ci fa arrestare per riprendere l'equilibrio e ricominciare a salire.

Carico fiscale, burocrazia, spirito antimpresa sono alcune delle nostre zavorre. **'Politica industriale'** è il nostro sogno per poter smettere di immaginare e poter toccare con mano una strategia di medio termine per il nostro Paese.

Le parole chiave su cui costruirla:

Innovazione. Per fare un esempio industria 4.0 è un'opportunità da sfruttare ma occorrono risorse per poter coglierne appieno le potenzialità.

Investimenti. Se qualcosa sul fronte delle imprese si muove grazie anche ad alcuni interventi del Governo occorre una spinta maggiore sugli investimenti pubblici per poter far ripartire il nostro Paese. I mancati investimenti ci penalizzano oggi ma ci penalizzeranno ancor di più nel futuro creando un gap di innovazione che può far rimanere indietro il nostro Paese rispetto agli altri.

Responsabilità sociale d'impresa. Le imprese sono un patrimonio di tutti. Il loro impegno e apporto sul territorio è forte e imprescindibile per il benessere di tutti.

Tutti temi che abbiamo trattato a più riprese durante le nostre assemblee identificandoli come l'unica strada per spingere il paese verso un nuovo sviluppo fortemente ancorato sull'industria, per farlo volare. Tutti temi che ho ritrovato nel programma del nostro Presidente Vincenzo Boccia e del Ministro Carlo Calenda.

Ed è stato proprio per poter contribuire attivamente a realizzare la nostra idea di Italia che ho accettato l'incarico, all'interno della squadra del Presidente Vincenzo Boccia, di occuparmi della politica industriale.

Un ruolo che è prima di tutto un riconoscimento alla vitalità della nostra Associazione e alla capacità visionaria dei suoi imprenditori dai quali ho imparato tanto.

Ma questa delega è anche il riconoscimento che la nostra era una visione d'avanguardia e coraggiosa.

Il Presidente Vincenzo Boccia è una persona capace, che conosce il nostro sistema e che saprà rappresentare al meglio le nostre imprese. Io porterò l'energia che in tanti mi avete trasmesso con le vostre parole e i vostri incoraggiamenti. Energia che mi servirà per contribuire a rendere il nostro sistema sempre più forte ed efficace.

Giulio Pedrollo

Presidente Confindustria Verona

Industria 4.0 Il futuro è oggi

La manifattura industriale vive un'epoca in cui macchine e oggetti intelligenti sono in grado di dialogare tra loro, con l'ambiente circostante e con il consumatore. Fenomeni quali l'automazione, la disponibilità di grandi archivi di dati, l'internet delle cose e la possibilità di raggiungere clienti via internet sono ormai in grado di riprogettare l'intero sistema industriale, generare valore aggiunto e ridurre i costi.

Sul tema **Confindustria Verona**, ha avviato un confronto tra interlocutori di alto calibro che con il Governo stanno lavorando alla creazione di un modello italiano. In collaborazione con **ENEA**, l'Agenzia nazionale per le nuove tecnologie, si è svolto il convegno **"INDUSTRIA 4.0 - L'importanza della collaborazione Imprese - Enti di ricerca per la competitività del Paese"** per presentare lo sviluppo del nuovo processo produttivo e condividere con gli imprenditori le sfide e le opportunità da cogliere.

Nel contesto europeo disegnato durante i lavori

“ Il digitale va immaginato come materia prima ”

Giulio Pedrollo

da **Marco Alvisi**, ricercatore del Dipartimento Sostenibilità dei Sistemi Produttivi e Territoriali di ENEA, persiste il paradosso di una ricerca di base eccellente fatta di industrie dinamiche, talento creativo e buone idee che troppo spesso non si convertono in prodotti e servizi.

Alcuni Paesi però si sono attivati per incentivare politiche industriali coerenti con questo scenario.

La **Germania**, che ha coniato il termine **"Industrie 4.0"**, ha promosso ancora nel 2011 un piano d'azione generale che prevede per i prossimi 30 anni l'informatizzazione delle industrie tradizionali, come quella manifatturiera, e la realizzazione della



da sinistra: G. Pedrollo, M. Malaguti, T.Tolio, A Bairati, M. Alvisi, A. Quintiliani, R. Dell’Erba

“**fabbrica digitale**”, caratterizzata dall’interazione uomo – macchina, spiega **Andrea Bairati**, Direttore Area Innovazione e Education di Confindustria nazionale.

Anche negli **Usa** è stato avviato un percorso di digitalizzazione dei sistemi produttivi. Nel 2012 è nato “**Industrial Internet**” un programma strategico analogo a quello tedesco, ma incentrato su colossi privati come General Electric.

E per quanto riguarda l’**Italia**? Al contrario di quanto si possa pensare, il nostro Paese non avrebbe nulla da invidiare a quanto accade nel resto del mondo

prosegue Bairati. Il tessuto economico composto di pmi ci impone però di adottare strategie diverse come l’integrazione tra piccoli. Per innovare occorre infatti investire e chi non ha la forza finanziaria di una multinazionale deve logicamente mettersi in rete. Una collaborazione che secondo **Andrea Quintiliani** del Dipartimento Tecnologie Energetiche di ENEA, deve coinvolgere anche gli Enti di ricerca, le opportunità di collaborazione e sinergia con le imprese sono rilevanti e possono essere particolarmente proficue grazie alla complementarità delle competenze disponibili.



Le rivoluzioni industriali



Per rispondere a questa necessità, è stato concepito il **Cluster Fabbrica Intelligente** che riunisce 300 soggetti tra atenei imprese e istituzioni. Uno strumento in grado di creare una comunità manifatturiera nazionale stabile e più competitiva, come riporta il Presidente del Comitato Scientifico **Tullio Tolio**, e di dare supporto alle pmi grazie ai gruppi per l'innovazione tecnologica, ai supercalcolatori che ottimizzano i costi per la ricerca e alla robotica intelligente. Settore quest'ultimo in espansione fa presente **Ramiro Dell'Erba**, ricercatore del Dipartimento Tecnologie Energetiche di ENEA, in cui l'Italia ha una tradizione di rilievo nonostante vi siano ancora spazi da cogliere che bisogna sfruttare.

La voce delle imprese è quella del Presidente di Confindustria Verona **Giulio Pedrollo**, che sottolinea l'importanza di non relegare il concetto di digitale al prodotto finito ma di intenderlo come **materia prima per lo sviluppo di molteplici opportunità**. Dalla teoria alla pratica il Presidente cita l'esempio di un imprenditore che sta creando un modello di batterie per auto che avvisa l'utente qualche ora prima di scaricarsi.

Ma se ciò che manca al Paese è la presenza di un

campione che faccia da traino, la testimonianza di **Marco Malaguti**, Site and Managing Director di GlaxoSmithKline, pone la multinazionale quantomeno come un modello di riferimento. Il Manager propone due esperienze pratiche di **sviluppo del codice a barre bidimensionale** che consentono l'una di operare contro la contraffazione, prevedendo controlli a ogni passaggio della filiera, e l'altra, tramite smartphone, di accedere al video con le istruzioni per farmaci e attrezzature mediche. Semplici animazioni che non lasciano spazio a dubbi e superano le barriere linguistiche.

A conclusione dei lavori, **Bruno Giordano**, Consigliere incaricato per l'innovazione e le Start Up di Confindustria Verona, denuncia il solco creatosi con i paesi più avanzati, rimarcando la necessità di infrastrutture e investimenti che invece stentano ad essere recepiti da istituzioni e imprese. Le criticità come osserva anche il Presidente Pedrollo, sono date dall'inadeguatezza nella quale il Paese si trova, prima fra tutte l'insufficienza della banda larga che ad oggi copre solo il 22% del territorio contro la media europea del 64%.





Storie e Marchi di successo

Da nome di famiglia a marchio di fabbrica

Torna serate di marca, l'iniziativa ideata da Sandro Veronesi, Vice Presidente di Confindustria Verona per lo Sviluppo della Reputazione d'Impresa, che, attraverso la testimonianza diretta degli imprenditori, accompagna i partecipanti alla scoperta di aziende veronesi che hanno costruito marchi di successo.

Il successo del progetto, testimoniato dal grande apprezzamento da parte degli imprenditori, ha portato anche alla registrazione del marchio.

In particolare le aziende protagoniste degli appuntamenti dell'edizione 2016 si caratterizzano per aver saputo far crescere la notorietà e la reputazione del proprio marchio che – identificandosi con il nome del fondatore



Sandro Veronesi



– si è rafforzato con l'avvicinarsi delle generazioni alla guida dell'impresa.

Inoltre gli incontri saranno presenti esperti che metteranno in luce principi e dinamiche generali che possano essere trasferite anche ad altre aziende durante il delicato percorso del passaggio generazionale

Durante il secondo appuntamento Gianluca Cristofori, dottore commercialista ed esperto contabile ha messo in evidenza i vantaggi della sottoscrizione del patto di famiglia "Da questo punto di vista l'Italia può essere considerato un paradiso fiscale. – ha spiegato Cristofori – Le imposte di successione infatti sono nettamente inferiori rispetto ad altri paesi questo perché da noi l'imposizione fiscale incide molto sui redditi da lavoro e quindi possiamo permetterci".

L'istituto del patto di famiglia è uno strumento ideato dal legislatore per garantire la continuità dell'impresa anche

oltre il passaggio generazionale e permette di liquidare gli eredi legittimari per favorire il passaggio generazionale solo su alcuni familiari.





Zanardi Fonderie

Un brand costruito sui valori

Il programma degli appuntamenti 2106 apre con le **Fonderie Zanardi**, un marchio che ha in sé lo sferoide della ghisa sferoidale, il prodotto aziendale che attraverso la sua storia ha connotato il brand.

Protagonisti Franco Zanardi, presidente onorario della società, il fratello Federico, vicepresidente e Fabio, figlio di Franco, oggi presidente.

La visita allo stabilimento introduce gli ospiti nel mondo delle fonderie, dove si scopre come nel cuore - o sotto la carrozzeria - di molti prodotti con marchi, siano presenti componenti in ghisa austemperata, come bracci di sospensione, dischi freni, ganci traino, ruote motrici e molte altre componenti, prodotti a Minerbe.

Oggi alla quarta generazione, l'azienda nasce con Giuseppe Zanardi nel 1931, ma con l'inizio della guerra è l'attività si interrompe per poi riprendere.

Il periodo post bellico è terreno fertile per lo sviluppo e nel 1951 la fonderia misura ormai una superficie di 7000 metri quadrati a Legnago. Nel boom economico degli

anni 60 prende vita lo stabilimento di Minerbe progettato per la produzione di ghise sferoidali. La famiglia affronta a quel punto un lungo periodo di difficile gestione finanziaria. Non per questo si fermano gli investimenti che si concentrano su sistemi fusori, impianti lavorazione terre e linee di formatura. Con le difficoltà si rafforza la coesione sociale dentro la fabbrica, e il rapporto di fiducia con Clienti e Fornitori senza il quale, l'Azienda non sarebbe riuscita a continuare l'operatività.

Nel 1972 un nuovo momento di svolta, con l'ingresso in azienda del primo ingegnere, Franco, che insieme al fratello Federico nel 1983 iniziano la sperimentazione sulla tecnologia della ghisa, fino a proporsi sul mercato come produttori di getti in ghisa sferoidale austemperata. L'innalzamento del livello delle prestazioni sul mercato ed il contributo dei finanziamenti alla ricerca, assieme ad



Da sinistra: Sandro Veronesi, Federico Zanardi, Fabio Zanardi, Giulio Pedrollo, Franco Zanardi

una rigorosa ed attenta gestione finanziaria, consolidano gradualmente l'assetto patrimoniale, creando le basi per l'importante stagione di investimenti, che dal 1995 al 2008 ha portato nello stabilimento di Minerbe circa 55 Milioni di Euro.

E rapidamente si arriva al 2015 in cui le nuove sfide che il futuro presenta all'azienda sono lasciate da Federico e Franco a Fabio, non ancora 40 anni, che guarda a nuove percorsi di sviluppo: la managerializzazione e la digitalizzazione dell'impresa, oltre che l'internazionalizzazione, per condividere con partner stranieri le competenze, l'esperienza e il patrimonio di innovazione e sperimentazione che da sempre è nel dna delle Fonderie Zanardi. E che è quanto di più caratterizzante il marchio di questa impresa e di questa famiglia.

I continui investimenti e l'attenzione per la qualità, per la sostenibilità ambientale, per la sicurezza sul lavoro, l'approccio di partnership in progettazione con il cliente, sono i fattori qualificanti dei prodotti Zanardi, che hanno fatto della R&S un elemento portante del business. Un'Academy interna approfondisce e divulga le potenzialità dei prodotti, coinvolgendo i clienti in tutte le fasi del processo, dall'identificazione del bisogno, alla progettazione, alla realizzazione dei pezzi. Sul fronte esterno la partecipazione a tavoli di lavoro, seminari, convegni costruisce la rete di relazioni e di conoscenze funzionali prima ancora che al rafforzamento del brand, alla conoscenza delle caratteristiche della ghisa austemperata stessa, che ha qualità tecniche distintive tanto della ghisa quanto dell'acciaio.

E' questa la strategia di business development intrapresa

dagli Zanardi. Un narrazione antecedente di valori che si esprime nel brand e nel vantaggio competitivo che il mercato riconosce all'azienda.

Oggi la produzione, comprensiva di lavorazioni meccaniche e trattamenti termici ad alta tecnologia, in una logica di integrazione interna di fasi produttive, impiega circa 220 persone, con una capacità produttiva di 22 mila tonnellate di ghisa l'anno, per un valore di fatturato conseguito nel 2014 pari a quasi 31 milioni di euro.

E' il punto di arrivo di una storia di lungo corso e di altalenanti fortune, che rende oggi la famiglia imprenditoriale Zanardi forte di un passato sofferto e rivolta al futuro con ottimismo...ma con i piedi ben saldi per terra. Con l'obiettivo di saper consegnare l'azienda

ad una nuova generazione!



[Guarda la gallery](#)

La visita in fonderia





Un sogno lungo una vita

Due poli logistici, una linea produttiva per potenziare la produzione attuale e una sorpresa in uscita a Natale 2016 sono le novità che Dal Colle Spa si è regalata per i suoi 120 anni.

Nata infatti nel 1896 oggi l'azienda di Colognola ai Colli conta oltre cento dipendenti che diventano 300 nella campagna di Natale, 42 milioni di fatturato e 7 linee di prodotto.

È questa la storia che Egidio, Alvise e Beatrice Dal Colle hanno raccontato nel corso del secondo appuntamento di Serate di Marca che li ha visti protagonisti nella sede di rappresentanza dell'azienda Villa Boschi alla presenza di un centinaio di imprenditori.

“Dal 95 al 2005 i miei figli ed io abbiamo lavorato insieme e sono stati i 10 anni più belli della mia vita – ha esordito emozionato Egidio Dal Colle raccontando la sua vita in azienda dai sedici anni fino al momento in cui i due figli Alvise e Beatrice hanno preso le redini

dell'impresa di famiglia “poi ho chiamato Alvise e Beatrice e, come mio padre aveva fatto con me quando avevo 21 anni, ho dato loro le chiavi della Dal Colle”. Negli anni alla guida dell'azienda Egidio Dal Colle ha creato una realtà solida che riesce a ritagliarsi uno spazio all'interno del mondo dei prodotti da ricorrenza, con aziende leader indiscusse che conquistano la maggior parte dei consumatori. Alla base della sua strategia la differenziazione della produzione e l'invenzione, con l'Ostrica, di un nuovo mercato quello dei dolci da pre-ricorrenza.

Il processo di crescita e differenziazione è stato poi portato avanti con ancora maggiore incisività dai due figli oggi amministratori delegati dell'impresa. Dal 2005 hanno prima rinnovato l'immagine Dal Colle,



Beatrice Dal Colle e il pilota GP Michele Pirro

abbandonando lo storico colore rosa antico a favore di un più forte rosso, e poi hanno ampliato la gamma prodotto con l'introduzione di merende a base di pan di spagna, l'avvio della linea di croissant salati e grazie alla partnership con Barilla i prodotti sfogliati.

L'ultima innovazione il panettone d'agosto da abbinare al gelato.

In parallelo Egidio Dal Colle si è dedicato con l'azienda vinicola Pasqua alla realizzazione del suo sogno nel cassetto una produzione di vino che ha preso il nome evocativo di Mai Dire Mai.

"Sono entrata in azienda per sbaglio e me ne sono innamorata – ha raccontato Beatrice Dal Colle – Ogni giorno qui tra questi quattro muri rossi che amo profondamente io sono felice perché faccio esattamente il lavoro e la vita che volevo fare".

Un'esperienza in azienda passata anche da errori come

il cambio di packaging "Volevamo dare il segnale del nostro cambiamento e lo abbiamo fatto introducendo una nuova confezione a forma di cubo, ma il consumatore non era pronto. Il pandoro è un prodotto tradizionale e il consumatore si aspetta la tradizione fin dalla scatola". Grazie alla passione per le due ruote di Alvisè invece, da un anno, Dal Colle ha intrapreso un altro passo avanti nella sua affermazione del marchio e costruzione della propria immagine sponsorizzando il pilota moto GP Michele Pirro e la sua ducati numero 51.

"A volte qualcuno si domanda se per l'Italia ci sia ancora un futuro di sviluppo industriale. Finché ci sono aziende come Dal Colle, che investono, innovano, sperimentano penso non ci siano dubbi che il nostro Paese possa ottenere ancora grandi risultati - ha commentato Sandro Veronesi, Vice Presidente di Confindustria Verona per la

Reputazione d'impresa.

“Sogno, amore, passione ma anche sfida, sudore e lacrime sono le parole e le immagini che mi porto a casa questa sera. Ogni appuntamento di serate di marca ci lascia delle suggestioni che possono tradursi in progetti pratici che ognuno può declinare nella propria impresa ha concluso Giulio Pedrollo, presidente di Confindustria Verona - Questa è la forza di questi incontri delle storie delle nostre imprese grandi, piccole e medie che abbiamo la fortuna di poter avere tutte in Confindustria Verona”.



Beatrice Dal Colle

[Guarda la gallery](#)





Vertours
Lufthansa
City Center

Se le Aziende viaggiano...
viaggia anche l'economia.

fa viaggiare la tua Azienda

- > Customer care
- > Tecnologia all'avanguardia
- > Controllo dei costi
- > Integrazione note spese



meeting&incentive

viaggi d'affari



METALMECCANICI:

la proposta di rinnovamento contrattuale nazionale

Il rinnovo del contratto nazionale dei metalmeccanici, siglato il 5 dicembre 2012 e scaduto il 31 dicembre 2015, si sta svolgendo in un contesto dove i più importanti indicatori macroeconomici sono piuttosto preoccupanti: dal 2007 ad oggi il settore ha perso il 30% della produzione industriale, il 25% della capacità produttiva e quasi 300 mila occupati. Federmeccanica ed Assital, le due organizzazioni stipulanti il contratto nazionale per la categoria, ritengono pertanto insostenibile il vecchio modello contrattuale, promuovendo e proponendo un rinnovamento contrattuale capace di **distribuire la ricchezza solo dove si produce e quando si produce**, fermi restando due principi ispiratori: impresa bene comune e persona al centro.

La proposta di rinnovamento contrattuale, che è stata presentata da Federmeccanica ed Assital nel dicembre scorso alle organizzazioni sindacali nazionali, si qualifica in sei punti chiave: salario minimo garantito,

premi di produzione detassati e legati ai risultati, un welfare più strutturato con iniziative aziendali e benefici previsti contrattualmente, formazione continua, condivisione degli obiettivi e politiche attive per aiutare chi ha perso il lavoro.

In particolare in tema di **formazione** la proposta consiste nell'introduzione di un diritto soggettivo alla formazione per quei lavoratori che non sono stati oggetto di piani formativi, tale per cui il lavoratore avrebbe diritto ad un contributo aziendale pari a 300 euro per ogni triennio lavorativo e a fruire di 24 ore di permesso.

In riferimento alla volontà di potenziare il **welfare** di origine contrattuale si propone un incremento della contribuzione dall'1,6% al 2% per la previdenza complementare.

Per quanto attiene all'assistenza sanitaria integrativa la proposta prevede un onere a totale carico dell'azienda

per tutti i lavoratori inclusi i familiari fiscalmente a carico. Verrebbe, quindi, eliminato il contributo di 36 euro già previsto a carico del lavoratore aderente ed introdotta una polizza che ha un valore di mercato pari a circa 700 euro senza impedimento all'iscrizione per età e patologie pregresse.

In tema di **contrattazione aziendale** la volontà è quella di spingere per una maggiore diffusione dei premi di risultato con forte riduzione del cuneo fiscale che deriva da tale forma di retribuzione e quindi maggior reddito per i lavoratori a parità di costo per le imprese. Più in dettaglio si vorrebbe anche introdurre la possibilità di trasformare il premio di risultato in welfare aziendale che consentirebbe di ottenere, grazie al numero di fruitori, condizioni di miglior favore nell'acquisizione di beni e servizi.

La proposta datoriale prevede, inoltre, un livello minimo da destinare a retribuzione variabile pari a 260 euro annui ed in mancanza di contrattazione lo stesso importo da destinare a formazione e welfare.

La complessa trattativa sindacale di rinnovo del contratto nazionale dei metalmeccanici è ancora in corso e si articolerà in nuovi incontri nelle prossime settimane ma, nel frattempo, il 19 aprile scorso la proposta di rinnovamento contrattuale è stata anche al centro di un incontro e confronto tra il presidente di Federmeccanica Fabio Storchi e la **sezione metalmeccanici di Confindustria Verona** guidata dal presidente Filippo Girardi, riunitasi a Soave (Verona) presso la sede di Midac Spa.

Di seguito le dichiarazioni in proposito dei diversi protagonisti intervenuti durante la riunione.

“Si sta affermando una nuova rivoluzione industriale – ha commentato **Giulio Pedrollo**, presidente di Confindustria Verona, presente anche lui alla riunione di sezione metalmeccanici - che dobbiamo cogliere per poterne ottenere i maggiori benefici in termini di



Da sinistra Filippo Girardi, Fabio Storchi e Giulio Pedrollo

crescita e di sviluppo. Industria 4.0 non sarà solo un modo di produrre più efficiente, ma un nuovo modo di fare impresa che necessita di fattori adatti dalle tecnologie, alle risorse umane alla contrattazione collettiva. Industria 4.0 ha bisogno di relazioni industriali 4.0”.

“Dobbiamo avviare una fase di Rinnovo contrattuale. – ha dichiarato **Fabio Storchi, presidente Federmeccanica** - In un contesto economico ancora negativo è necessario realizzare

un Contratto Nazionale che sia sostenibile per le imprese, che dia tutele e porti benefici importanti ai lavoratori. Con la nostra proposta intendiamo garantire: minimi adeguati all'andamento reale del costo della vita, forme di retribuzione variabile da gestire in azienda e detassate rispetto agli incrementi contrattuali tradizionali, assistenza sanitaria estesa anche ai familiari con un innalzamento del contributo a carico delle sole imprese, il potenziamento della previdenza complementare e il diritto soggettivo alla formazione”.

“A Verona le imprese metalmeccaniche e i sindacati hanno affrontato assieme con responsabilità i durissimi anni della crisi, dobbiamo continuare evitando contrapposizioni ideologiche e proponendo soluzioni logiche - ha spiegato **Filippo Girardi**, presidente della sezione metalmeccanici di Confindustria Verona. In questo senso mi aspetto che il Governo, dopo il Jobs Act, confermi anche le agevolazioni economiche annunciate per la contrattazione aziendale. Imprese, sindacati e Governo devono sviluppare idee capaci di creare occasioni di crescita, competitività e occupazione”.





L'iran del post sanzioni: via libera al commercio ma con prudenza

Autorità di controllo e restrizioni alle esportazioni, aspetti legali sulle nuove prospettive per Unione Europea e Stati Uniti, responsabilità per le imprese italiane, strumenti finanziari e assicurativi per l'internazionalizzazione delle imprese e prospettive dopo l'**Implementation Day**. Questi i temi trattati durante il convegno che si è tenuto presso la sede di Confindustria Verona lo scorso 4 marzo 2016 con la partecipazione di un vasto numero di partecipanti, circa 140, provenienti da tutto il nord Italia.

L'evento, organizzato da Confindustria Verona in collaborazione con la Camera di Commercio e Industria Italo-Iraniana (CCII), si è rivelato una buona occasione di approfondimento tecnico sugli importanti cambiamenti introdotti dalla riforma del sistema sanzionatorio in Iran.

In particolar modo si è voluto fornire indicazioni puntuali sui principali cambiamenti a seguito dell'**Implementation Day** che per l'Italia significa riapertura dei rapporti commerciali con l'Iran, un mercato che conta 80 milioni di consumatori a reddito medio, attratti dal Made in Italy, dai suoi beni di

consumo e dalla sua qualità. La rimozione delle sanzioni internazionali, che dieci anni fa erano state imposte al Paese, si traduce quindi in nuove opportunità per le imprese italiane che, tuttavia, devono destreggiarsi ancora con una serie di regole, divieti e autorizzazioni. Molti gli imprenditori presenti in sala a testimoniare la dinamicità verso questo mercato che sembra prospettare interessanti opportunità di business come ha confermato Pier Luigi d'Agata, segretario generale della Camera di Commercio Italo-Iraniana «È un grande mercato, gli iraniani amano l'Italia e gli italiani, per questo le nostre imprese partono con una marcia in più in quel mercato». «Nonostante le sanzioni abbiano dimezzato l'export italiano verso l'Iran», ha aggiunto Raffaele Cordiner, responsabile delle relazioni con l'Iran per Sace, «tra i Paesi europei il nostro, insieme alla Germania, è oggi quello più presente. Anzi, noi dal punto di vista finanziario siamo un passo avanti. E, con la modifica delle sanzioni, si aprono grandi opportunità per il settore oil&gas e petrolchimico, il sanitario, l'agroalimentare, l'estrattivo».

L'entusiasmo è stato tuttavia mitigato con l'invito alle aziende italiane di operare sempre con massima cautela, l'**Implementation Day** non ha eliminato completamente veti e restrizioni. Infatti, «permane il divieto di esportare beni, software e tecnologie legati al settore missilistico e che possano contribuire allo sviluppo di sistemi di lancio per armi nucleari», come ha spiegato Massimo Cipolletti, dirigente del Ministero dello Sviluppo Economico (MISE). Per altri prodotti invece è necessaria l'autorizzazione del MISE, come per esempio per i prodotti che possono contribuire ad attività connesse al nucleare, software sviluppati per industrie nucleari e militari, grafite e metalli grezzi o semilavorati e prodotti a duplice uso, il cui utilizzo potrebbe avere sia uno scopo civile che militare. Non da ultimo è stata evidenziata l'importanza di tenere sotto controllo non solo le regole dell'Ue ma anche quelle imposte dagli Stati Uniti che possono avere delle implicazioni negli scambi commerciali tra

i tre paesi.

Il convegno ha avuto inoltre lo scopo di far conoscere gli strumenti finanziari, assicurativi e gli accordi operativi attualmente esistenti tra Istituti bancari Italiani e Istituti di credito Iraniani al fine di promuovere lo sviluppo internazionale delle imprese italiane.

In questa fase risultano pertanto importanti il costante aggiornamento e l'efficace veicolazione di informazioni che siano rilevanti ai fini della conoscenza degli sviluppi normativi e delle opportunità commerciali rispetto al mercato iraniano. Confindustria Verona a tal proposito ha creato una **sezione "Speciale Iran"** consultabile nel canale tematico "Internazionalizzazione" accessibile dalla home page del sito istituzionale nella quale le imprese possono trovare utili informazioni per valutare come meglio gestire le proprie relazioni commerciali con l'Iran.

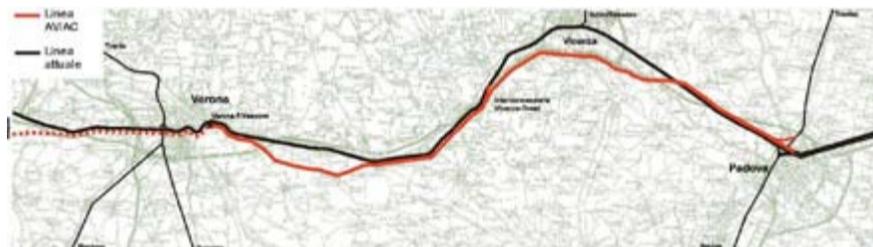




TAV

Accelera l'iter sul territorio dell'Est veronese

Il progetto della TAV sta accelerando il suo iter e verso la fine dell'estate si dovrebbero conoscere i tempi per l'avvio dei lavori. Si è infatti svolta recentemente a Roma la Conferenza dei servizi istruttoria per il 1° Lotto funzionale del tratto Verona-bivio Vicenza, al quale hanno partecipato gli Enti interessati e i Comuni attraversati dal tracciato, per esaminare le osservazioni al progetto che nei prossimi anni inciderà fortemente sul territorio dell'Est veronese. Emerge la necessità del prolungamento della strada Porcilana (la cosiddetta Tangenziale Est) verso Vicenza, strategica anche per Regione e Provincia considerando che la linea della TAV le si affianca. Si porrà molta attenzione alla cantieristica, cruciale soprattutto a San Bonifacio poiché i lavori comporteranno l'aumento del traffico pesante, che dovrà essere necessariamente allontanato dai centri abitati. Saranno anche fissate le prescrizioni di tutela dell'ambiente ponendo l'attenzione anche alla razionalizzazione delle cave, come a Zevio o



AV Verona - Padova

a Montecchio. A questo proposito si sta affermando l'idea di utilizzare le cave esistenti prima di procedere a coltivarne di nuove. I Comuni interessati dalla tratta, che parte da Verona e porta al bivio di Vicenza all'altezza di Altavilla sono, oltre al capoluogo, quelli di San Martino Buon Albergo, Zevio, Caldiero, Belfiore, San Bonifacio, Arcole e Monteforte D'Alpone, in Provincia di Verona, e Lonigo, e in terra vicentina a Montebello Vicentino, Montecchio Maggiore, Brendola, Altavilla Vicentina e Vicenza. Il tracciato si sviluppa dalla stazione di Verona Porta Vescovo al Comune di Altavilla. A San Martino si allontana dalla linea storica

curvando verso Sud Est e si affianca al raccordo autostradale con la S.S.11 prevedendo un tratto in galleria artificiale. Il tracciato si sviluppa in rilevato e a tratti in viadotto per attraversare alcune viabilità e i principali corsi d'acqua, e prosegue in sede propria a sud di San Bonifacio e affiancandosi a sud della linea esistente fino al termine del Lotto Funzionale. Non mancano però i problemi anche per alcune imprese che sorgono a ridosso del tracciato. Il cav. Gianni Dalla Bernardina, contitolare di un'azienda a San Martino, esprime molta preoccupazione per come viene gestita la progettazione esecutiva dell'opera, che

vede eliminare lo svincolo di accesso al piazzale della sua area di servizio non previsto nei disegni originali: "come azienda ho mantenuto le fasce di rispetto e ottenuto le autorizzazioni delle ferrovie. Mi aspettavo dai progettisti una maggiore attenzione e rispetto degli investimenti effettuati ed in itinere quando hanno previsto per quel tratto, che corre in trincea, l'eliminazione dello svincolo sulla tangenziale strangolando, di fatto, ogni accesso dei veicoli miei clienti. Abbiamo protocollato le nostre osservazioni ma necessitiamo dell'intervento di Confindustria per trovare una soluzione che sulla carta non sembra neppure tanto difficile".





Il Cenacolo dell'impresa

Finanza su misura per le imprese: strumenti e opportunità

Si è tenuto all'Hotel Parchi del Garda martedì 15 marzo il primo appuntamento de Il Cenacolo dell'Impresa 2016.

Ha aperto i lavori Paolo Errico, al suo primo appuntamento di questa importante iniziativa in qualità di Presidente della Piccola Industria di Confindustria Verona che, dopo i saluti dei main sponsor ad una platea di quasi 100 imprenditori, ha ricordato il focus di questa edizione. Si parlerà di **Impresa futura** con diversi ospiti che approfondiranno nei vari incontri temi quali **la finanza, le risorse umane, il marketing e il risk e crisis management**.

Testimoni d'impresa di questo primo incontro **Andrea Rigoni** amministratore delegato di Asiago srl e **Luciano Sabatini**, chief financial officer di Manifattura Italiana Cucirini spa a confronto con **Ferdinando Natali**, regional manager Nord Est di Unicredit. Moderatore dell'incontro è stato **Paolo Dal Ben**, responsabile della redazione Economia e Interni-Esteri de L'arena.

I due testimoni, pur appartenendo a due diversi settori produttivi, hanno raccontato di aver utilizzato **strategie simili per i propri piani di sviluppo**

sul mercato, abbinando agli strumenti consolidati proposti dagli istituti di credito, nuovi strumenti di finanziamento. Una **finanza su misura** delle aziende è per loro la soluzione da intraprendere. "Per i grandi investimenti - ha affermato Rigoni- la banca da sola non basta". Rigoni di Asiago, con i 100 milioni di fatturato nel 2015, dal '99 ha iniziato a potenziare l'attività industriale con il supporto di più società di investimento.

Manifattura Italiana Cucirini, che nel 2011 ha incrementato la sua produttività con una nuova apertura all'estero, per farlo ha definito un progetto di sviluppo appoggiandosi anch'essa ad un equity partner.

Una conferma dell'esperienza sul campo delle due aziende è stata fornita da Ferdinando Natali che, oltre ad individuare, in questo, un ottimo momento per investire, ha affermato che **le aziende si devono muovere attrezzandosi con strumenti di credito alternativi** rispetto a quelli messi a disposizione da soli istituti di credito.



IL CENACOLO[®] dell'Impresa

edizione 2016

"L'Impresa futura"



CONFINDUSTRIA
Verona
Piccola Industria

FINANZA INNOVATIVA PER LE PMI

Idee e opportunità del mercato attuale

martedì 15 marzo 2016, ore 18.00
Hotel Parchi Del Garda, Pacengo di Lizzise (VR)

Moderatore:

Paolo Dal Ben, Responsabile Redazione Economia e Interni-Esteri, L'Arena

Interventi:

- Ferdinando Invernizzi, Regional Manager Nord Est UniCredit
- Andrea Rigoni, Amministratore Delegato Rigoni di Asiago
- Luciano Saibanti, Chief Financial Officer Manifattura Italiana Cucirini

LA RISORSA UMANA

Chiave per la crescita dell'Impresa

martedì 3 maggio 2016, ore 18.00
Uteco Converting, Colognola ai Colli (VR)

Moderatore:

Mario Puliero, Direttore TeleArena

Interventi:

- Maria Raffaella Capogoglio, Presidente Umana
- Filippo Girardi, Presidente Midac
- Marco Salvatori, Presidente Just Italia

NUOVE FRONTIERE DEL MARKETING

Gli scenari sono cambiati, conoscerli per interpretarli

martedì 27 settembre 2016, ore 18.00
G.O.&P.I., San Giovanni Lupatoto (VR)

Moderatore:

Mario Puliero, Direttore TeleArena

Interventi:

- Dario Loison, Titolare Loison Pasticceri dal 1938
- Sascha Russotti, Online Marketing & Event Manager Latte Montagna Alto Adige - Mila
- Paola Signori, Professore Associato in Marketing, Dipartimento di Economia Aziendale, Università degli Studi di Verona

RISK E CRISIS MANAGEMENT

Prendere coscienza delle criticità e salvaguardare l'Impresa

martedì 15 novembre 2016, ore 18.00
DB Hotel, Sommacampagna (VR)

Moderatore:

Paolo Dal Ben, Responsabile Redazione Economia e Interni-Esteri, L'Arena

Interventi:

- Mario Bergamini, Amministratore Delegato Infogest
- Alessia Poli, Responsabile Legale Marangoni
- Vittorio Veronesi, Responsabile Divisione Tecnica Assiteca

Segreteria Organizzativa:

Area Relazioni Associate

☎ 045 8099405/452

✉ piccola.industria@confindustria.vr.it

ISCRIVITI ONLINE

In collaborazione con



Con il contributo di



Si ringrazia



Federmanager

Tra i nostri associati competenze importanti al servizio della collettività

È un momento di cambiamento per Federmanager associazione dei Dirigenti delle Aziende industriali con circa 68 mila iscritti in Italia. Un svolta segnata dalla nuova presidenza di Stefano Cuzzilla che ha portato l'associazione su un sentiero di innovazione. Ne parliamo con il presidente della Sede di Verona Gianfranco Cicolin e la vicepresidente Monica Dongili.

Un'associazione che cambia al passo con il mondo che si sta trasformando

La figura del dirigente come lo conoscevamo in passato sta via via scomparendo e preso atto di ciò anche la nostra associazione deve avviare un processo di rinnovamento che possa continuare a rappresentare i dirigenti ma anche i quadri.

Se pensiamo al manager probabilmente in passato la prima caratteristica che ci veniva in mente era la fedeltà oggi invece parliamo di flessibilità.

Essere flessibili richiede perciò degli strumenti particolari e proprio in questo senso stiamo lavorando.

In particolare abbiamo avviato servizi che possono aiutarli a riqualificarsi senza perdere la propria identità.

- **prosegue Dongili** - Il mercato è sempre più fluido e si vanno affermando figure come i temporary manager

“La figura del dirigente come lo conoscevamo in passato sta via via scomparendo e preso atto di ciò anche la nostra associazione deve avviare un processo di rinnovamento che possa continuare a rappresentare i dirigenti ma anche i quadri.”

Gianfranco Cicolin

e i Quadri apicali che hanno acquisito caratteristiche particolari. Per questo abbiamo deciso di aprirci anche a queste figure.

E quindi cosa succede a Verona?

Con il rinnovo della nostra Giunta abbiamo avviato una serie di attività coordinate da gruppi di lavoro per far fronte ai nuovi bisogni dei nostri associati.

Ci siamo accorti che avevamo un gap di comunicazione che abbiamo recuperato con l'utilizzo dei social network

e le nuove tecnologie. I dirigenti spesso fanno fatica a staccarsi dall'azienda e allontanarsi dall'ufficio per questo la gestione delle attività associative a distanza e nei tempi non strettamente legati al lavoro diventa fondamentale.

Stiamo lavorando molto sulla formazione, abbiamo organizzato numerosi corsi che possono essere seguiti



Gianfranco Cicolin e Monica Dongili



anche via Webinar. E collaboriamo con Cim&Form e Confindustria Verona con cui condividiamo la visione e i valori fondamentali.

Inoltre abbiamo avviato attività di tutoring tra gli associati in cui persone più esperte si rendono disponibili per dare supporto ai giovani dirigenti oltre che a una serie di iniziative per superare il gender gap e affiancare le donne che lavorano.

Un cammino che vi porta ad essere sempre più aderenti alle esigenze dei vostri associati. E verso l'esterno come si traduce tutto questo?

Da tempo abbiamo avviato collaborazioni con associazioni e istituzioni per organizzare momenti di riflessione e condivisione comune. Recentemente è stato sottoscritto un importante accordo quadro con l'Università di Verona e abbiamo una sinergia

collaudata con l'associazione IDEM.

Quello che vorremmo è farci conoscere molto di più nel territorio. Al nostro interno abbiamo professionisti che hanno competenze uniche e rappresentano delle eccellenze nel proprio settore. Si tratta di un patrimonio di conoscenze e competenze che possiamo mettere a disposizione della collettività. Noi diciamo siamo qui, siamo disponibili al dialogo con le Aziende e con le Istituzioni.

Federmanager Verona è l'associazione che da 70 anni rappresenta in modo esclusivo i manager delle aziende produttrici di beni di cui curiamo gli aspetti contrattuali, istituzionali, sociali, professionali e culturali. A Verona conta circa 1200 iscritti.





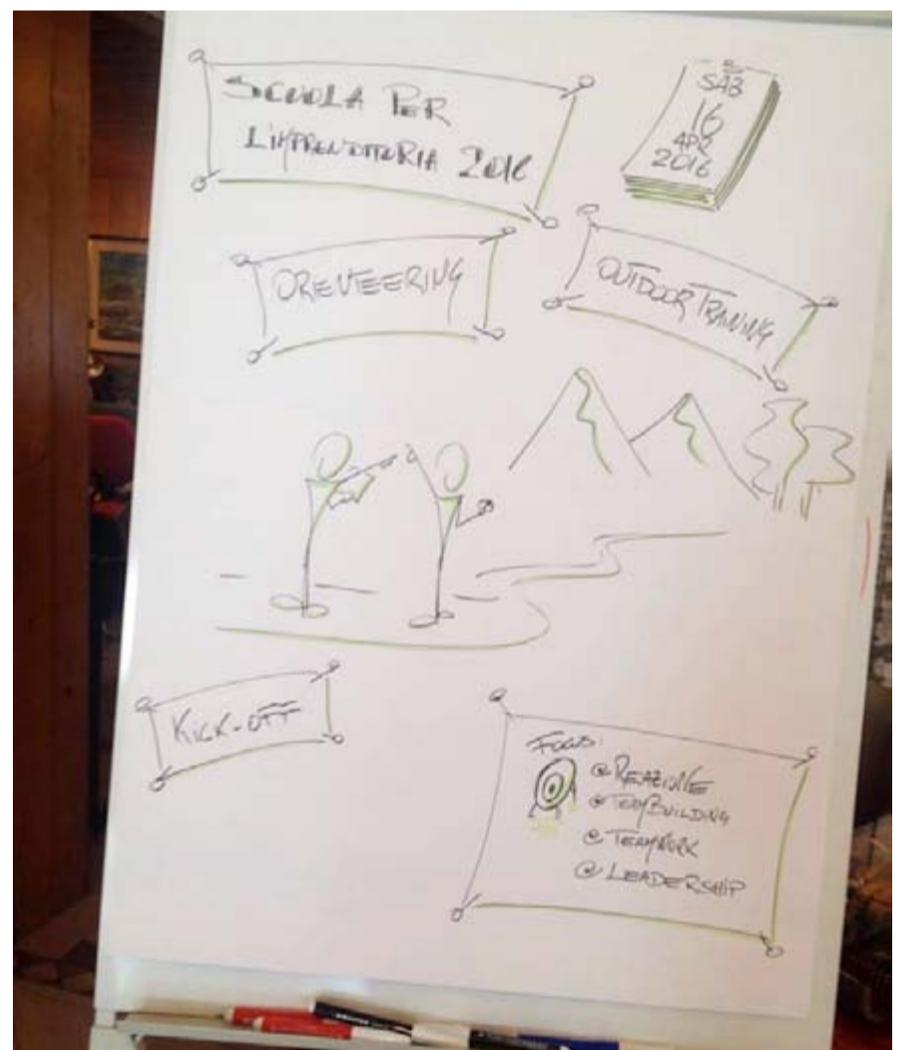
Scuola per l'imprenditoria

Prima giornata: Orienteering

Il sistema Verona punta sui giovani imprenditori

Ha preso il via ad aprile l'ottava edizione della "Scuola per l'Imprenditoria", progetto di formazione originale e di successo nato nel 2006 dalla volontà dei presidenti dei Gruppi Giovani delle principali associazioni di categoria del territorio con l'obiettivo di accrescere la cultura d'impresa, la formazione nei giovani imprenditori e favorire la nascita di nuove sinergie.

La formazione e la cultura d'impresa sono due tra i fattori ritenuti oggi più che mai trainanti per un solido sviluppo delle aziende italiane, ancora alla prese con gli effetti di una crisi che ha completamente rivoluzionato i paradigmi della competitività. "Il nostro obiettivo è dare la possibilità ai giovani imprenditori di tutte le categorie di poter sviluppare le loro competenze manageriali e di migliorare sempre più nella conduzione della propria realtà aziendale – precisano nel presentare le nuove opportunità i presidenti– Inoltre la scuola permette il confronto tra le diverse realtà imprenditoriali e le esperienze vissute, consente di fare rete e costruire



Progettazione e pianificazione del lavoro di squadra



La conferenza stampa edizione 2016

possibilità di business e crescita”.

Il programma 2016 che si compone di sei moduli da aprile a novembre, riprende il filone della precedente edizione, focalizzata sulle diverse sfaccettature del networking, per toccare gli aspetti della programmazione concreta e della realizzazione di progetti e obiettivi. I partecipanti saranno coinvolti in attività outdoor e in una

serie di lezioni frontali che prevedono anche una parte esperienziale, necessaria per fare ancor più propri i concetti appresi. I formatori che interverranno sono di alto profilo, esperti in temi aziendali e imprenditoriali, e con una solida competenza.

“Le esigenze dei giovani imprenditori sono cambiate negli ultimi anni e la Scuola ne testimonia il processo continuo di crescita” ha commentato il Presidente Michele Lovato “Sviluppare solide competenze trasversali che rafforzino le nostre competenze tecniche, il confronto e l’esperienza diretta e pratica sono i veri fattori di successo di questo percorso di formazione.”

www.scuolaimprenditoria.it

Per maggiori informazioni: info@scuolaperlimprenditoria.it





SCUOLA PER L'IMPRENDITORIA 2016

NETWORKING E PROGETTUALITÀ

IL PROGRAMMA 2016



EVENTO START SCUOLA PER L'IMPRENDITORIA 2016

ORIENTEERING: PROGETTAZIONE E PIANIFICAZIONE DEL LAVORO DI SQUADRA
Sabato 16/04/2016 dalle ore 9.00 alle ore 18.00 - Sega di Ala (TN)

Formatore: Dott. Luigi Mengato



IMPERFETTI E VINCENTI - STIMA I TUOI LIMITI E VALORIZZA LE TUE RISORSE

Sabato 07/05/2016 dalle ore 9.00 alle ore 18.00 - Villafranca di Verona (VR)

Formatore: Dott. Andrea Sales



TECNICAMENTE - SFRUTTARE LA TECNOLOGIA ED I SOCIAL NETWORK INVECE... DI ESSERE SFRUTTATI

Sabato 28/05/2016 dalle ore 9.00 alle ore 18.00 - Villafranca di Verona (VR)

Formatore: Dott. Nazzareno Notarini



CREARE OPPORTUNITÀ' - SPEED DATE

Sabato 8/10/2016 dalle ore 9.00 alle ore 18.00 - Villafranca di Verona (VR)

Formatori: Società di consulenza e formazione Cassiopea Srl.



BUSINESS MODEL CANVAS

Sabato 29/10/2016 dalle ore 9.00 alle ore 18.00 - Villafranca di Verona (VR)

Formatori: Dott.sse Monica Malvasi e Daniela Anderluzzi di Formazione Network



EVENTO FINALE SCUOLA PER L'IMPRENDITORIA 2016

RESIDENZIALITÀ' - LEITMOTIV: AZIONE. DA CIÒ CHE SAI A CIÒ CHE FAI

Venerdì 18/11/2016 pomeriggio e Sabato 19/11/2016 giornata intera - Sant'Anna d'Alfaedo

Formatore: Dott. Andrea Sales

INFO E ISCRIZIONI

www.scuolaimprenditoria.it

info@scuolaimprenditoria.it



Aperitivo in Air Dolomiti

La Piccola Industria e i Giovani Imprenditori ospiti di Air Dolomiti nel Training Center

Il nuovo appuntamento "Aperitivo in Azienda" organizzato dalla Piccola Industria e il Gruppo Giovani Imprenditori è stato ospitato da **Air Dolomiti** nel Training Center di Caselle di Sommacampagna, lo spazio dove viene formato e aggiornato il personale di compagnia, in particolare quello navigante.

Gli imprenditori presenti assieme a Paolo Errico presidente della Piccola Industria, e Michele Lovato presidente dei Giovani Imprenditori, hanno potuto incontrare e conoscere **Jörg Eberhart Presidente & CEO** della compagnia aerea che celebra quest'anno i 25 anni di attività.





E' mancato Mario Battistini

Direttore di Confindustria Verona dal 1986 al 2002

Nei giorni scorsi è venuto a mancare Mario Battistini, direttore di Confindustria Verona dal 1986 al 2002. Battistini, sposato con una figlia, era molto legato alla Romagna, sua terra d'adozione. Durante i 16 anni della sua direzione ha affiancato i presidenti Bruno Bolla, Giordano Veronesi e Giorgio Albertini.

Bolla che l'ha voluto al suo fianco lo ricorda così: "Potermi avvalere di Mario Battistini negli anni del mio mandato di presidenza è stato un privilegio oltre che un supporto importante, di cui conservo uno splendido ricordo. Il confronto costruttivo a favore degli associati ha sempre caratterizzato il nostro rapporto. Ho avuto

modo di apprezzarne le capacità professionali e la sensibilità personale che gli hanno sempre permesso di saper guardare avanti con fiducia e lungimiranza e di condurre la struttura di Confindustria Verona con una guida sicura".

È stato durante la sua direzione che Confindustria Verona è entrata nel capitale sociale di Athesis. Anche dopo aver concluso il suo incarico in Associazione, Battistini non ha mai fatto mancare al dibattito economico della città le sue idee ed i suoi contributi saggi e diretti.

45a Assemblée di Confindustria Verona, 1990. Nella foto da sinistra: Mario Battistini, Alberto Bauli, Bruno Bolla, Gianfranco Turrini

Cittadella Flash

Giovani Imprenditori & Business Continuity: strategie e processi per garantire la continuità operativa d'impresa d'impresa



Il tavolo dei relatori

La possibilità per un'organizzazione di gestire efficacemente un evento critico dipende esclusivamente dal fatto che si sia preparata a farlo. Questo è stato il focus del convegno sul tema **"Business Continuity"** organizzato dai **Giovani Imprenditori di Confindustria Verona**, assieme al Gruppo Giovani Imprenditori di Confindustria Veneto e in collaborazione con Assiteca Spa. Nella sede di Confindustria Verona, i quasi cinquanta imprenditori associati delle territoriali venete che hanno partecipato hanno avuto modo di affrontare un tema talvolta sottovalutato nella vita delle aziende, ma che dalle cronache quotidiane sta acquisendo sempre maggiore rilevanza. "La pianificazione strategica è il fattore che può dare alle imprese un vantaggio competitivo talvolta davvero determinante per affrontare con successo una situazione di crisi" ha commentato il Presidente dei Giovani Imprenditori di Verona Michele Lovato "Queste occasioni di formazione e di confronto all'interno del network delle nostre imprese sono, soprattutto per noi giovani imprenditori, preziosi strumenti di crescita."

Nuove Associate

Conosciamo alcune delle aziende che sono entrate in Confindustria Verona



ADEXE SRL

Società di consulenza alle Imprese applicata alla salvaguardia dei loro titoli di Proprietà Industriale, in ambito nazionale ed internazionale, grazie alla pluriennale esperienza maturata negli aspetti tecnici e legali di registrazione e prosecution di marchi, brevetti, design, copyright, nomi a dominio. Opera in diversi ambiti legati ad Internazionalizzazione e Fiscalità agevolata.

[→ Vai al Sito](#)



[→ Vai al Sito](#)



D.A.S. SPA

D.A.S. SpA è la Compagnia leader tra le specializzate nel ramo assicurativo della tutela legale. Sono oltre 350.000 - tra imprese, professionisti e privati - i clienti italiani che hanno deciso di tutelarsi da possibili controversie di natura legale affidandosi all'esperienza internazionale e alla specializzazione di D.A.S..

[→ Vai al Sito](#)



DAV COIL SRL

Nata nel 1969 come Impresa Artigianale l'azienda si occupa della produzione di Scambiatori di calore, Recuperatori di calore, Tubi alettati, Scambiatori coassiali, Scambiatori a piastre di elevata qualità ed affidabilità. L'attività è supportata da un costante investimento in ricerca e l'impiego di tecnologie d'avanguardia.

[→ Vai al Sito](#)



LUNARDI INTERMEDIAZIONI SAS

L'azienda si occupa di compravendita e locazione esclusivamente di immobili per l'impresa: capannoni, terreni, uffici e negozi su Verona e provincia con un portafoglio attivo di oltre 450 immobili.

[→ Vai al Sito](#)



PAKELO MOTOR OIL SRL

L'azienda produce oli lubrificanti di elevate prestazioni per industria, autotrazione, movimento terra, agricoltura ed industria alimentare. Offre servizi di consulenza tecnica con un proprio laboratorio di ricerca ed analisi, studiando e sviluppando prodotti anche personalizzati. L'elevata tecnologia viene impiegata anche nel settore del racing fino dal 1988, sviluppando lubrificanti innovativi che assicurano massime prestazioni.

[→ Vai al Sito](#)



TOBALDINI IMPIANTI DI TOBALDINI VALENTINO

Azienda presente nel mercato da oltre 30 anni, nasce per gestire la realizzazione e la manutenzione di impianti idraulici, di riscaldamento, condizionamento e tecnologici.

[→ Vai al Sito](#)



IMPRESA ZAMPIERI SRL

Nata nel primo dopoguerra, negli anni immediatamente successivi alla fondazione l'azienda si cimenta principalmente nel settore forestale. Successivamente si specializza in opere edili, stradali e idrauliche, opere di ingegneria naturalistica e di recupero ambientale, smaltimento dei rifiuti solidi urbani e di lottizzazioni e arredi urbani.

[→ Vai al Sito](#)

Notizie dalle Aziende



LA RETE VERONA GARDA BIKE CRESCE E SI RINNOVA

Sono diventate sette le aziende che fanno parte della Rete e che insieme svilupperanno nei prossimi 3 anni progetti per promuovere e sostenere il cicloturismo



Nella foto da destra: Cesare Avesani, David Berti, Raffaele Boscaini, Silvia Nicolis, Laura Turri e Marcello Fantini

Verona Garda Bike, una delle prime Reti turistiche italiane nata a Verona con il supporto di Coverfil, ha riscosso negli ultimi tre anni notevoli successi e portato a termine vari progetti che hanno contribuito a migliorare l'organizzazione e l'offerta turistica nel supporto ai cicloturisti.

Ad inizio anno la rete si è rinnovata e ha visto l'ingresso di altre tre importanti realtà del territorio veronese: Gardaland, Masi con la tenuta Canova di Lazise e Parco Natura Viva che vanno ad affiancarsi alle storiche Europlan, Bellatrix, Oleificio Turri e Museo Nicolis.

I compiti della Rete per i prossimi tre anni sono quelli di proseguire con le attività di valorizzazione e creazione di nuovi percorsi ciclabili, in modo da mappare anche territori finora poco tracciati come la Valpolicella e l'Alto Mincio, utilizzando e valorizzando anche percorsi esistenti. Lo scopo, commenta David Berti di Europlan e Presidente della Rete, è quello di connettere diverse aree veronesi ad alto impatto turistico creando una sinergia dell'intero sistema Verona. Il turista sarà così in grado di poter accedere più facilmente ad un offerta turistica a misura di ciclista, caratterizzata dal rispetto ambientale e dalla riscoperta delle bellezze artistiche, culturali ed enogastronomiche, oltre che a tutte le attrazioni che offre il nostro territorio, come ad esempio i musei o i Parchi del Garda. Il tutto dovrà avvenire sempre, come già in passato, attraverso un dialogo continuo tra enti locali e associazioni del territorio.

Tra la mission di Verona Garda Bike anche la valorizzazione e il rispetto ambientale. Si vogliono diffondere sistemi di bike sharing, con la possibilità di noleggiare biciclette, anche a pedalata assistita, in un luogo e di depositarle poi in un punto diverso. In questo modo si potrà coinvolgere un territorio sempre più ampio ed attrarre turisti di diverse fasce di età.



Mago Merlini

“Flessibilità, esperienza e differenza: il mix del nostro successo”

Situata nel cuore della Valpolicella, Mago Merlini srl nasce nel 1979 e si specializza nel corso degli anni nella diffusione di prodotti da forno tipici regionali (sardi, pugliesi, calabresi, siciliani, etc.) e nella produzione di particolari specialità alimentari.

“La nostra Società trae origine dalla forza di una famiglia che opera da lungo tempo con successo nell’ambito alimentare, occupandosi della produzione, dello sviluppo e della gestione dei prodotti da forno tipici delle regioni italiane”, ci raccontano orgogliosi Giancarlo Merlini, il figlio Luca e la moglie Ines Vinci, titolari dell’azienda.

Nel 1998 è entrato in funzione lo stabilimento di Via Natta 4, denominato Forneria Mago Merlini srl, con 20 addetti e una produzione giornaliera di circa 20 quintali. Successivamente, nel 2015 lo stabilimento è stato ampliato con l’entrata in funzione del nuovo edificio adiacente agli uffici e al magazzino, in Via Bernardi.

Il punto di forza della produzione è sicuramente l’artigianalità, oltre che una ricetta di grissini e schiacciatine “NO PALM OIL”, con farina rimacinata di grano duro e sale iodato. Grazie ad impegno e affidabilità, l’azienda può annoverare tra i propri clienti anche le più importanti e prestigiose catene della distribuzione moderna, lavorando anche per diversi Gruppi (Auchan, Carrefour, Consilia, Esselunga,



I prodotti Mago Merlini

Pam, etc.), con il proprio marchio e come Co-Paker. L'azienda è organizzata per consegnare giornalmente, in autonomia in tutto il territorio nazionale mediante spedizioni curate dall'ufficio commerciale.

Ma per l'Azienda veronese di prodotti da forno l'obiettivo non è solo l'Italia ma anche l'Europa, per far crescere il brand e incrementare ancora il fatturato. La cifra del 2015 è di 8 milioni ma l'obiettivo è quello di raggiungere presto una meta ambiziosa: 10 milioni.

La conquista quindi di una catena elvetica di supermercati è una tappa vincente. La Svizzera si

“ *Il modo migliore per rispondere alle nuove sfide è quello di proporre innovazioni e scommettere sul futuro con approcci creativi* ”

Giancarlo Merlini



La famiglia Merlini

aggiunge così alla Costa Azzurra, alle grandi catene transalpine e alle vendite a grossisti di Germania e Belgio. Tutti paesi, questi, dove i prodotti alimentari made in Italy stanno ottenendo riconoscimenti e dove sta aumentando la richiesta da parte dei consumatori, grazie alla elevata qualità dei prodotti.

Ad oggi l'azienda conta 4 linee di produzione per grissini stirati e bruschettine e 7 linee di confezionamento. Dal 2015 è iniziata anche la produzione di una nuova linea di prodotti di pasticceria, con la specialità delle crostate. "I clienti, oggi, sono sempre più esigenti" commenta il Presidente sig. Merlini "il modo migliore per rispondere alle nuove sfide è quello di proporre innovazioni e scommettere sul futuro con approcci creativi."





UMANA

Il lavoro come valore. Un'analisi del mercato del lavoro da un osservatorio d'eccellenza

Abbiamo incontrato Maria Raffaella Caprioglio, presidente Umana, Agenzia per il Lavoro generalista di primaria importanza nel panorama del mercato del lavoro. Da oltre 18 anni infatti Umana accompagna le imprese condividendone i valori, rispondendo alle loro esigenze, individuando, e possibilmente anticipando, le loro richieste nell'ambito dello sviluppo e gestione delle risorse umane.

Presidente, dal Vostro osservatorio privilegiato ci può spiegare come, secondo Lei, è mutato il mercato del lavoro negli ultimi anni ed in particolare, se lo avete rilevato, in seguito all'ultimo impianto di riforme?

Stiamo assistendo ad una profonda trasformazione del mondo del lavoro, anche dal punto di vista culturale. I cambiamenti epocali di natura geopolitica ed economica degli ultimi anni hanno cambiato in modo strutturale l'approccio ai mercati e non solo.

Sta cambiando l'organizzazione del fare impresa e di conseguenza si modifica non solo il tipo, ma anche il modello di lavoro così come finora inteso; che non è più lo stesso "per tutta una vita". Culturalmente si sta affermando l'idea che la flessibilità, la mobilità e il cambiamento siano elementi positivi di crescita della propria esperienza e per la propria carriera. La



Maria Raffaella Caprioglio

formazione diventa elemento strategico e costante in tutto l'arco della propria storia professionale. Le ultime riforme, per estrema semplificazione "Jobs act" e "Buona scuola", sono interventi che guardano a questa trasformazione e in qualche misura la accompagnano, perché fanno riferimento alla realtà e alle esigenze del mercato e dell'impresa. Il lavoro, e le regole che lo governano, devono essere per forza di cose contemporanei, devono guardare alla società, parlare lo stesso linguaggio delle imprese. Un lavoro in linea con le rapide trasformazioni economiche di questo tempo. In altri paesi europei questo processo è avvenuto con anticipo, in Italia ci abbiamo messo più tempo e oggi sembra oramai intrapresa questa direzione.

Gli ultimi dati sulla disoccupazione del nostro Paese sembrano aver imboccato una tendenza positiva. Qual è la Vostra analisi?

In termini generali negli ultimi due anni il mercato del lavoro sta registrando una significativa vivacità. Gli incentivi all'assunzione hanno certamente favorito questa tendenza, ma il mercato della somministrazione cresce costantemente da tempo. I nostri servizi sono considerati affidabili sia dalle imprese sia dalle persone che ogni giorno lavorano con noi. Le Agenzie per il lavoro sono partner fondamentali delle aziende,

le quali trovano in noi un contributo importante nella gestione delle risorse umane, nelle fasi della ricerca, selezione, formazione e orientamento del personale. Un elemento significativo in questo senso è che il 50% delle persone somministrate rimane in azienda con un contratto diretto al termine di una o più "missioni".

Ci sono figure professionali nuove richieste dal mercato oggi? Altre che sono rientrate? Dove si orientano le maggiori esigenze delle aziende?

Tecnici, ingegneri, informatici, economisti, matematici. Ovvero tutti i profili di area STEM: sono questi a mancare nel mercato del lavoro. Le aziende sono spesso alla ricerca di figure professionali altamente specializzate e oggi quasi introvabili, pur essendo meglio retribuite di altre. C'è necessità di nuove competenze per nuovi lavori e molto spesso la formazione universitaria non riesce a dare risposte sufficienti. Non registriamo solo un problema di mismatching fra domanda e offerta di figure professionali, ma anche fra formazione specifica e reali esigenze delle imprese. E questo per l'azienda è un problema. Ed è per questo che costruiamo percorsi di alta formazione per tutti i settori in grado di colmare il divario tra lo skill level ottenuto al termine del percorso universitario ed il livello di conoscenza d'ingresso desiderato dalle aziende, oggi sempre più orientate alla ricerca di profili professionali "tailor made" che siano in grado di inserirsi fin da subito nei processi produttivi. Le Academy di Umana Forma, organizzate ad esempio presso la nostra sede dell'Antica Scuola del Vetro Abate Zanetti, a Murano, hanno consentito ad alcune aziende multinazionali dell'Ict di trovare risposte puntuali alle loro esigenze di professionalità.



Il presidente Squinzi al convegno Biennale CSC

Quali sono quindi secondo Lei le prospettive per il futuro?

Ogni azienda è un universo a sé, ha esigenze specifiche che si modificano in relazione al contesto, al territorio, al momento economico del settore di appartenenza, alle esigenze del mercato. Credo che il valore aggiunto di Umana, sia proprio la capacità d'ascolto verso gli imprenditori. Guardare alle loro particolari esigenze e su queste individuare, insieme, la soluzione migliore. Il

nostro territorio, e Umana ha radici ben radicate qui in Veneto, sta lentamente uscendo da una crisi importante grazie anche ad un sistema valoriale solido che ci appartiene. E per noi il lavoro è un valore perché attraverso il lavoro le persone crescono, e crescono insieme.

www.umana.it





PHYLO

PHYLOTEK

cclub
laboratorio di comunicazione

NUOVA TECNOLOGIA PHYLOTEK®
Spessori intelligenti per una vestibilità perfetta.
Innovativa trama con intreccio a molla per un efficace effetto massaggio.
Nessuna cucitura per un comfort assoluto.

NUOVI SNODI PHYSIOGLIDE®
Completamente ridisegnati.
Ultraleggeri e con ingombro ridotto del 30%.
In alluminio con trattamento soft-touch.
Regolazione ancora più semplice.

NUOVE GINOCCHIERE FGP
A NEW COMFORT PHYLOSOPHY.

PHYLO E PHYLOTEK. IL BENESSERE TUTTO DA SCOPRIRE.

CLAB COMUNICAZIONE

Le tre nuove stelle Mediarstars vinte e una campagna FGP

Scienza e creatività: una formula collaudata

Si è aggiudicata tre ambiti riconoscimenti nell'ultima edizione del **Premio Mediarstars** per progetti innovativi che si sono distinti tra i 527 in gara. Premi che testimoniano come **Clab Comunicazione** in questi anni abbia intrapreso la giusta direzione a fianco delle aziende. Abbiamo intervistato **Gianluca Adami, socio fondatore e Direttore di strategia dell'agenzia veronese** che insieme a **PierNicola Tomelleri, Direttore clienti,** e **Patrizia Adami, Responsabile ufficio stampa, media relations e organizzazione eventi,** guida un team di tredici persone con appassionata creatività e con la continua predisposizione alla conoscenza di un settore sempre più articolato e in evoluzione.

In che modo un'agenzia di comunicazione può essere utile alle aziende oggi?

Oggi più che mai, far parlare di sé non basta. A monte è necessaria una strategia consapevole e condivisa

che faccia comunicare il marchio in modo chiaro e coerente con i propri valori. Noi mettiamo in campo conoscenza ed esperienza attraverso **la formula Clab: strategia, creatività e responsabilità.** È importante affiancare le aziende per costruire la loro identità di marca. Questo significa disporre di un team di persone specializzate in più ambiti della comunicazione, pensare che gli investimenti dei clienti sono una responsabilità e che per questo non possiamo agire in modo disinvolto. Serve la creatività, ma anche la strategia: personalizzata, coordinata e crossmediale. È il metodo in cui crediamo e che le aziende riconoscono. È un percorso che le aiuta a distinguersi e che contribuisce al loro successo commerciale. Rappresenta la nostra cifra stilistica, che ci ha consentito di vincere numerosi premi. Lo utilizziamo sia con i clienti con cui lavoriamo su budget annuali, sia con quelli che ci chiedono progetti specifici."



Evento di inaugurazione curato da Clab Comunicazione per Ham Holy Burger

Quali sono gli obiettivi che vi ponete con le aziende e quali le specializzazioni su cui avete scelto di puntare?

“Ci piace la coerenza nei contenuti e la valorizzazione dei talenti delle aziende. Ci piace la concretezza. Quando incontriamo nuovi clienti, mostriamo le nostre case histories. Vogliamo che la relazione si costruisca su basi solide. In anni di crisi, in controtendenza, noi siamo cresciuti. Le aziende ci stanno cercando e abbiamo vinto numerose gare gestendo lavori importanti anche in ambito eventi. Grazie alle competenze sviluppate e alla multi specializzazione, offriamo consulenze che vanno dal marketing strategico, alle campagne



Il Team Clab Comunicazione



Concept design della comunicazione per la presenza in fiera di Imaforni

pubblicitarie on e off line; dall'organizzazione di eventi, all'attività di ufficio stampa e digital PR; dagli stand, alla progettazione degli strumenti per la forza commerciale below the line; dal sito web, al packaging; al social media marketing. Siamo l'unica agenzia a Verona con una giornalista professionista che coordina l'ufficio stampa e questo ci consente di seguire l'attività in modo rigoroso."

Nella parola "Clab" è contenuta l'idea di "laboratorio" che rimanda ai concetti di formazione e sperimentazione. Quanto contano questi aspetti nella gestione di un'agenzia di comunicazione?

"Spesso nella comunicazione si danno per scontate molte cose e si lavora per cliché. Nella nostra agenzia al contrario tutto quello che si fa, lo si fa con amore e con la consapevolezza che non possiamo fare a meno dell'aspetto ludico e della sperimentazione. È un tema sul quale insistiamo spesso durante le lezioni che teniamo all'Università. Man mano che le persone entrano a far parte del nostro team, ci occupiamo della loro formazione. Questo per noi non vuol dire usare i

“È necessaria una strategia consapevole e condivisa che faccia comunicare il marchio in modo chiaro e coerente con i propri valori”

Gianluca Adami

più giovani come semplice forza lavoro. Disporre di un team multigenerazionale, come nel nostro caso, significa poter contare su nuove energie: i giovani portano la loro sensibilità e professionalità e noi cerchiamo di trasmettergli la nostra visione preparandoli ad essere esperti in comunicazione. Spesso sono gli altri a farcelo notare, noi lo diamo per scontato: in Clab si respira un clima di reciproca fiducia e collaborazione, da team affiatato".

www.clabcomunicazione.it



Pakelo: dalla bottega all'impresa internazionale

Polacco: "Pronti ad aggredire nuovi mercati con lubrificanti di ultima generazione"

Fondata da Italo Rino Polacco nel 1930 come rivendita di oli e additivi importati dagli Usa, Pakelo Motor Oil apre il primo impianto produttivo di lubrificanti negli anni Sessanta grazie allo sviluppo commerciale trainato dalla seconda generazione, Giuseppe ed Elio Polacco. Nel 1990 apre l'attuale stabilimento, ampliato nel 2013, che oggi dà lavoro a 60 dipendenti e include un laboratorio di ricerca e analisi specializzato sulla diagnostica della lubrificazione.

La terza generazione Polacco formata da Aldo, Alberto e Rino ha infine portato l'azienda a quota 22 milioni di euro di fatturato nel 2015, con una **crescita netta dell'8%**. Questo anche grazie all'export, leva su cui l'azienda veneta ha cercato di spingere negli ultimi anni e che genera l'11% del fatturato con una crescita stabile negli ultimi anni di oltre il 30%, spinta rafforzata dalla recente riconferma di un contratto triennale con Sinopec Group, colosso petrolchimico cinese al secondo posto della classifica

Fortune Global 500. Esportati in oltre 40 paesi nel mondo direttamente dal centro produttivo di San Bonifacio, i lubrificanti Pakelo coprono moltissimi settori d'impiego, dall'industria all'automotive, dalla trazione pesante all'alimentare, dalla punta di diamante del settore racing fino ad arrivare ai prodotti che si fregiano del marchio europeo di sostenibilità Ecolabel.

Sui temi del passaggio generazionale e le sfide di un produttore di lubrificanti indipendente ci parla Aldo Polacco, Presidente di Pakelo.

La vostra azienda ha già sostenuto due cambi generazionali. Come il avete affrontati?

Pakelo, come tante aziende italiane, ha una forte tradizione imprenditoriale familiare. Nel nostro caso il passaggio generazionale è stato gestito internamente attraverso un graduale e progressivo passaggio di consegne. **Il banco di prova per noi della ter**

za generazione Polacco è stato il mercato estero ma le complessità affrontate in quell'ambito sono servite ad avere un approccio più aperto anche nella gestione del mercato d'origine.

Alla luce della vostra esperienza d'impresa italiana su mercati esteri, come ritiene sia percepito il Made in Italy nel mondo?

Il Made in Italy ha forte presa nell'immaginario collettivo internazionale, anche nel settore lubrificanti. In particolare in Asia la produzione italiana è vista come garanzia di affidabilità, di accuratezza, di alta gamma, tutte associazioni che aiutano a posizionare correttamente Pakelo nella mente del cliente. Spetta poi al nostro lubrificante mantenere le promesse generate dalle aspettative. Questo è

esattamente ciò che facciamo in Pakelo.

Com'è cambiato in questi anni il mercato? Quali opportunità e quali difficoltà sono emerse?

L'80% del nostro mercato è italiano e la crisi degli scorsi anni ha investito in modo pesante alcuni dei nostri settori storici: il movimento terra e l'agricoltura. Tuttavia questa si è rivelata più un'opportunità che una limitazione.

Abbiamo rafforzato la nostra presenza su altri settori. Disponiamo di un catalogo di oltre 1.000 prodotti e la capacità di lavorare sulle nicchie di mercato che le major, nostre competitor, non sono interessate o non sono in grado di fornire. Questo ci



Aldo, Rino e Alberto Polacco, la terza generazione Pakelo



Dettaglio produzione lubrificanti

permette di **affrontare il rischio d'impresa con una certa flessibilità e reattività.**

Innovazione e implementazione tecnologica: come vi siete mossi in questi campi?

L'anima di Pakelo è proprio l'innovazione **continua e la ricerca.** In questo periodo stiamo ad esempio lavorando a stretto contatto con un partner italiano d'impianti frenanti, in collaborazione con le università di Modena, Reggio Emilia e il dipartimento di nanotecnologie della Federico II di Napoli, per creare oli freni di nuova generazione. L'obiettivo è la crescita, ma sensibile ai temi della sostenibilità ambientale e della responsabilità sociale. Il futuro è sempre più l'impresa responsabile.

Aldo Polacco, Presidente di Pakelo

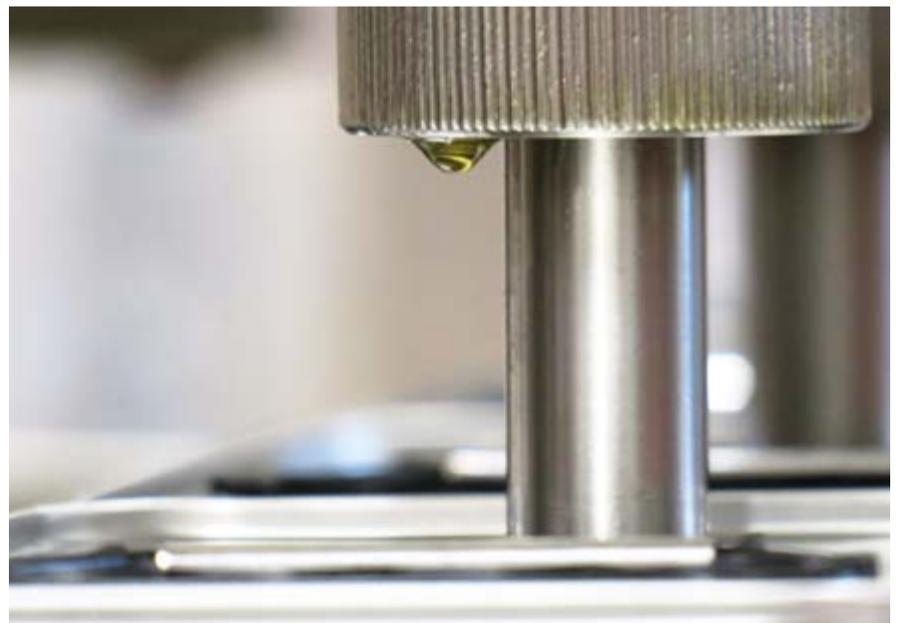
www.pakelo.com

“La crisi degli scorsi anni ha investito in modo pesante alcuni dei nostri settori storici. Tuttavia questa si è rivelata più un'opportunità che una limitazione”

Aldo Polacco, Presidente di Pakelo

“L'obiettivo è la crescita, ma sensibile ai temi della sostenibilità ambientale e della responsabilità sociale.”

Aldo Polacco, Presidente di Pakelo



Dettaglio produzione



Il Parco Natura Viva fa 47

Questo è l'anno della biodiversità di casa nostra

E' un'avventura lunga 47 anni quella del Parco Natura Viva. Tutto ebbe inizio negli anni Sessanta con Pippo, un ippopotamo scartato dal circo e accolto dall'architetto Alberto Avesani Zaborra nella sua proprietà. Quindi, nel 1969, l'apertura ufficiale con il nome di Parco zoo del Garda, un'area di 5 ettari incastonata tra le colline moreniche delle sponde del Lago di Garda. Oggi il Parco è un paradiso di 58 ettari tra Bussolengo e Pastrengo dove ogni giorno 120 persone si prendono cura di 1250 animali di 256 specie diverse, dal panda rosso all'orso dagli occhiali, dal rinoceronte bianco al leopardo delle nevi, dalla tigre siberiana all'avvoltoio reale indiano. Una realtà unica in Italia, che accoglie ogni anno visitatori di ogni nazionalità e quest'anno punta a sfiorare il mezzo milione di presenze. "Numeri importanti, che registriamo da tutte le Regioni d'Italia e in buona parte dai Paesi Tedeschi", spiega Cesare Avesani Zaborra, direttore scientifico del Parco che continua con passione l'opera del padre Alberto. E anche un'eccellenza a livello internazionale, essendo

uno dei più importanti centri europei di tutela delle specie minacciate. "La spinta alla salvaguardia degli habitat naturali sta accelerando notevolmente negli ultimi anni, lo vediamo dalla maggiore consapevolezza che mostrano i visitatori del Parco. Ma i nostri modelli rimangono quelli del Nord Europa, dove la partecipazione della comunità sociale ai progetti di salvaguardia della natura è sostenuta in grande misura anche dalle istituzioni. Un elemento di differenza importante, che rischia di rendere difficile investire in progetti e infrastrutture" sottolinea Avesani Zaborra, che ben conosce la realtà nordeuropea grazie al suo ruolo nel consiglio direttivo dell'Associazione Europea degli Zoo e degli Acquari (EAZA) e agli anni di presidenza dell'Unione Italiana Zoo e Acquari (UIZA). "Il Parco Natura Viva è membro di entrambe le istituzioni. Una scelta presa anni fa per essere aggiornati sulle ricerche scientifiche avanzate in strutture di primo piano, ma anche per garantire standard di benessere molto elevati

ai nostri animali. Quando un esemplare raggiunge l'età fertile, infatti, occorre separarlo dalla propria famiglia per evitare incroci fra consanguinei. Qui entra in gioco la rete europea degli zoo con la propria disponibilità ad accogliere gli animali”.

Un esempio? il caso di Calzette, l'ippopotamina nata al Parco nel 2010 e partita il mese scorso per lo zoo di Beauval, in Francia. “Aveva ormai raggiunto la maturità sessuale mentre suo padre Gonzalo è

ancora in età fertile, nonostante abbia oltrepassato da tempo i quarant'anni. E' stata trasferita in un reparto meraviglioso appena inaugurato, in compagnia di un maschio proveniente da un altro zoo. Formerà così una nuova famiglia che qui non avrebbe potuto avere”.

Una collaborazione fattiva tra zoo europei dunque, che si manifesta anche quando si tratta di lanciare un messaggio forte al pubblico. E' partita da poco la campagna europea **“Let it grow - Return of the**

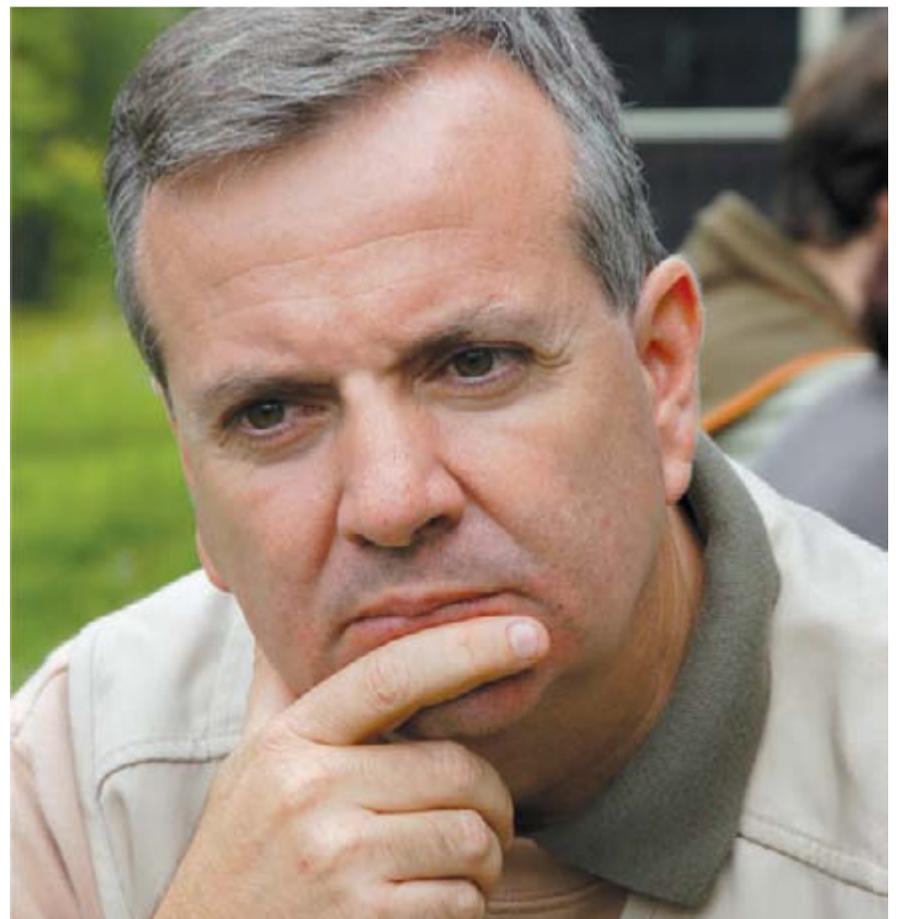


Veduta aerea del Parco



Veduta aerea del Parco

natives” (Lasciamoli crescere – Il ritorno delle specie native) che per il prossimo biennio porterà l’attenzione sul tema della scomparsa delle specie autoctone. Si tratta di un biennio importante per il Parco Natura Viva, che ha già programmato di “riportare a casa”, sui Carpazi Meridionali, Atena e Giasone, i due fratelli di Bisonte europeo nati al Parco da mamma Lavinia. E poi cinque Ibis eremita saranno rilasciati in Andalusia, dove già vive una colonia stanziale, mentre l’annuale rilascio di un Grifone al Lago di Cornino (UD) dipenderà dalla salute del pulcino che schiuderà l’uovo deposto all’inizio di questo mese. Per le Testuggini europee nel 2016 è previsto il primo step del progetto di reintroduzione in natura, che prevede delle analisi genetiche per determinare quali esemplari potranno essere rilasciati. “Non ci fermeremo” conclude Avesani Zaborra, “Dobbiamo arrivare pronti al 2019, quando festeggeremo il nostro primo mezzo secolo”.



Cesare Avesani Zaborra

A scuola di afrobusiness



A Villa Buri, l'affascinante e suggestiva residenza donata in comodato per lo svolgimento di attività formative e culturali dagli imprenditori veronesi Marina Salamon e Marco Benatti, a luglio si svolgerà la IVa edizione di una scuola unica in Italia, un progetto che unisce business, cultura, umanità, start up e ricerca.

African Summer School nasce nel 2013 per iniziativa di Fortuna Ekutsu Mambulu, oggi direttore della scuola. Di origine congolese, nel 2010 si laurea in Economia e legislazione d'impresa all'Università di Verona e nel 2014 consegue un master di secondo livello in Diritto dell'immigrazione con una tesi sull'educazione interculturale. Assieme ad altri soci fonda Africasfriends, l'associazione con la quale nel 2013 dà il via a un corso estivo pensato come un laboratorio di economia e materie umanistiche.

Da allora ad oggi il progetto formativo, condiviso dall'Università di Verona, dall'eurodeputata Cecile Kyenge e da altri partner pubblici e privati, ha coinvolto 125 studenti provenienti dall'Italia e da diversi paesi europei e africani, che hanno in comune la volontà di migliorare le proprie conoscenze su una storia ancora

oggi misconosciuta, e di costruire ponti economici e culturali.

Gli iscritti vivono una settimana di full immersion a Villa Buri con lezioni frontali di materie umanistiche ed economiche che si alternano a lavori di gruppo. Il corpo docente è interamente africano e le lezioni in lingua francese sono tradotte simultaneamente in italiano, e viceversa accade per gli interventi di relatori italiani.

Al termine dei corsi gli studenti scelgono di sviluppare il business plan di una start up o di dedicare questo tempo alla redazione di un saggio. I lavori più interessanti vengono segnalati da una giuria di esperti e la migliore start up riceve un premio in denaro e un accompagnamento tecnico di un anno.

I business plan consegnati fino ad oggi sono stati 26 e fra quelli realizzati più di qualcuno ha un'anima veronese, come la realizzazione di stagni per l'allevamento di una varietà di pesci chiamata Tilapia a Lomé in Togo, un progetto di Antonella Turini e Viwanuou Edoorh-

Anaou, che è stato sostenuto dall'imprenditore Paolo Pertegato. Invece l'azienda Pedrollo, leader nel mercato delle elettropompe, segue da vicino la selezione dei business plan riguardanti lo sviluppo dell'agricoltura con la fornitura gratuita di elettropompe.

Altre start up in progress sono Nappytalia di Evelyne Sarah Afaawua, che **valorizza in Italia la bellezza dei capelli afro**, "Acqua Sun" di Carlo Tshiabola, un sistema di pozzi d'acqua alimentati dall'energia solare a Kinshasa, Agritools di Elisabetta Demartis e Asmaa Kherrati, una piattaforma dedicata all'agricoltura in Senegal.

A novembre dell'anno scorso, nella splendida Sala degli Arazzi e alla presenza dell'assessore alle Pari Opportunità Anna Leso, il premio per il miglior progetto di microimpresa è stato assegnato a Sefi Food di Fartun Mohamed Gacal, Irene Tuzi, Elena Zanaga e Sophie

Souita, per la produzione di conserve di pomodoro in Camerun (seguito Social Fare centro per l'innovazione sociale di Torino).

L'edizione 2016 di African Summer School s'inaugurerà il 29 luglio e, per la prima volta, al termine della settimana veronese seguirà un periodo di formazione a Bruxelles. Il tema di quest'anno è "African Philosophy and Afro-business".

Informazioni sulle iscrizioni e news sul sito www.africansummerschool.org.



HORIZON 2020

Horizon 2020: un “marchio di eccellenza” per le PMI

In un momento storico di risorse limitate, l'**impatto degli investimenti in Ricerca e Innovazione** necessita di essere **massimizzato**. In tale contesto attuare **sinergie** tra programmi europei, in particolare Horizon 2020, e altre fonti di finanziamento (come ad esempio i Fondi Strutturali, ma non solo) diventa più che mai necessario.

Su questo tema Confindustria è impegnata attivamente in una continua azione di monitoraggio dell'iniziativa pilota della Commissione europea, il “Seal of Excellence”, al fine di sostenere la crescita e lo sviluppo delle imprese nel tentativo di facilitare l'accesso a nuove opportunità di finanziamento per valorizzare il potenziale innovativo delle idee progettuali.

Nello specifico il “**marchio di eccellenza**” viene inviato dalla Commissione europea alle imprese che hanno superato con successo la selezione nell'ambito dei bandi dello “Strumento PMI” del Programma Horizon 2020 ma che **non sono state finanziate per mancanza di budget sufficiente**. Il forte interesse di Confindustria nei confronti dell'iniziativa è

“ *Il “marchio di eccellenza” viene inviato dalla Commissione europea alle imprese che hanno superato con successo la selezione nell'ambito dei bandi dello “Strumento PMI” del Programma Horizon 2020 ma che non sono state finanziate per mancanza di budget sufficiente* ”

legato al successo che lo Strumento PMI sta riscuotendo. Nello specifico, tra le proposte presentate dall'Italia, il numero di quelle valutate soprasoglia è sempre maggiore di quelle finanziate, incidendo così negativamente sul tasso di successo registrato dal nostro Paese.

Ogni anno, migliaia di organizzazioni in Europa presentano progetti all'interno del Programma Horizon 2020, investendo innumerevoli e preziose risorse economiche e di tempo.

Il Sistema di valutazione della Commissione europea consta di esperti internazionali indipendenti che valutano i progetti secondo tre criteri definiti: eccellenza, impatto e qualità ed efficienza dell'implementazione. La valutazione identifica le proposte che non risultano essere sufficientemente mature per ricevere i finanziamenti (sottosoglia) e quelle che invece sono considerate come meritevoli di beneficiarne (soprasoglia).

Questo certificato, perciò, si presta a essere uno strumento utile per identificare progetti di qualità, non finanziati, che meritano però di venire valorizzati mettendo in sinergia risorse comunitarie, nazionali e regionali.

Per quanto riguarda il nostro Paese, l'utilizzo del certificato non è ancora del tutto operativo. A livello centrale i **Ministeri competenti (MIUR e MISE) hanno da poco rivisto la definizione dei criteri di selezione previsti dai Programmi Operativi Nazionali (PON). In particolare, relativamente alla parte Ricerca e Innovazione e Competitività, è stato inserito**

un esplicito riferimento al finanziamento, laddove possibile, dei **progetti valutati positivamente dalla Commissione europea** e insigniti del *Seal of Excellence*.

Analogamente, come Sistema Confindustria sta lavorando con tutte le Regioni per favorire l'attuazione delle sinergie anche a livello dei singoli territori. Alcune Regioni italiane, tra cui Lombardia, Piemonte, Emilia Romagna, Puglia, Toscana e Campania, si sono già attivate sul fronte delle sinergie per individuare schemi di intervento volti a facilitare l'utilizzo del *Seal of Excellence* per accedere ai finanziamenti regionali, valutando ipotesi di intervento finalizzate al riconoscimento e al supporto delle eccellenze certificate a livello europeo. Prosegue quindi l'impegno di Confindustria su questa strada con un'azione il più possibile capillare e un ruolo attivo nei confronti delle autorità di gestione ma anche di altri possibili «funding bodies» al fine di definire misure che rendano il sigillo operativo per le proprie imprese su tutto il territorio nazionale.





Trend economici

L'FMI taglia le stime di crescita globale. La domanda interna sostiene l'Italia.

Nello scenario economico mondiale si sono delineate tendenze poco brillanti ma meno preoccupanti di qualche mese fa. **Le stime della crescita globale sono state ulteriormente ribassate dall'FMI (3,2% nel 2016)**; ritmi appena inferiori a quelli di lungo periodo (3,5% nel 1980-2015) che andrebbero consolidati da un'azione internazionale coordinata che utilizzi tutte le leve disponibili. Azione che non si riesce a mettere in campo nemmeno nella UE, dove ce ne sarebbe più bisogno per contrastare le forze centrifughe e i movimenti nazional-populistici. Il fronte politico continua a generare turbolenze: il referendum sulla Brexit e le tensioni per la gestione dei flussi migratori offuscano l'orizzonte decisionale. L'espansione americana non è vorticoso ma mostra segni di accelerazione proprio nel manifatturiero, dove negli ultimi mesi era apparsa in stallo; jobs e redditi personali salgono e preparano il terreno per un più robusto aumento dei consumi. La locomotiva cinese non

sta deragliando; qualche progresso si osserva perfino in Russia e Brasile. I prezzi delle materie prime si sono stabilizzati e il petrolio si è assestato a un livello ben superiore rispetto ai minimi di gennaio. L'**Eurozona** avanza, trainata dalla domanda interna, ma ha un passo troppo modesto per sanare la voragine occupazionale scavata dalla crisi.

In marginale crescita il **commercio mondiale** nei primi due mesi dell'anno, frenato dal calo dell'import degli emergenti, specie asiatici. Indicazioni negative dalla componente ordini esteri del **PMI globale**, poco sotto la soglia neutrale di 50 in febbraio e marzo.

Congiuntura italiana

Il CSC rileva un incremento della **produzione industriale** dello 0,1% in aprile, dopo la variazione positiva di 0,3 punti del mese precedente; su base annua

invece, al netto del diverso numero di giornate lavorative l'aumento è stato di 1,4% rispetto allo stesso periodo del 2015. La crescita dell'attività è preannunciata anche dall'andamento positivo degli ordini: +0,4% in aprile su marzo.

Per quanto riguarda il **Pil**, già rivisto al ribasso nelle stime di crescita per il 2016 dal FMI, con +1,0% dal +1,3% del comunicato in gennaio, il CSC stima un +0,3% congiunturale nel 1° trimestre.

L'**indice PMI** manifatturiero è salito a 53,5 (da 52,2 in febbraio) grazie soprattutto alla domanda interna. Frena invece l'attività nel terziario, con l'indice sceso a 51,2 (da 53,8) per una più lenta crescita di nuovi affari e occupazione

In febbraio l'**export italiano** è aumentato del 2,9% a prezzi costanti su gennaio, quando era sceso dell'1,8% (stime CSC). La crescita acquisita nel 1° trimestre sul 4° dello scorso anno è pari a +0,1% ed è il risultato di un robusto aumento delle vendite intra-UE (+1,0%) e di una caduta di quelle extra-UE (-1,5%), che in marzo diminuiscono dello 0,3% su base mensile (in valore).

Solida la crescita dell'**import** con +1,2% acquisito nel 1° trimestre, segnale di una **domanda interna** ancora in crescita. Avanzano infatti i consumi; vendite

al dettaglio e indicatore ICC in volume sono aumentati dello 0,3% a febbraio (invariati a gennaio), e la fiducia tra i consumatori, sebbene in calo di 0,7 punti in aprile, rimane elevata con l'indice a 114,2.

La variazione annua dei **prezzi al consumo** resta in zona deflazione; con -0,2 punti percentuali a marzo (-0,3% a febbraio) la distanza dall'obiettivo BCE, di poco inferiore al +2,0%, sembra rimanere abissale.

Nei primi due mesi dell'anno l'**occupazione** dipendente in Italia è cresciuta dello 0,1% sull'ultimo quarto 2015, ma a causa dell'ulteriore contrazione degli indipendenti (-0,4%), gli occupati totali hanno registrato un lieve calo (-0,1%, -12mila unità). A marzo la stima del tasso di disoccupazione è pari all'11,4% più basso di ben 1,1 punti percentuali rispetto ad un anno fa (dati ISTAT).

Prosegue infine la caduta dei **prestiti alle imprese** italiane: -0,4% a febbraio (-0,5% a gennaio, dati destagionalizzati CSC), un ritmo di riduzione che nel primo bimestre ha accelerato di -0,1% al mese rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

Fonti: CSC, *Congiuntura Flash*, Aprile 2016; *Indagine rapida sulla produzione industriale*, 3 maggio 2016; ISTAT 29 Aprile 2016



Biennale CSC 2016: imprenditori, i geni dello sviluppo



L'Italia è paese di imprenditori ma poco valorizzati.

La ricerca coordinata dal Centro Studi di Confindustria per il convegno Biennale 2016 ha al centro **la figura dell'imprenditore in Italia**. È la prima volta che Confindustria realizza un'analisi, non solo economica, sulle persone imprenditrici, sondando anche l'opinione che gli italiani hanno degli "industriali".

Ne esce l'immagine di un Paese ad alta vocazione industriale, trainato dagli imprenditori, tra i quali emergono però segni di scoraggiamento (specie tra le nuove generazioni). L'opinione pubblica ha in leggera maggioranza un'immagine positiva dell'impresa, anche se non ne percepisce appieno i valori fondamentali al benessere collettivo.

L'Italia si conferma paese di imprenditori: **la quota dei lavoratori indipendenti sul totale degli occupati è del 24,9% sul totale dei lavoratori** (molto più alta rispetto alla media UE, doppia di

quella francese e tedesca). Tuttavia negli ultimi anni la sua tendenza, non solo nel nostro Paese, è in calo, come si evince anche dal **tasso di natalità delle imprese, che in Italia è sceso dal 12,5% del 2006 all'8,1% del 2014**.

Le ragioni sono più d'una e sono legate, tra l'altro, ai cambiamenti che hanno investito il "modello" di sviluppo industriale: da una situazione in cui le imprese si frammentavano, accrescendo il numero dei titolari di impresa, a una in cui è richiesta una maggiore caratura dimensionale. Emerge anche un senso di scoraggiamento dei potenziali nuovi imprenditori: tra gli italiani la percentuale di chi oggi sceglierebbe un lavoro indipendente è del 44%, nel 2009 era al 51%.

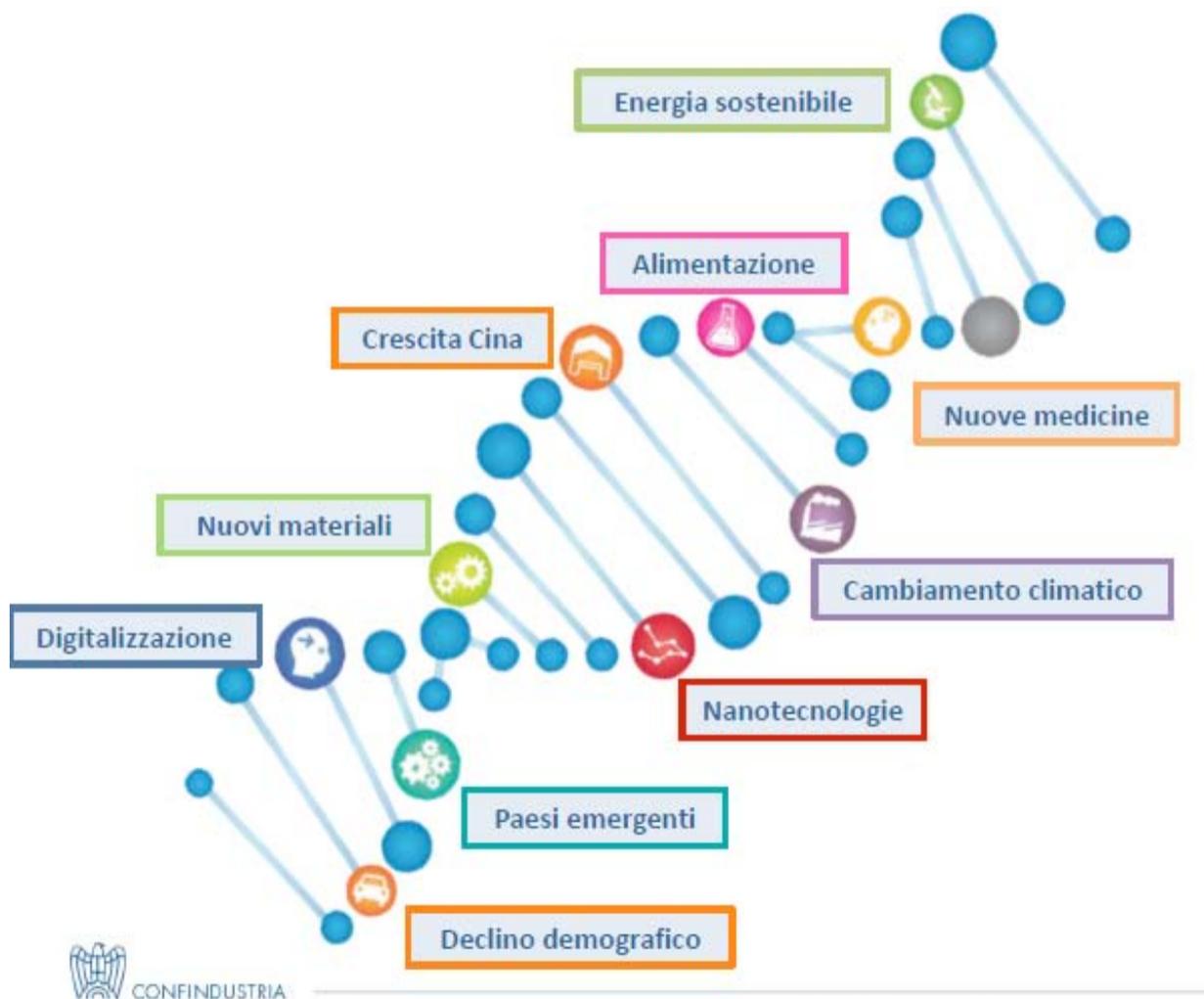
La crisi ha senza dubbio contribuito a ridurre la voglia di avviare nuove iniziative: **il 78% degli imprenditori ritiene che rispetto al passato**

L'avvio di una nuova impresa sia più complicato. Per gli imprenditori i principali ostacoli all'attività sono le tasse (54,3% degli intervistati), l'eccesso di burocrazia (45,7%), la difficoltà di accesso al credito (37,7%). Alla domanda "fare l'imprenditore oggi per lei è..." al primo posto gli industriali rispondono responsabilità verso i collaboratori, al secondo posto scelgono la voce stressante. Risposte sintomatiche di un grande impegno etico.

Dalla ricerca emerge che il 41,2% delle imprese sono di prima generazione, una quota che ha un trend in aumento, mentre il 48,5% sono state avviate in passato dalla famiglia. Dal punto di vista del sistema valoriale gli imprenditori mettono al primo posto la famiglia, al secondo il sacrificio e al terzo il lavoro.

Lo studio prende in considerazione la percezione che la società ha dell'imprenditore e che l'imprenditore ha di se stesso all'interno della società (ovvero la misura in cui si ritiene apprezzato o meno). Ne risulta che il 64,7% degli italiani ritiene che alla professione di imprenditore non sia riconosciuto il giusto valore. Mentre tra le caratteristiche attribuite alla figura imprenditoriale dagli intervistati compaiono al primo posto competenza e coraggio, ma soltanto all'ultimo l'onestà.

Il 48,4% degli italiani ritiene in ogni caso che lo sviluppo delle piccole e medie imprese abbia un ruolo centrale per la crescita del Paese. Complessivamente il 53% degli italiani ha un'opinione positiva della figura dell'imprenditore, anche se rispetto al passato è peggiorata per il 45,5%



“ Per uscire dalla crisi: l'imprenditore ponte tra passato, presente e futuro. ”

dei rispondenti. È significativo, in questo quadro, che l'importanza del settore industriale in Italia sia largamente sottovalutata: **siamo il secondo Paese manifatturiero d'Europa dopo la Germania**, ma solo un terzo della popolazione ne è a conoscenza.

Il ruolo imprenditoriale appare però condizionato da fattori di contesto, incluso un quadro recessivo che è durato per un tempo eccezionalmente lungo. Ma occorre anche lavorare per rimuovere immagini stereotipate e pregiudizi attorno alla figura dell'imprenditore, che impediscono di costruire un'immagine equilibrata del suo ruolo sociale. Si tratta di una sfida culturale

“ *Siamo il secondo Paese manifatturiero d'Europa dopo la Germania* ”

importante, e Confindustria ha il dovere di affrontarla perché l'imprenditore è la chiave di volta su temi di grande attualità come ricerca, innovazione e ambiente che costituiscono ad oggi i paradigmi economici per traghettare il Paese verso il futuro.

Fonte: Biennale Centro Studi Confindustria 2016





Bonificare l'amianto: da oggi più facile attraverso l'approccio sistemico di Confindustria Verona

Rimuovere l'amianto dalle coperture dei siti produttivi richiede un ingente investimento non solo finanziario, ma anche organizzativo e di tempo per raccogliere informazioni attendibili di tipo tecnico, legale, fiscale e finanziario, relativamente agli adempimenti previsti e alle agevolazioni disponibili.

Per procedere alla bonifica/smaltimento dell'amianto è indispensabile, visti gli alti costi, conoscere le **agevolazioni fiscali e finanziarie** previste dalle norme vigenti che possano contribuire a **mitigare l'impatto finanziario** ed essere informati in maniera puntuale sugli **aspetti procedurali e gli adempimenti** a cui far fronte.

Su questo punto, **Confindustria Verona può fare la differenza**, proponendosi come **unico interlocutore** in grado di tracciare un **quadro esaustivo** delle principali criticità da affrontare e delle opportunità da cogliere, fornendo il proprio supporto alle aziende associate attraverso un **approccio al problema di tipo sistemico e multidisciplinare**.

Riportiamo, in sintesi, i **profili di possibile**

interesse, puntualmente presidiati dalla struttura dell'Associazione (Area Lavoro e Welfare, Ambiente e Sicurezza, Area Economia e Gestione d'impresa, Area Impresa e Territorio), per le aziende che intendano effettuare la bonifica dall'amianto delle coperture dei loro siti produttivi.

1) Bando ISI INAIL 2015

L'INAIL incentiva gli interventi di bonifica da materiali contenenti amianto (MCA) dedicando agli stessi un apposito contributo all'interno del Bando ISI INAIL 2015.

Il Bando mette a disposizione per il Veneto euro 6.516.249,00 per la bonifica da materiali contenenti amianto (MCA). In particolare, tra gli interventi agevolabili, puntualmente elencati, figurano anche le attività di rimozione delle coperture.

Confindustria Verona offre il proprio supporto alle aziende interessate, a partire dalla fase della predisposizione della



domanda e successivamente, fino alla fase di rendicontazione delle spese ed, eventualmente, di confronto con l'INAIL.

2) Credito d'imposta 50% - "Collegato ambientale"

Nell'ambito delle attività di bonifica dall'amianto presente nelle coperture delle strutture produttive, relativamente agli interventi effettuati durante il 2016, le imprese possono beneficiare di un credito d'imposta nella misura del 50% delle spese sostenute. Tale agevolazione fiscale è stata disposta dalla Legge n. 221 del 28 dicembre 2015 (c.d. "Collegato Ambientale").

Il credito d'imposta, spettante per gli investimenti di importo unitario minimo pari a euro 20.000,00, potrà essere utilizzato solo in 3 quote annuali di pari importo, a partire dal 1° gennaio 2017, esclusivamente in compensazione con debiti fiscali e contributivi.

Le modalità operative di concessione del credito a seguito di presentazione dell'istanza, oltre ai casi di revoca e di decadenza dal beneficio, verranno definiti da un decreto attuativo, ancora in attesa di emanazione.

3) Credito di imposta 65% per risparmio energetico

Si ricorda, altresì, che la Legge di Stabilità 2016 estende fino al 31 dicembre 2016 il credito d'imposta del 65% per gli interventi di riqualificazione energetica degli edifici. In particolare, gli interventi di sostituzione delle coperture rientrano in quella categoria di lavori (interventi sugli involucri degli edifici) che, a condizione che rispettino i determinati requisiti tecnici in termini di trasmittanza, danno diritto ad un beneficio fiscale massimo di euro 60.000,00. Questa agevolazione fiscale, subordinata all'invio, entro 90 giorni dalla fine dei lavori, di una comunicazione per via telematica all'ENEA, è fruibile dalle imprese in

sede di dichiarazione dei redditi (Modello Unico).

In relazione ad entrambe le agevolazioni fiscali citate ai punti 2) e 3), Confindustria Verona fornisce alle imprese un'esaustiva consulenza sui requisiti di accesso, sui principali adempimenti previsti dalla normativa, sulle tipologie di costi agevolabili e sulla documentazione da produrre e conservare.

4) Altri incentivi alle imprese

Confindustria Verona offre alle aziende interessate il proprio supporto nell'individuazione di altri eventuali strumenti agevolativi provinciali, regionali, nazionali o comunitari. Gli strumenti verranno analizzati caso per caso sulla base della tipologia di investimenti che le aziende intenderanno effettuare.

5) Attività edilizia necessaria per procedere con lo smaltimento dell'amianto

Per procedere con lo smaltimento dell'amianto è necessario interpellare il Comune interessato per verificare la procedura edilizia da adottare. Inoltre, in taluni casi potrebbe essere necessario anche l'intervento della Soprintendenza se si agisce in zona con vincolo paesaggistico.

Confindustria Verona supporta le aziende associate nel rapporto con gli enti coinvolti per individuare la procedura idonea da seguire nel caso di specie.